

Anais do 4º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo

<https://proceedings.science/encontros-sbpjor>

O encontro entre jornalismo e memória: *aimée & jaguar*, uma história de amor sob o III reich, Berlim, 1943

Adriana Schryver Kurtz ¹

Resumo: Sob o que Theodor Adorno chamou de a “Era das Catástrofes”, pequenos focos de resistência, solidariedade e amor envolvendo judeus e “arianos” alemães desafiaram o poderoso e tirânico regime nazista. Muitos desses momentos perderam-se para sempre entre escombros e o cálculo frio das estatísticas das vítimas. Aos sobreviventes da “Solução Final do Problema Judeu”, em geral, coube o silêncio - última violência em uma sucessão de indignidades, arbitrariedades, espólios e toda espécie de crueldades em ações de perseguição, confinamento e deportação rumo, finalmente, ao processo industrial de destruição. O nazismo, diria Primo Levi, buscou não apenas a aniquilação física de suas vítimas, mas sobretudo o completo apagamento de suas memórias. Nesses anos de chumbo, uma imprensa manipulada pelo Estado, para fins de propaganda, foi mero instrumento da ideologia dos assassinos, incapaz de promover – ou registrar - qualquer ato de resistência e humanidade. Décadas após os eventos traumáticos que macularam o Século XX, o jornalismo parece reencontrar-se com uma de suas possibilidades mais delicadas e ricas: a do resgate da memória. Este é um caso pontual de tal reencontro.

Palavras chave: Jornalismo, Memória, Testemunho, Holocausto, Resistência

1. UMA HISTÓRIA DE AMOR, ENTRE MEMÓRIAS E NOTAS DE JORNAL

El echo de que en los campos [de la muerte] ya no muriese el individuo, sino el ejemplar, tiene que afectar también a la muerte de los que escaparon a la medida. [...] Hitler ha impuesto a los hombres en estado de no-libertad un nuevo imperativo categórico: orientar su pensamiento y su acción de tal modo que Auschwitz no se repita, que no ocurra nada parecido.

¹ Jornalista e Professora da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-POA). Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em “Comunicação e Informação” da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Mestre no mesmo PPGCOM.

Theodor Adorno – Dialéctica Negativa -1970

Muitas vezes, as crianças dizem: “Mãe, estou com fome”. Esta guerra de merda. Quem sabe se vamos conseguir sair daqui depois da guerra. Quem sabe se vão diferenciar entre nós e os nazistas. Meu Deus, como estamos fartos de tudo isto, e achamos também que as pessoas aqui nunca vão mudar. Guerras heróicas e anti-semitismo. Que nojo! Muito obrigada! Não quero mais ter nada a ver com esta Alemanha. Não com esta Alemanha.

Diário de Lilly Wust – abril de 1945

A autora deste trecho, não realizou seu desejo de abandonar o país, tendo sido, ao menos, diferenciada dos nazistas (e sobretudo *pelos* nazistas renitentes) de uma forma que muitas vezes materializou-se no mais absoluto desprezo e animosidade de seus conterrâneos. As pessoas, em geral, pouco mudaram e aquela Alemanha que causara repugnância mostrou-se, afinal, injusta e incapaz de recompensar, de qualquer forma, os terríveis sofrimentos e privações provocados pela tirania nazista e pela guerra². Não fosse pela iniciativa de seu filho Bernd, essa mulher – de certa forma uma heroína, ou quem sabe uma anti-heroína – teria permanecido no mais completo desconhecimento público. Uma condecoração oficial e sua cobertura pela mídia alemã mudaria esse desfecho. “Ontem, Elisabeth Wust, sessenta e oito anos, de Lichterfeld, recebeu das mãos do Senador para Assuntos Internos, Lummer, a Cruz Federal de Méritos Especiais (*Bundesverdienstkreuz*), concedida pelo Presidente da República. Entre 1942 e 1945, Elisabeth Wust escondeu e protegeu quatro mulheres judias em seu apartamento no bairro de Schmargendorf. Uma delas foi presa pela Gestapo e faleceu no campo de concentração de Auschwitz. As outras três sobreviveram ao regime nazista. Trata-se da **21a** Cruz de Méritos para “heróis anônimos” – aqueles que prestaram auxílio à pessoas perseguidas durante o regime nazista.”

Como diria Marta Tafalla no texto *Recordar para não repetir: o novo imperativo categórico de T. W. Adorno*, está em nossas mãos que o passado e o futuro sejam mais

² A história do III Reich, perceberia o judeu italiano Primo Levi, sobrevivente de Auschwitz, pode ser relida como a guerra contra a memória, falsificação orwelliana da memória, falsificação e negação da verdade, diz

justos. O passado, diz a autora, “não é o acabado, senão uma pluralidade de linhas truncadas, histórias interrompidas que temos que herdar, continuar e concluir”. Um verdadeiro avanço em termos de justiça se sustenta sobre a memória, pois esta mantém um vínculo com experiências anteriores, capazes de gerar um aprendizado moral. “As histórias individuais ou as histórias conjuntas sedimentam uma experiência que é a única fonte possível de critérios ou de normas morais” (Tafalla, 2003:144-145) num mundo para sempre condenado a recordar os horrores acumulados pelos totalitarismos do Século XX, que tem em Auschwitz sua expressão definitiva. Por que, diria Adorno, a diferença entre a morte e o nada é a memória: nos salvamos quando recordamos ou quando nos recordam³ (apud Tafalla, 2003:150). Tenhamos consciência, adverte Manuel Reyes Mate, na obra *La razón de los vencidos*, de que

alguien ‘nos está esperando’: ha sido anterior a nosotros pero no ha quedado atrás sino que se nos há adelantado. Quién es ése? Las victimas, el ejército de perdedores, todos aquellos que no pueden descansar tranquilos porque se les ha privado de su dignidad. Si nos esperan es porque tienen una factura que pasarnos, tienen unos derechos pendientes que nosotros debemos saldar. Por que nosotros si ellos son anteriores a nosotros? Porque nuestro bienestar y nuestra felicidad tienen que ver con ellos [...] Nacemos con una responsabilidad adquirida. Todos somos herederos de injusticias pasadas: unos las heredan como fortunas y otros, como infortunios” (Mate apud Tafalla, 2003:144)

A breve notícia, em poucas linhas, publicada no Jornal *Der Tagesspiegel*, em 22 de setembro de 1981, na República Federal da Alemanha, seria apenas uma das manifestações da imprensa germânica sobre o reconhecimento – burocrático e tardio – à Elisabeth Wust, nascida Kappler, conhecida em seu pequeno círculo mais íntimo como Lilly, por desafiar o nazismo de Adolf Hitler e sua camarilha ao dar abrigo para quatro mulheres condenadas à

Márcio Seligmann-Silva ao apresentar a obra *História, Memória, Literatura: O Testemunho na Era das Catástrofes* (2003:52)

³ Adorno parece seguir a posição de Walter Benjamin recuperada por Reyes Mate no texto *En torno de una justicia anamnética*, sobre o alcance do poder da memória diante do desafio de se fazer justiça aos que foram vítimas de traumas e violências como a da *Shoah*. Numa controvérsia travada em correspondência com Max Horkheimer, Benjamin diria que a memória, ao contrário das ciências históricas, seria capaz de “abrir expedientes que estas davam por encerrado”; ou seja, a memória poderia manter vivos direitos ou reivindicações que para a ciência estariam prescritos ou saldados. Horkheimer respondeu, entre irônico e céptico, que somente sobreviviam ao tempo os direitos dos vencedores, que serão os dominantes no presente. Os direitos das vítimas, ao contrário, decairiam, já que “os mortos, mortos estão”. A afirmação de que o passado é cancelado seria idealista. A injustiça passada ocorreu e acabou. “Os vencidos estão definitivamente vencidos” (apud Mates, 2003:116)

“Solução Final do Problema Judeu”, como se costumava dizer, na *novilingua* do Nacional-Socialismo, no início dos anos 40. Eram elas as Dras. Katja Laserstein, 45 anos e Rose Ollendorf, 40 anos, além de Lucie Friedlaender, 51 anos (que em agosto de 1945, enquanto o Reich desaba, comete suicídio na casa de Lilly, envenenando-se com o remédio *Veronal*). A mulher presa pela Gestapo a que se refere a nota chamava-se Felice Rahel Schragenheim, nascida em março de 1922 em Berlim. Detida quando as duas retornavam ao apartamento de Lilly, Felice será imediatamente enviada para o tristemente afamado prédio na Schulstrasse 78, o Hospital Judaico, transformado em centro de detenção dos judeus que ainda eram localizados na capital do Reich, a maioria encerrando uma vida clandestina.

De Schullstrasse – de onde se sabia já na época que seus detentos eram deportados para o Leste – Felice Schragenheim seria transferida para o gueto de Theresienstadt, a 350 km de distância, no transporte de número 14.890-I/116. A data exata desta viagem: 8 de setembro de 1944. Esta ainda não seria a última informação precisa sobre os trajetos da judia “Felice Sara Schragenheim” rumo às estatísticas aproximadas de vítimas do Holocausto. De Theresienstadt, onde Elisabeth Wust tentaria em vão vê-la pessoalmente, Felice acabaria removida para Auschwitz no dia 9 de outubro de 1944, num vagão de gado do transporte número Ep-342, isso num momento em que a indústria da guerra demandava urgentemente de trabalhadores e trabalhadores judeus. Sua permanência em Auschwitz, verdadeiro símbolo dos campos da morte, até onde se pode reconstituir – de forma sempre incompleta – teria sido breve.

Uma nova transferência encaminharia a prisioneira para o complexo de Gross-Rosen, localizado na Baixa Silésia, a 60 quilômetros de Wroclaw (Breslau). O campo de propriedade da Deutsche Erd-und SteinwerkeGmbH, fora construído em maio de 1939 perto da pedreira de granito de Gross-Rosen, inaugurado em agosto de 1940 como posto de comando do campo de concentração de Sachsenhausen e transformado, em maio de 1941, num campo de concentração autônomo, passando a contar com um número de até 160 unidades dos assim chamados “comandos externos”. Estes campos afiliados, integrados por 500 a mil trabalhadores escravos, produziam para grandes grupos industriais alemães como IG-Farben, Siemens-Halske e Kruppe, além de tecelagens e empresas de armamentos.

Gross-Rosen veria crescer o contingente de mão de obra escrava e de judeus evacuados dos campos de Plaszow e Auschwitz-Birkenau no final de 1943, como resultado

de uma reorganização dos métodos da SS para exploração da força de trabalho judaica. O campo ainda receberia, de março de 1944 a início de janeiro de 1945, um fluxo contínuo de judeus da Polônia, Húngria, Bélgica, França, Grécia, Iugoslávia, Eslováquia e Itália. Em janeiro de 1945, Felice Schragenheim somava seu nome, ou número, à contabilidade geral de Gross-Rosen: 80 mil presos, dos quais um terço formado por mulheres. Era o terceiro maior campo de concentração feminino, depois de Ravensbrück e Stutthof. Ao final de janeiro – ou entre esse período e o mês de fevereiro – as detentas de Gross-Rosen começam longas marchas a pé rumo ao interior do Reich. A evacuação tem endereços variados: Bergen-Belsen, Buchenwald, Dachau, Flossenbürg, Mauthausen e Mittelbau. Durante estas “marchas da morte”, 36 mil pessoas fizeram seus últimos esforços pela sobrevivência: a exata circunstância destes óbitos permanecerão uma incógnita para pesquisadores e familiares .

Informações desencontradas chegariam a dar conta de que Felice Schragenheim fora transferida de Gross-Rosen para Bergen-Belsen. A carta de uma conhecida, datada de agosto de 1945, narra até mesmo que Felice teria sido vista depois da libertação, fazendo planos para viajar para algum lugar – a informante não lembra qual – a fim de se recuperar do delicado estado de saúde. Mas ao final do ano, Elisabeth Wust manda uma carta a Irene Schragenheim, irmã de Felice, dizendo-se “sem esperanças” após saber da transferência de 700 mulheres de Gross-Rosen para Bergen-Belsen nos meses de janeiro e fevereiro: praticamente todas teriam morrido de fome e de tifo. Em junho de 1946, uma última carta parece colocar por terra qualquer esperança: uma prisioneira que logrou sobreviver a marcha, garantia não ter cruzado com nenhuma Felice, que tampouco era lembrada por seus companheiros de infortúnio. “Infelizmente, ela deve ter dividido o destino de milhões de colegas de campo de concentração”, dizia a informante (apud Fischer, 1999:264-270).

Mas Lilly continuaria procurando, fazendo contatos e, sobretudo, esperando durante os anos de 1946 e 1947, sob enormes dificuldades num país arrasado e administrado por autoridades dos governos aliados. Seus quatro filhos, frutos de seu casamento com Günther Wust, soldado do exército e nazista convicto – além de anti-semita - também anseiam pelo retorno da jovem que em pouco mais de um ano, cativara a família Wust. “Mamãe, Tia Felice vai voltar” dizia Albrecht, ao ver a mãe entristecida. A espera é inútil: no dia 14 de fevereiro de 1948, a *judia* Felice Schragenheim é oficialmente considerada morta pelo

Fórum de Berlin-Charlottenburg. A data de seu falecimento é fixado aleatoriamente como sendo em 31 de dezembro de 1944. Nesse dia, Elisabeth Wust sente ruir o seu mundo já tão fragilizado e vazio. Felice, ou melhor *Jaguar* era, como costumava dizer Lilly, “minha única pessoa”. Em abril de 1945, quando ainda alimentava esperanças de revê-la com vida, escrevera em seu diário: “Reza por nós agora, minha única pessoa. Talvez só reste este diário para falar deste meu grande amor. Deus, faça com que nos reencontremos. Faça com que possamos esquecer, juntas, o que sofremos. Deus todo-poderoso. Amo-te Felice Schragenheim, até a morte” (Wust apud Fischer, 1999:247)

Era o fim de uma história de amor improvável e talvez por isso mesmo, fascinante. A judia Felice Rahel Schragenheim, 20 anos, entra na vida de Elisabeth Wust, condecorada com a cruz da Maternidade em bronze, quando seu quarto filho completa um ano, uma típica dona de casa alemã. O marido Günter Wust, na vida civil funcionário do Deutsche Bank, cumpre serviço militar em Bernau, perto de Berlim. O apartamento espaçoso com seus quatro quartos ostenta uma efígie do *Führer*, possui um exemplar de “Minha Luta” e recebe, regularmente, o *Völkischer Beobachter*. Tratava-se, nas palavras de Lilly, de “uma família fiel aos ideais alemães”, com um detalhe igualmente fiel aos ideais alemães da época: Günter, um “verdadeiro prussiano”, embora não fosse filiado ao NSDAP, era nazista e com clara tendência anti-semita. “Ele era simplesmente um bom alemão” diria, de forma singela e quem sabe realista, sua ex-esposa e mãe de seus três filhos (Fischer, 1999: 16-17). O quarto rebento seria fruto de um dos casos extra-conjugais de Elisabeth, que começou a receber outros homens em sua casa tão logo descobriu que o marido tinha uma amante.

Pois esta história de amor improvável, acabaria emergindo no grande oceano da História, em toda a sua incompletude e singeleza. A cobertura pela imprensa alemã da condecoração de Lilly com a Ordem Federal do Mérito teria um outro desdobramento. Quatro anos depois do reconhecimento público de sua intervenção pela vida de quatro mulheres perseguidas pelo “Reich de mil anos”, um jornalista norte-americano consegue localizar Elisabeth Wust, com a ajuda do senado de Berlim: ele quer incluir sua história numa obra que planeja escrever com o nome sugestivo de *The Good Germans*. Uma testemunha certamente propensa a revelar seu segredo encontra um profissional tarimbado na arte de arrancar de seus interlocutores suas mais íntimas vivências, impressões e convicções. Estamos em 1985, quarenta e um anos haviam passado. E então, Lilly falaria a

verdade. “Que a judia Schragenheim não era apenas sua amiga, mas também a sua vida”. Mais tarde, ela chegaria a dizer: “Às vezes fico triste, agora a história não é mais só minha” (apud Fischer, 1999:278).

2. A MEMÓRIA POSSÍVEL A PARTIR DO UNIVERSO DA INDÚSTRIA CULTURAL

É a memória, diz Tafalla, quem pode compreender e redimir a história, ao salvar ao indivíduo. Se a história desfila em direção ao futuro ao som do esquecimento e da ignorância, assumindo que seus avanços – “o progresso”⁴ – se pagam com sofrimento individual, na memória o indivíduo toma consciência de si e resiste à narração oficial da história. O objeto da memória das histórias contra a História será, antes de tudo, a dor – mas não para reduzi-la a mero luto (Tafalla, 2003:141). “A necessidade de deixar falar a dor é condição para toda a verdade”, decretaria Adorno na sua *Dialética Negativa*. A dor, há que se notar, é individual e não se deixa compreender sem recuperar a perspectiva do indivíduo que foi transformado por ela.

Desta forma, a necessidade de conhecer a verdade da dor se transforma em uma chamada às vítimas para que ofereçam seu testemunho e, em geral, uma chamada às vozes individuais, reclamando de todos eles uma transmissão de sua experiência – mas que encontra a sua forma privilegiada, sustentará Adorno, em autênticas obras de arte (Tafalla, 2003:142). Pois neste caso, ironicamente, não se trata da expressão estética - a “arte séria”⁵ - como preferiria o filósofo frankfurtiano, mas antes do que ele chamou, com Max Horkheimer, de “Indústria Cultural” (1985). De qualquer forma será nesse âmbito, do

⁴ “Quando se proclama o progresso se instaura o esquecimento e se nega o direito a existência do passado, no qual são enterrados os perdedores”. A advertência de Adorno se refere a uma visão de progresso que deslumbra com uma falsa esperança, que vende “futuros” em troca da dor do presente, enquanto permite que no futuro o sofrimento seja maior. Daí que “todo progresso protegido pelas mentiras do esquecimento é um cheque em branco à barbárie” (Tafalla, 2003:145)

⁵ Os que sofreram não são apenas vítimas, um perdedor carente de futuro, mas um narrador em potência. É um possuidor de conhecimentos vitais que os “vencedores” (os algozes) perdem ou falseiam, conhecimentos esses que deve transmitir ao mesmo tempo em que denuncia a injustiça cometida. Disso depende sua salvação, bem como a justiça futura. Assim, a liberdade perdida pelo ser vítima da história pode ser recuperada quando ele se converte em autor de sua própria história. Quem não pode criar sua vida livremente, pode sim recriá-la em uma obra de arte e transformar-se nela, oferecendo à sociedade a possibilidade de, por sua vez, também transformar-se. Desta forma, para Adorno “memória e liberdade se realizam no testemunho e, de forma mais plena, na obra de arte” (Tafalla, 2003:142).

encontro e da interrelação entre jornalismo e memória, que o testemunho de Lilly subverte a lógica do Holocausto: trata-se de uma “ariana” que em meio à sociedade dos algozes vê partir, para sempre, a vítima a quem prometera “amar até a morte”.

Coube a uma mulher alemã assumir não apenas o que Jürgen Habermas chamou de “peso da culpa coletiva” mas dar um passo adiante, fazendo uma ponte entre a admissão da culpa e o *dever moral* que ela implica. “A frente de tudo está o dever que temos aqui na Alemanha... de manter viva a memória do sofrimento daqueles que pereceram nas mãos dos alemães” (apud Dreizik, 2001:15), diria o integrante da segunda geração da Teoria Crítica e da chamada Escola de Frankfurt num famoso debate travado com historiadores revisionistas germânicos – a *Historikerstreit*, entre os anos de 1986 e 1987.

Pois à Felice Sara Schragenheim, como a outros milhões de vítimas, não foi concedida a dura prerrogativa de oferecer o seu testemunho (pensemos na trajetória de Primo Levi). Seu presumível fim só pode ser evocado a partir do relato de seus companheiros, dos poucos que sobreviveram. Como lembraria o historiador Saul Friedlander, numa obra em que refletiu sobre os dilemas e responsabilidades da relação entre história e memória, “o testemunho das vítimas são nossa única fonte para a história de sua própria morte e seu caminho rumo à destruição” uma vez que “evoca, a sua maneira, caoticamente, a profundidade de seu terror, desesperação, apática resignação e total incompreensão” (Friedlander apud Dreizik, 2001:13).

As matérias jornalísticas que tiraram Elisabeth Wust do anonimato a partir do dia 22 de setembro de 1981, deixaram de registrar, assim, a ótica mais emocionante daqueles fatos dos anos 40. Uma história de solidariedade, humanidade e coragem que envolvia Katja Laserstein, Rose Ollendorf e Lucie Friedlaender, mas que ganhava contornos de uma paixão e erotismo explosivos em relação à Felice Rahel Schragenheim, aliás *Jaguar*. Nada menos do que um amor lesbiano na Alemanha misógena de Adolf Hitler, onde as mulheres – tais como as massas – segundo afirmava o próprio *Führer*, gostavam de ser dominadas e, no limite, violentadas, não seria considerado, afinal, um fato banal. Lilly conheceria Felice por intermédio de Inge Wolf, que aos 21 anos se vê obrigada pelo Reich a cumprir seu “ano doméstico obrigatório”, numa casa com pelo menos quatro crianças, acabando por tornar-se a empregada da família Wust. Inge e Felice nesta época são amantes, embora a relação seja aberta e permita a ambas esporádicas aventuras sexuais com outras mulheres. Já vivendo na

clandestinidade e escondida na casa dos pais de Inge, Felice acompanha deliciada os relatos e fofocas da namorada acerca de Elisabeth Wust. De fato, começa a fantasiar um envolvimento amoroso com a mulher ruiva e esbelta, de 29 anos, que trai o marido nazista com outros homens enquanto cria quatro adoráveis crianças.

Ousada e decidida, Felice convenceria Inge a apresentá-la para a Sra. Wust. Em 27 de novembro de 1942, Lilly e Inge dirigem-se ao Café Berlin, ao lado do UFA-Palast, na estação Zoo, para um encontro “com uma das amigas de Inge”. Lilly já percebera que sua empregada era lésbica, mas discreta, aparenta ingenuidade. E então, ela se depara com uma jovem morena, de aspecto cuidado, vestindo um *tailleur* de fino tecido inglês, as pernas compridas em meias de seda - um visual bastante feminino para Felice que, em geral, ostenta uma postura mais masculinizada. A impressão sobre Lilly é imediata. A sra. Wust não deixa de notar um sorriso aberto com dentes impecáveis e uma alegria contagiante, a maneira fascinante de dizer as coisas – qualquer coisa -; as mãos alongadas e finas, o perfume. E alguma coisa em Elisabeth desperta depois desse encontro. Ao final, Felice lhe oferece uma maçã que Lilly segura com um tremor nas mãos, enquanto tem a impressão de que a moça lhe dá uma piscadela marota.

Alguns dias depois, Felice pisará pela primeira vez no apartamento da rua Friedrichshaller Strasse, número 23 e em breve outras amigas de Inge povoam a casa dos Wust para a satisfação de Elisabeth, que graças aos quatro filhos recebe cotas de mantimentos bem além da média geral. Cada vez mais ousada, Felice começa a seduzir Lilly abertamente. Buquês de flores e telefonemas constantes vão envolvendo cada vez mais Elisabeth num jogo cujos riscos, todavia, ainda não lhe parecem claros. Assim, o *réveillon* de 1942 é animadíssimo e o próprio Günter fica satisfeito em ver sua casa tomada por tantas mulheres, cuja presença e alegria deixam a esposa feliz como há muito tempo ele não via. Mas em 27 de fevereiro de 1943, as medidas contra os judeus são radicalizadas e todos os trabalhadores judeus que ainda estão em Berlim prestando serviços forçados são detidos nas fábricas e encaminhados para campos de concentração. Em primeiro de março, depois de comemorações pomposas dedicadas à *Luftwaffe*, a força aérea alemã, um bombardeio inglês aterrorisa a capital, deixando mais de 700 mortos e cerca de 65 mil desabrigados. Nesse clima, Felice foge para o interior com uma amiga – mais velha e “heterossexual” - por quem aliás nutre certa paixão.

Após essa rápida separação, amenizada por cartas entre Lilly e Felice, o envolvimento vai finalmente se concretizar, de forma algo cinematográfica. A primeira noite de amor ocorrerá em 2 de abril de 1943. A partir daí, tornam-se inseparáveis. No mês de setembro do mesmo ano, Elisabeth e Felice – autodenominadas *Aimée* e *Jaguar* – trocam alianças. A família Kappler será comunicada da nova situação, bem como o marido de Lilly. Ela quer o divórcio, o que lhe trará desvantagens econômicas; após muitas brigas e discussões com Günter chegam a um acordo. Em 12 de outubro do mesmo ano, o divórcio se realiza no Fórum Alexanderplatz, enquanto *Jaguar* espera do lado de fora, tremendo de frio. Dois meses antes, Felice recebera uma proposta de amigos que viviam na clandestinidade para tentar a fuga da Alemanha. Ela hesita. Está apaixonada por sua *Aimée*. Decide ficar e Lilly, diante deste gesto, tem a certeza de que seu amor por essa mulher judia é incondicional. A Alemanha ruma para o caos, progressiva e lentamente. Mas as duas amantes quase conseguem ignorar aquele mundo prestes a ruir.

Felice Rahel Schragenheim mantém uma ativa vida clandestina. Num contexto de perigo e ameaça diária, ela praticamente flerta com a possibilidade do fim. Ainda que suas atividades continuem, em grande parte, envoltas em mistério – o desconhecimento de amigos e pessoas próximas quanto as tarefas na clandestinidade era uma medida de proteção vital – o certo é que Felice trabalhou na imprensa alemã de seu tempo, talvez a mais controlada e manipulada entre todas as mídias dos regimes fascistas da época. Sua breve incursão no jornalismo⁶ (carreira com a qual ela sonhava) incluiu a redação da sucursal berlinense da *National-Zeitung* de Essen, o “órgão do Partido Nacional-Socialista dos trabalhadores alemães”.

Como se vê, as histórias de Felice e Elisabeth são cruzadas pela presença do jornalismo ao longo de mais de meio século. Um espaço que nos anos 40 significava para Felice dar conta da necessidade premente de obter informações sobre a guerra, além de sua presumível missão como espiã – repassando dados de interesse aos aliados, através de um

⁶ Felice também adorava fotografia e era inseparável de sua câmera Leica. O gosto por fotografar a si e as suas amigas lhe custaria caro. Foi a partir de uma foto, em poder de uma conhecida presa pela Gestapo, que ela seria identificada e caçada. Uma das depoentes do livro crê que Felice tenha trabalhado no *Völkischer Beobachter*, hipótese aparentemente pouco provável. O fato é que sua falsa identidade e o acesso a mídia da época lhe garantiam estar constantemente informada sobre os acontecimentos da guerra. Há ainda o relato de que Felice teria conseguido documentação sobre “Assuntos Confidenciais do Reich” sobre deportações de judeus para a Hungria. Em *Aimée & Jaguar* (1999).

contato. E que, em meados da década de 80, possibilitou que a verdade sobre Felice e Lilly – a verdade presumida ou a *memória* de uma delas – pudesse vir a tona, para integrar um livro de um jornalista dos EUA sobre “os bons alemães”. O testemunho de Elisabeth Wust finalmente, seria explorado em toda a sua riqueza pela jornalista Erica Fischer na obra *Aimée & Jaguar: Uma história de amor, Berlim 1943*, publicado na Alemanha em 1994 e editado no Brasil cinco anos depois.

Ainda que se possa fazer restrições ao trabalho de Erica Fischer⁷, o fato é que suas longas conversas com a velha senhora Elisabeth Wust e a busca pelas testemunhas da época, em entrevistas certamente dificultadas pela idade das personagens que, de alguma forma, acompanharam aquela história de amor na Berlim de 1943, possibilitaria recuperar uma pequena pérola, de outra forma varrida para sempre da História. Há que se atentar para a força e beleza dos poemas e das cartas trocadas por *Aimée e Jaguar*, além do diário que Lilly inicia naquele fatídico dia 21 de agosto de 1944, quando na volta de um passeio sob o sol à beira do Rio Havel, os homens da Gestapo flagraram as duas amantes, levando “a judia Felice Sara Schragenheim” para a prisão, primeira etapa de um tortuoso roteiro que incluía Theresienstadt, Auschwitz-Birkenau, Gross-Rosen e provavelmente Bergen-Belsen.

Dessa combinação entre matérias banais, reportagem, projetos editoriais, pesquisa histórica, entrevistas, diários, cartas, poemas, fotografias de época, registros historiográficos, relatos variados dos sobreviventes e testemunho, emerge uma Felice Schragenheim – ou um *Jaguar* - que certamente é (também ou em grande parte) uma criação de memórias externas a sua própria pessoa. Eis uma Felice todavia possível, saindo do anonimato no qual se encontrava juntamente a cinco ou seis milhões de vítimas, todas destituídas de seus rostos, vozes, nomes, documentos, posses, de suas biografias e lembranças, suas pequenas rotinas ou suas possibilidades interrompidas, arbitrária e violentamente. Pois a memória, como observaria Marta Tafalla, não é apenas recordação do

⁷ A jornalista, escritora e tradutora Erica Fischer parece misturar a questão das opções que tiveram Lilly e Felice com as de sua própria vida pessoal. Há um foco de tensão não resolvida que acaba por levar a autora a um implícito julgamento – e condenação – sobre sua principal fonte, Elisabeth Wust. O epílogo da obra é digna de uma junta psicanalítica. Essa postura vai impregnar inclusive o ponto de vista da narrativa de *Aimée&Jaguar* filmado por Max Färberbock. O filme, belíssimo e premiado no Festival de Berlim de 1999 chega ao ridículo de sugerir que a “culpa” da deportação e morte de Felice Schragenheim poderia ser de sua amante, ao tentar vê-la pessoalmente em Theresienstadt.

que foi, mas sempre também do que poderia haver sido, dos “sonhos estacionados em ruas mortas”⁸ (2003:145).

O resgate de *Jaguar*, a partir das lembranças de sua *Aimée* está vinculado, em três momentos distintos – 1981, 1985 e 1994 –, ao Jornalismo contemporâneo. Com Erica Fischer, em meados da década de 1990, a jovem judia de modos refinados e orientação homossexual, morta aos 22 anos sob circunstâncias para sempre ignoradas, resistiria, de alguma forma, à “guerra contra a memória” promovida pelo Terceiro Reich há meio século. Esse enfrentamento, ironicamente, se dá no âmbito do que Adorno e Horkheimer, com tamanho vigor, criticaram radicalmente no seu texto sobre a Indústria Cultural (1985) e que Walter Benjamin responsabilizou pelo declínio – e morte – da arte da narrativa. Num texto memorável intitulado *O Narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov*, Benjamin, amigo e mentor intelectual de Adorno, ele mesmo uma das vítimas do III Reich, fazia ver que uma nova forma de comunicação - a informação - passava a exercer uma influência notável, mas nefasta, sobre a forma épica. A consolidação da burguesia, “da qual a imprensa, no alto capitalismo, é um dos instrumentos mais importantes” correspondia à consolidação de um outro modelo de comunicação, simplesmente “incompatível com o espírito da narrativa” (1994:202)

Benjamin percebia com lucidez que o romance burguês já tendia a transformar a arte da narrativa. Tratava-se do “primeiro indício da evolução que vai culminar na morte da narrativa”. Mas as notícias (fatos que já nos chegam acompanhados de explicações, plausíveis e passíveis de verificação imediata) são mais ameaçadoras do que o romance; e de resto provocam uma crise no próprio romance. “Cada manhã recebemos notícias de todo o mundo. E, no entanto, somos pobres em histórias surpreendentes”. Essa perda do sentido da experiência⁹ – uma vez que as experiências estão deixando de ser comunicáveis – é coerente com um mundo no qual, “quase nada o que acontece está a serviço da narrativa, e

⁸ Eis a dimensão utópica, que na leitura de Marta Tafalla para uma *filosofia da memória* em Adorno, estaria ligada à capacidade de rememorar. Pois a memória é capaz de recuperar uma pluralidade de caminhos possíveis que foram descartados e que seguem prometendo futuros distintos – tanto para a história da humanidade quanto para cada história individual (2003:145).

⁹ A Primeira Guerra Mundial evidenciou esta crise. Terminada a matança, os combatentes “voltavam mudos do campo de batalha”. Estes homens, portanto, não retornavam mais ricos e sim mais pobres em experiência comunicável”. São cada vez mais raras as pessoas que sabem narrar devidamente. “É como se estivéssemos privados de uma faculdade que nos parecia segura e inalienável: a faculdade de intercambiar experiências”.

quase tudo está a serviço da informação”. Não se trata, como se pode perceber, de uma questão meramente estética ou mesmo “comunicacional”. Se a arte de narrar está definindo é porque “a sabedoria – o lado épico da verdade – está em extinção” (Benjamin, 1994:201-203).

É de se pensar até que ponto a memória e o *testemunho* sejam a virtual possibilidade de reverter ou, ao menos, amenizar, o declínio da narrativa – ao herdar e manter algo de seu *espírito*. Uma pista positiva nos é dada pelo próprio Benjamin: se a informação “só tem valor no momento em que é nova”, a narrativa, ao contrário, “conserva as suas forças e depois de muito tempo ainda é capaz de se desenvolver” (1994:204). Também é instrutivo lembrar que a idéia de eternidade se atrofia e que a morte perde, no decorrer dos últimos séculos, “sua onipresença e sua força de evocação”, já que a sociedade burguesa do século XIX, com suas instituições higiênicas, permite aos homens evitarem o espetáculo (até então público e de caráter exemplar) da morte. Assim, “a morte é cada vez mais expulsa do universo dos vivos”. Pois é justamente no momento da morte “que o saber e a sabedoria do homem e sobretudo sua existência vivida – e é dessa substância que são feitas as histórias – assumem pela primeira vez uma forma transmissível (Benjamin, 1994:207).

Assim como no interior do agonizante desfilam inúmeras imagens – visões de si mesmo, nas quais ele se havia encontrado sem se dar conta disso – assim o inesquecível aflora de repente em seus gestos e olhares, conferindo a tudo o que lhe diz respeito aquela autoridade que mesmo um pobre-diabo possui ao morrer, para os vivos em seu redor. Na origem da narrativa está esta autoridade (Benjamin, 1994:207-208).

Teria a memória das vítimas da *Shoah* reavivado, de alguma forma, algo da força em decomposição dos significados de eternidade e da morte – bem como de sua autoridade - tão vitais para a narração? Tais questões permanecem em aberto. Talvez a resposta deva ser buscada em obras como as de Primo Levi, Paul Celan, Jorge Semprún, Elie Wiesel e Imre Kertész, entre outros sobreviventes que lograram deixar seu testemunho. Mas temos aqui, pontualmente, um texto que resgata do *nada* Felice Rahel Schragenheim. Em defesa da narrativa da jornalista Erica Fischer pode-se invocar o próprio Theodor Adorno, em *Minima Moralia. Reflexões a partir da vida danificada*: “É com o sofrimento dos homens

Ocorre que é justamente a experiência “que passa de pessoa para pessoa”, a fonte a que recorrem todos os narradores (Benjamin, 1994:198)

que se deve ser solidário” dirá o filósofo acerca do papel do intelectual ainda disposto a dar provas de solidariedade e humanidade: “o menor passo no sentido de divertí-los é um passo para enrijecer o sofrimento” (1993:20). Contra a cultura de massa, a mídia em geral e o Jornalismo em particular bastaria retomar, sinteticamente, a posição já clássica de Adorno e Horkheimer sobre a Indústria Cultural, na *Dialética do Esclarecimento* (1985). Afinal, o esclarecimento constitutivo na indústria da (in)cultura serve à mais completa mistificação de massas. Ao mesmo tempo, a cultura, ao “administrar toda a humanidade”, acaba por administrar também “a ruptura entre humanidade e cultura” (1993:130). Enfim, lembremos de uma frase lapidar de Adorno em *Minima Moralia*: : “não há vida correta na falsa”.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ADORNO, Theodor W. . **Minima Moralia. Reflexões a partir da vida danificada.** São Paulo: Ática, 1993.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1985.

BENJAMIN, Walter. O Narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: **Walter Benjamin. Obras Escolhidas. Magia e Técnica, Arte e Política.** Volume I. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

DREIZIK, Pablo M. **La memoria de las Cenizas.** Buenos Aires: Dirección Nacional de Patrimônio, Museos e Artes, 2001.

FISCHER, Erica. **Aimée & Jaguar.** Rio de Janeiro: Record, 1999.

MATE, Reyes. En torno a una justicia Anamnética. In: MARDONES, José M.; MATE, Reyes (Eds.). **Lá ética ante las víctimas.** Rubí (Barcelona): Anthropos Editorial, 2003.

SELIGMANN-SILVA, Márcio. **História, Memória, Literatura: o testemunho na era das catástrofes.** Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2003.

TAFALLA, Marta. Recordar para no repetir: el nuevo imperativo categorico de T. W. Adorno. In: MARDONES, José M.; MATE, Reyes. **Lá ética ante las víctimas.** Rubí (Barcelona): Anthropos Editorial, 2003.

O tempo e o relato jornalístico

Beatriz Marocco ¹

Resumo: Este texto pretende esboçar um percurso para o estudo do tempo assim como se materializa no discurso jornalístico. Desde uma perspectiva desdisciplinar apóia-se em um conjunto de diferentes autores que já se dedicaram ao estudo do tempo e postula que o modo de objetivação jornalística do acontecimento poderia ser o elemento central para a análise da manifestação discursiva do tempo. A objetivação do acontecimento dá luz a uma medida do passar do tempo, em sua distensão desde o instante de ruptura, ou seja, da ocorrência do acontecimento, até a sua emergência em rede na sucessão de diferentes discursos.

Palavras chave: jornalismo, memória, relato

O tempo dos jornais rompe com a lentidão do tempo das coisas que passam na realidade e isso vem desvirtuando o relato do acontecimento. “O choque dessas duas temporalidades, diz Ignacio Ramonet, favorece derrapagens que podem se revelar muito perigosas quando implicam considerações políticas, xenófobas e racistas.” Relatos precários estigmatizando “suspeitos”, por exemplo, devem-se à naturalização do “dead line” como limite para a apuração e da intantaneidade como atributo da notícia. O jornalista catalão Arcadi Espada reforça essa condição de precariedade temporal do jornalismo, mais concretamente do relato que materializará uma verdade jornalística rápida (*fast truth*). “O jornalismo, diz ele, reduz a complexidade a dois minutos e 625 linhas” (p. 77).

Nesse jornalismo de rápida duração, de vínculo estreito com a atualidade, que muitas vezes dá lugar a verdades rápidas, a estrutura que vertebrava o relato, impresso ou digital, convida o leitor a entender as coisas que passam na realidade nos limites de um quadro que se constitui no interior de uma determinada experiência de ordem social refletida em um saber jornalístico. Em outras palavras isso significa, por exemplo, que determinados acontecimentos e determinados indivíduos nunca serão notícia, que determinados acontecimentos nunca serão noticiados. Há uma impossibilidade patente de pensar que

¹ Jornalista, pesquisadora, professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação da Unisinos, doutora em Jornalismo pela Universidade Autônoma de Barcelona.

certas coisas que passaram na realidade poderão fazer parte da experiência de ordem jornalística e de seus modos de ser e de se fazer presente nos jornais. Por outro lado, ter acesso à ordem do discurso jornalístico significa, igualmente, que certas modalidades de acontecimentos serão incluídos, reconhecidos, vinculados ao suporte positivo de conhecimentos jornalísticos, segundo normas jornalísticas. Ou seja, esses acontecimentos vão constituir relatos que iluminarão fragmentos de um todo, conforme um modo de objetivação dos acontecimentos.

Diferentes autores falam de diferentes modos de fazer o tempo visível ou insinuam a existência de um “tempo jornalístico” que rompe com a imaterialidade do tempo dos acontecimentos. Poder-se-ia dizer, com base no que já está dito, que o tempo tem uma materialidade (no jogo dos tempos gramaticais) e uma função no relato jornalístico – a de portador físico de informações para o leitor – e que graças a um modo de objetivação jornalística, vai ser um algo cada vez mais fragmentado e repetitivo que apresenta os acontecimentos que estão acontecendo no mundo e reflete as relações entre uma série de instituições – pedagógicas, médicas, penais e industriais – “que se encarregam de certa maneira de toda a dimensão temporal da vida dos indivíduos” (Foucault, 1998, p. 129). Poder-se-ia dizer, em outras palavras, que no relato jornalístico o mundo toma a forma de uma “realidade” jornalística, que essa funciona em sincronia com outras “realidades disciplinadas” produzidas fora do jornalismo e repercute as mudanças relativas à experiência e à esfera do trabalho. Vejamos adiante como podemos entender o tempo em algumas de suas manifestações concretas, com o aporte do que já foi dito e, com isso, avançar aos poucos no entendimento do tempo jornalístico.

1 O jornal e a letra impressa à semelhança do relógio são, em primeiro lugar, “portadores físicos de informações para o leitor” (N. Elias, 1998). Poder-se-ia dizer, nesse sentido, que como portador físico de informações sobre o tempo para o leitor, o relato jornalístico, em primeiro lugar, localiza e filtra os acontecimentos que se enquadram a uma dimensão do “quando” irremediavelmente associada à atualidade. Em segundo lugar, o relato cria um padrão de medida para a duração dos acontecimentos. Cada acontecimento terá uma extensão, terá começo e fim relativos ao espaço jornalístico. Os acontecimentos não se fundem, são contíguos e separados por uma distância material que dá conta de uma certa ordem espacial correspondente a uma nova classificação dos mesmos de acordo com

sua relevância e/ou em editorias. No jornal, os acontecimentos coexistem, sucedem-se um atrás do outro, ganham um espaço (M. Augé, 2001, p. 127). Em terceiro lugar, o relato jornalístico imprimirá uma duração aos acontecimentos relacionada com uma série de momentos próprios dos processos de produção e que podem ser abreviados ou não pelas tecnologias: o tempo que vai da apuração à escritura; o tempo que vai da edição ao tempo industrial; a periodicidade; e o tempo que vai da publicação à leitura. Em sua materialidade discursiva, o tempo estará vinculado a um “futuro anterior” – momento em que o jornalista, assim como o escritor e o turista, vive uma “uma espécie de precipitação” que o conduziria a abreviar o processo de apuração para reviver a experiência com mais lentidão no relato (idem, p. 58). O “futuro anterior”, perdido em um momento passado, entra em curto-circuito com o presente, do mesmo modo que a memória involuntária proustiana conjuga a vida vivida à experiência da recordação instantânea (idem, p. 59). Esses momentos em sua relatividade aparecem no relato literário com o auxílio do “era uma vez”, no jornalismo com o auxílio do “ontem” e em ambos com o auxílio dos tempos gramaticais (idem, p. 63-64).

2. O jornal apresenta um modo próprio de configurar os acontecimentos em notícias dando-lhes um caráter fragmentado e repetitivo no relato e em edições diárias (W. Benjamin, M. Morey). Benjamin fala de uma forma jornalística de apresentar o “mundo experiencial” através do fragmento e de um princípio formal: a montagem, quer dizer, a justaposição desses fragmentos em um novo espaço. Enquanto o efeito da tecnologia sobre o trabalho e sobre o ócio havia sido dividir a experiência em fragmentos, o estilo jornalístico, dizia Benjamin, refletia essa fragmentação nas “transitórias imagens materiais” da história que produzia, montava e irradiava em uma pura montagem (Benjamin, citado em S. Buck-Morss, 1995, p. 40-41). Essa fragmentação aprisiona em si o tempo do mesmo modo que esse é aprisionado no interior e que, no exterior da fábrica, o tempo social vai condenar o tempo do ócio, e é tudo isso que se materializa no relato jornalístico.

3. O jornalismo registra, igualmente, um “tempo do inferno” que, nas palavras de Benjamin, corresponde a uma temporalidade própria do caráter repetitivo das edições diárias do jornal. A lógica do modo de objetivação jornalística do tempo, desde uma perspectiva benjaminiana, afetaria, tanto a estrutura do relato como a comunicação da notícia na sucessão das edições diárias:

Cómo este tiempo no quiere saber de la muerte, también cómo la moda se burla de la muerte, cómo la aceleración del tráfico, el tiempo de la comunicación de la información en el que se superponen las ediciones de los periódicos, apunta precisamente a la eliminación de todo final sorpresivo, y cómo la muerte como incisión se conecta con todos los rectos cursos del tiempo divino (Benjamin, em Buck-Morss, 1995, p. 116).

Morey sugere, mais recentemente, que a imprensa encerra o tempo de nossa existência na monótona tirania do sentido comum, constringe as coisas que passam na realidade à repetição de uma “ordem dos acontecimentos que nos é imposta para viver” (1988, p. 87-88). Assim é que os acontecimentos de todos os dias deverão ser recortados e relatados à imagem e semelhança da ordem do acontecer no mundo moderno, que os meios vão configurar obsessivamente em um “novo relato”, instantâneo e múltiplo, que não está escrito em nenhuma parte e ao mesmo tempo o está em todas.

4. Como uma instituição de seqüestro, desde uma perspectiva foucaultiana, o jornal dedicar-se-á ao controle do corpo e ao seqüestro do tempo dos indivíduos (M. Foucault). Foucault introduz a relação entre o tempo e uma rede institucional de seqüestro.

No século XIX, segundo Foucault, foi constituída uma rede institucional de seqüestro. Fazem parte dessa rede um conjunto de instituições não estatais: pedagógicas, médicas, penais e industriais. O sentido da existência dessas instituições está ligado ao tempo dos homens e à sua redução ao tempo de produção. É preciso que o aparelho de produção possa utilizar o tempo de vida, o tempo de existência dos homens. Segundo Foucault,

Es preciso que el tiempo de los hombres se ajuste al aparato de producción, que éste pueda utilizar el tiempo de vida, el tiempo de existencia de los hombres. Este es el sentido y la función de control que se ejerce. Dos son las cosas necesarias para la formación de la sociedade industrial: por una parte es preciso que el tiempo de los hombres sea llevado al mercado y ofrecido a los compradores quienes, a su vez, lo cambiarán por un salario; y por otra parte es preciso que se transforme en tiempo de trabajo. A ello se debe que encontremos el problema de las técnicas de explotación máxima del tiempo en toda una serie de instituciones (1998, p. 130).

Na sociedade feudal e nas sociedades primitivas o controle dos indivíduos se realiza, fundamentalmente, através de sua inserção local, pelo fato de que pertencem a um determinado lugar. A inscrição geográfica é um meio de exercício do poder. Na sociedade moderna, que se forma a partir do século XIX, o sentido do controle dos indivíduos desloca-se da terra para a cidade e na cidade para a fábrica e a necessidade de controle do tempo de trabalho e seus derivados o tempo de descanso e o tempo de festa, a medida que apenas com o bom uso do tempo dentro e fora da fábrica o trabalhador será útil ao aparelho de produção. A rede de instituições de seqüestro atua, portanto, nestes dois sentidos – do tempo do trabalho e do tempo das festas e do ócio – para regular a totalidade da existência.

O jornalismo brasileiro no final do século XIX viria dar visibilidade a mecanismos de seqüestro dos corpos dos indivíduos que contrariavam o tempo da produção e eram igualmente alvo dos projetos dos governos de normalização social. Há marcas de uma estratégia conjunta de valorização do trabalho e negativização das camadas “anormais” da população e dos indivíduos que se dedicavam à “vagabundagem” nos mais diferentes relatos: literários, governamentais, jornalísticos. Em *Vigiar e punir*, Foucault fala sobre o controle que um tipo de imprensa francesa exercia sobre os corpos dos menos poderosos, quando incluía em suas páginas, obsessiva e diariamente, um “inimigo sem rosto”, muito próximo, presente por qualquer lugar e em qualquer lugar perigoso, assim como as práticas jornalísticas da imprensa porto-alegrense, nos indicaram que ambas configuraram a

alteridade e a combatiam para levantar uma barreira de moralidade entre os indivíduos “sem importância” e as camadas populares, e entre ambos (pelo viés da pobreza que compartilhavam) e a população em geral e que, ainda, pretendiam dividi-los no interior de si mesmos.

Esse modo de objetivação jornalística, como vimos em trabalho anterior (Marocco, 2004), fez a notícia funcionar como uma forma e uma prática de mediação simbólica que simultaneamente revela e oculta as operações do poder e abriga práticas disciplinares específicas para apresentar os indivíduos improdutivos, que não se sujeitam ao tempo da fábrica, e produzir efeitos de verdade sobre a sua periculosidade. Através da crônica policial (na França ou no Brasil), os jornais apresentaram figuras em suas relações promíscuas e perigosas em uma manobra que dava vazão à “anormalidade”, suspendia a subjetividade, uma manobra que transformou o corpo desses indivíduos em vetor de técnicas que combinam a hierarquia de quem observa a um julgamento normalizador. Uma mirada normalizadora que possibilitava classificar, qualificar e sugerir um castigo para as figuras que personificavam o tempo vazio da modernidade (Buck Morss, p. 253). Discursos que pretendiam a normalização das condutas na sociedade, e, por fim, o controle social.

Diferentes autores que se dedicam a pensar as relações entre discurso, poder e subjetividade, na esteira de Foucault, apontam para o deslocamento que esse controle sobre as condutas efetivado por uma rede de instituições vai sofrer: do controle-repressão, próprio da sociedade disciplinar, ao controle-estimulação próprio da sociedade de controle, em que o trabalho da mídia sobre os corpos vai estabelecer, por exemplo, padrões rígidos de uma beleza que pretende aliar-se à indústria do consumo para desafiar o tempo da natureza (o corpo malhado, as dietas balanceadas, a pele bronzeada e esticada) por meio dos quais os indivíduos de sucesso se tornam sujeitos da fórmula seja magro, eternamente jovem, bonito, bronzeado.

5. O jornal dará uma outra dimensão ao passado; o passado estará diretamente vinculado ao presente, à sua atualização com base em elementos jornalísticos de noticiabilidade. M. Bakhtin nos fornece pistas para refletir sobre essa característica no trabalho jornalístico através da vista aguda de Goethe para os sinais do tempo: Goethe determinava a olho a idade de uma árvore, conhecia o tempo de crescimento de diversas espécies de árvores; demonstrou uma vista argutíssima em seus trabalhos biográficos;

analisou com esmero o tempo do cotidiano entre os italianos em sua *Viagem à Itália*: a descrição que faz do modo de vida italiano é impregnada do sentido da hora cotidiana (grifo nosso) que se mede pelos prazeres e pelos trabalhos da vida humana. Diz Bakhtin:

Sobre o fundo desse tempo da natureza, do cotidiano e da vida (que até certo ponto ainda permanece cíclico), Goethe descobre, entrelaçados com esse tempo, os indícios do tempo histórico: a marca perceptível impressa pelas mãos e pelo espírito do homem, e, em compensação, o reflexo dessa atividade do homem sobre seus costumes e suas idéias (1997, p. 250-251).

Através de uma série de negativas, Bakhtin vai desvincular a perspectiva temporal goethiana, que dá materialidade ao tempo no espaço, do aspecto de “antigüidade” das ruínas, talvez pitorescas, mas destituídas de vínculos com a contemporaneidade. “Esses vestígios, tal como um corpo estranho, incrustavam-se no presente, no qual eram inúteis e ininteligíveis. Goethe era hostil à confusão mecânica do presente com o passado que ignora o vínculo autêntico entre as épocas. E por essa razão ele não gostava do culto dos lugares históricos ao qual se entregam os turistas; não suportava ouvir as narrativas dos guias sobre os grandes acontecimentos históricos que haviam ocorrido outrora (idem, p. 251-252). Em um trecho de *Viagem à Itália*, Goethe ilustraria esse caminho, quando, menosprezando as recordações clássicas do guia, se pôs a apanhar cuidadosamente pedrinhas na margem do rio.

Mais uma vez não consegui lhe explicar que não há forma mais rápida de se obter uma idéia melhor de uma região montanhosa do que examinar os tipos de rocha arrastados pelos riachos, e que se tratava ali também de, por intermédio de resquícios, se adquirir uma noção daqueles píncaros eternamente clássicos da antigüidade da terra (*Viagem à Itália*, “Na Sicília”, Palermo, 4 de abril de 1787, p. 278).

6. O tempo dos jornais rompe com a lentidão do tempo da realidade política e isso vem desvirtuando o relato do acontecimento. “O choque dessas duas temporalidades, diz Ramonet, favorece derrapagens que podem revelar-se muito perigosas quando implicam considerações políticas, xenófobas e racistas.” Relatos precários estigmatizando “suspeitos” de cor negra, por exemplo, devem-se à naturalização da instantaneidade como ritmo normal da informação. Arcadi Espada reforça esse atributo de precariedade temporal próprio da

curta duração do relato que se materializa em uma verdade jornalística rápida (fast truth). “O jornalismo, diz ele, reduz a complexidade a dois minutos e 625 linhas” (p. 77).

Com base neste quadro epistemológico, acreditamos que um caminho para explorar e descrever o tempo jornalístico possa ser o âmbito do acontecimento. O acontecimento, dirá Foucault, não é substância nem acidente, não é qualidade nem processo; o acontecimento não pertence à ordem dos corpos. No entanto não é imaterial, possui uma “incorporalidade material”. É no nível da materialidade dos relatos que provocará efeito; ou, em outras palavras, é no jornal que o acontecimento vai passar a ser alguma coisa na ordem dos corpos, que vai se instaurar como relato em uma ordem jornalística e provocar efeito.

O jornalismo vem alargando sem cessar o campo dos acontecimentos, neles vem descobrindo novas camadas, mais superficiais ou mais profundas – uma miríade deles vem sendo materializada em relatos, dando a impressão de que o tempo de sua sucessão, ou seja, o tempo em que se sucedem na realidade, não é mais o mesmo, que os acontecimentos que passam na realidade estão passando com mais rapidez, enquanto, sabe-se muito bem, por trás desta sensação reside a tecnologia que altera as condições de produção e, portanto, possibilita imprimir mais velocidade aos processos elevando o que Benjamin chamou de “reprodutibilidade técnica” a níveis anacrônicos.

Seja em meio digital, seja em meio impresso, sob a forma de relato, em um outro espaço que não o da realidade – o espaço heterotópico do jornal – o acontecimento será estilhaçado em uma miríade de discursos que permitirão circunscrever o lugar do acontecimento, as margens de sua contingência, as condições de sua aparição (Foucault, 1996, p. 56). Esses relatos o anunciarão em sua forma de acontecimento jornalístico em muitos outros tempos, deslocados do instante original e do “materialismo do incorporal” de sua condição original. O acontecimento jornalístico determinará, de alguma maneira, uma medida do passar do tempo, a distensão desde o instante de ruptura, ou seja, da ocorrência do acontecimento, até a sua emergência na sucessão de diferentes discursos.

Propomos tratar essas cesuras que pulverizam o acontecimento em um sem fim de acontecimentos jornalísticos sobre o mesmo acontecimento. Não se trata, portanto de uma sucessão de acontecimentos. O instante é um. Aquele que marca o acontecimento em sua oposição à criação jornalística. Trata-se de uma mecânica jornalística identificada por

Morey quando sugere que a imprensa, encerrando nossa existência na monótona tirania do sentido comum e da verdade do funcionamento jornalístico, determina a “morte do acontecimento nas mãos do fato”, ou o que significa a mesma coisa, constrange as coisas que passam na realidade à repetição de uma “ordem de acontecimentos que nos é imposta para viver”, uma ordem em que “saber e poder são extremamente cúmplices” (1988, p. 87-88; Foucault, 1988, VI). Assim é que os acontecimentos de todos os dias deverão ser recortados e relatados à imagem e semelhança do acontecer no mundo moderno, que os meios configuram obsessivamente em novos relatos, instantâneos e múltiplos, as menores unidades tradicionalmente conhecidas: o instante e o sujeito.

A hipótese é de que com essa mecânica jornalística, que reduz o tempo entre o momento em que eu falo e o seu pretérito, o que seria o presente é sensivelmente estrangido. Com a instalação do passado e do medo ou esperança no futuro, o presente aparece mais tênue e apagado, assim como as linhas divisórias entre os três tempos se desfazem, acentuando os efeitos discursivos de imediatez e leveza do presente à medida que o faz conhecido, modificado e arquivado tão rapidamente, materializando-o como já passado e futuro em relação ao instante original, instaurando uma “permanência no fugaz”, ou, espécies de “fast truth” que seriam o equivalente, no sentido mais popular, à constatação de que os fatos estão atropelando o tempo de vida (Borges, 2002, p. 69; Arcadi Espada, 2003, p. 68). O tempo assim apresentado nos jornais reverbera não mais a linha de montagem da fábrica industrial e o modo de vida que lhe corresponde; parece reverberar a “síndrome da impaciência contemporânea” (Bauman, 2005) e a “corrosão do caráter” (Sennett, 2000) que lhe corresponde.

Simultaneamente, as novas configurações de tempo dos suportes digitais desarranjam o que parecia organizado, ampliam ao infinito o espaço da materialidade limitada e fechada da arquitetura, enquanto deixam o tempo singrar o mar da digitalidade. E o jornalismo, sob essas novas condições de produção, conforme vimos observando, apresenta sintomas de desorganização, de uma formação discursiva aberta ao acaso, a elementos estranhos; acontecimentos do mundo e indivíduos que não ocupavam nenhum lugar no registro jornalístico podem ser observados. Esses elementos são incompatíveis com a cena organizada e hierarquizada por um modo de objetivação jornalística da realidade e dão-se a ver em seu exterior a um leitor mais atento ou ao analista em seu novo

papel de emissários de um mundo evidente embora escondido ao longo do ciclo de produção jornalística.

Exercício preliminar de análise

À luz desse excursus que traz alguns elementos que estão na sombra do discurso jornalístico, embora estejam presentes em sua materialidade, gostaria de propor um exercício de reflexão para dar conta de um conjunto de notícias (publicadas em meios analógicos e digitais) sobre o pronunciamento do presidente Lula de 12 de agosto de 2005. A modo de hipótese, sem compreender ainda muito bem os efeitos de poder desses discursos sobre o tempo de vida dos indivíduos, pretendo dar conta de um modo de apresentar o tempo em rede que rompe um parentesco com a linha montagem circunscrita à fábrica e com o modelo mental da ordem de discurso do jornalismo encerrado no diagrama da página. A pequena base de análise formada por jornais impressos e digitais foi selecionada por um leitor atento sem um compromisso metodológico a priori, e não poderia, portanto, ter a pretensão de encaminhar a resultados conclusivos.

No dia 12 de agosto, véspera do pronunciamento do presidente, a capa da Folha de São Paulo foi dominada pelos olhos marejados de lágrimas do publicitário Duda Mendonça que em seu depoimento à CPI dos Correios admitiu ter recebido ilegalmente R\$11,9 milhões em 2003 nas Bahamas para quitar dívidas da campanha de 2002. A primeira página da imprensa brasileira fez mais ou menos o mesmo. Na Folha, a foto de Duda está imediatamente acima da foto de um grupo de petistas que lhe fazem coro: “choram” após ouvir que o “caixa dois” foi usada para “pagar campanhas do PT”. Zero Hora de Porto Alegre estampa um “boneco” 3x4 de Duda entre lágrimas em relação de estreita dialogicidade com um pretense “cara pintada” – um dos exemplares que segundo o jornal “reapareceram nas ruas, desta vez para protestar contra a corrupção do governo Lula”. No mesmo dia, o presidente Lula abre a reunião ministerial à imprensa para virar o jogo: da posição defensiva que ocupara na véspera – segundo versões de assessores publicadas pela imprensa – de desconhecimento do que havia sido feito pela cúpula do seu partido (leia-se práticas de caixa dois e crime de evasão de divisas), parte para a ofensiva. Às 12h30min – os jornais ainda estavam nas bancas com a manchete do “marqueteiro de Lula” admitindo a existência de “caixa 2” no seio das instituições oficiais –, as mídias eletrônicas e digitais

transmitem e/ou reproduzem a fala do presidente. Menos de vinte e quatro horas depois, o presidente Lula ocupa as manchetes de primeira página dos jornais impressos: “Lula diz que foi traído e pede desculpa (Correio do Povo, de Porto Alegre), “Fui traído e estou indignado” (Folha de São Paulo).

Em cerca de dez minutos (9min48s), Lula pede desculpas ao país no dia 12, em um discurso transmitido diretamente pela TV, hospedado na internet² em que reconhece os fatos de corrupção que vêm sendo destilados na arena do legislativo e elogia tudo o que o governo está fazendo e colhendo em prol da economia. Às 12h46min, o UOL Últimas Notícias deu sua versão do acontecimento no texto “Lula diz se sentir traído e pede desculpas à nação”, reproduziu a íntegra do pronunciamento e já reuniu no mesmo espaço os discursos derivados: “Apoio a Lula cai; Serra ganharia eleição” e “Senadora diz que Lula fará novo pronunciamento ainda hoje”.

Na mesma página o site registra a opinião do leitor enquadrando-a nas seguintes perguntas: “Lula pediu, de fato, desculpas à nação?” E “Você, como cidadão brasileiro, aceita as desculpas de Lula?”.

No dia 13 as mídias impressas dedicam-se ao pronunciamento. Nos dias seguintes (14 e 15 de agosto), pode-se encontrar ainda pistas do discurso presidencial em reportagens e colunas do Correio do Povo ligadas aos campos da política e da economia. No dia 14, o jornal publica opinião de parlamentares sobre o discurso, no mesmo dia e no dia seguinte, o colunista Armando Burd volta à fala do presidente, no dia 14 há pistas do discurso da véspera na manchete “Lula mobiliza ministros para evitar processo de impeachment. Dia 15 as pistas do pronunciamento do presidente podem ser encontradas na notícia “Governo aumenta poder de fogo contra os sonegadores”.

No espessor dessa rede, os relatos flagram o instante do acontecimento, localizam o pronunciamento em um presente jornalístico, lhe conferem o estatuto de passado recente e sugerem o que poderá acontecer: um novo discurso do presidente, o impeachment, o combate aos sonegadores etcétera. Essa extensão do tempo da notícia parece transferir para outro patamar a idéia de Benjamin sobre o estilo jornalístico e o seu modo de refletir em fragmentos (notícias) de uma montagem a divisão da experiência provocada pelos efeitos da tecnologia sobre o trabalho. As “transitórias imagens materiais” das histórias que o

² <http://noticias.uol.com.br/uolnews/brasil/2005/08/12/ult2486u204.jhtm>, último acesso 4/12/2005.

jornalismo produzia, montava e irradiava supunham a existência do jornal e um modo de configurar o tempo industrial (Benjamin, citado em S. Buck-Morss, 1995, p. 40-41).

Com as tecnologias que vêm se agregar à impressão configura-se uma outra dimensão do tempo. A montagem organizada e apresentada no diagrama se estilhaça em uma infinidade de outros espaços, abre-se em direção à tela da TV, ao monitor da internet. Nesse ambiente midiático, o que se pode perceber é que o jornalismo parece refletir marcadores de tempo flexíveis, que se estendem para além do diagrama e que, aparentemente, prometem uma liberdade maior ao leitor. Esse modo de materializar a cena que as tecnologias possibilitam estende a representação do tempo presente a outros espaços e o amalgama mais facilmente a um passado e a um futuro recentes, amplia o quadro de visão a discursos e personagens que não fazem parte da representação clássica. Figuras que excedem a experiência da linguagem jornalística e a definição tempo que ela possibilita são incluídas na representação: um cinegrafista e o que parece ser a sombra de um indivíduo por trás da ampla vidraça por onde passa a luz que ilumina a sala e que a separa a sala do jardim. Uma sombra que não teria sido incorporada à memória midiática se não fosse o progresso tecnológico. Poderia ser um emissário de todos nós, que estamos no espaço evidente e escondido, ou não: apenas alguém que há pouco abandonou a cena e que no momento do *travelling* do cinegrafista contornava a sala de reunião. Poderia ser, ainda, o vulto de uma arquitetura que se perde no indecifrável universo das imagens de baixa resolução.

O que se pode dizer de concreto é que a rede, formada pelo pronunciamento do presidente, rompe com a noção de tempo métrico próprio da disciplina da fábrica, da lógica tayloriana do tempo da fábrica, e estimula as pessoas a uma experiência mais flexível tanto no trabalho como em outras instituições. Igualmente introduz novos elementos na cena. Mas, cautela: o mesmo pronunciamento, que ecoa na mídia em microrrelatos, é, também, vetor de um discurso arcaico fincado na díada positivista de ordem e progresso, que vem caracterizando historicamente os discursos do governo brasileiro em prol do trabalho, desde o início da industrialização, para transformá-lo em uma norma de vida. Em ambos sentidos, o que uma análise dos discursos possibilita nas infundáveis relações enunciativas que engendra é tirar da sonolência o discurso do “porque sim” e dar vida ao que permanece na

sombra, não se configura personagem, esboçar os elementos da cena midiática e da materialidade dos discursos que não são notícia.

Referências

- BAKHTIN, M. 1997. *Estética da criação verbal*. São Paulo, Martins Fontes.
- BORGES, J.L. 2002. *Cinco visões pessoais*. Brasília, Editora UNB.
- BUCK-MORSS, S. 1995. *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes*. Madrid, La Balsa de la Medusa.
- FOUCAULT, M. 1998. *La verdad y las formas jurídicas*. Barcelona, Gedisa.
- ELIAS, N. 1998. *Sobre o tempo*. Rio de Janeiro, Zahar.
- ESPADA, A. 2003. *Diarios*. Madrid, Espasa.
- GOETHE, J.W. 1990. *Viagem a Itália*. São Paulo, Companhia das Letras.
- MOREY, M. 1988. *El orden de los acontecimientos. Sobre el saber narrativo*. Barcelona, Ediciones Provincia.
- RAMONET, I. 1999. *A tirania da comunicação*. Petrópolis, Vozes.

Memória enquadrada: 30 anos se passaram e Vlado segue morrendo

Christa Berger ¹

Resumo: Para pensar as noções de acontecimento e memória na relação com o jornalismo tomo os discursos da morte de Vladimir Herzog em 25 de outubro de 1975 e observo como se sucedem, se entrecruzam e mesclam formando uma teia intertextual que conta o acontecido disputado entre a memória oficial e desejada por uns e a memória subterrânea que emerge pelo trabalho de subversão de outros. É da observação das memórias concorrentes (entre os que querem esquecer e os que querem lembrar) que chego à constatação da presença em nossa sociedade das comemorações e das lembranças (para lembrar, mas também para esquecer) na formação de uma cultura da memória que é captada e enquadrada pela imprensa ao mesmo tempo em que esta contribui para sua expansão e repercussão social.

Palavras-chave: memória, acontecimento, enquadramento, ditadura militar, jornalismo.

O fato em questão é conhecido de todos nós. No dia 25 de outubro de 1975 Vladimir Herzog foi morto no DOI-CODI em São Paulo e sua morte não só comoveu como provocou uma onda de protestos e desencadeou um movimento de enfrentamento ao governo militar. “A morte de Vlado permitiu a abertura, mudou o Brasil”, diz o jornalista Rodolfo Konder, preso com ele e testemunha da época.

Não é do fato político que vou tratar aqui, mas sim das camadas de discurso que foram tornando público e fazendo lembrar o que aconteceu para apresentá-lo como um exemplo de memória da ditadura. Como ocorreu em outros países que viveram regimes políticos autoritários, as primeiras descrições da ditadura brasileira vieram de militantes que registraram suas vivências ora contando o que aconteceu com eles ora contando o que viram acontecer com seus pares. São depoimentos e testemunhos que foram impondo-se no espaço público num tempo marcado pela progressiva introdução da

¹ Professora titular da Faculdade de Comunicação e do PPGCom da Unisinos, professora aposentada da UFRGS, doutora em comunicação pela ECA-USP, pós-doutorado em jornalismo pela Universidade Autônoma de Barcelona.

figura da testemunha na configuração de uma específica expressão cultural: a cultura da memória que floresce entre nós. A memorialística do regime militar ainda é história oral², provem das narrativas destas testemunhas e constitui-se ao mesmo tempo em fonte e objeto históricos, pois se é certo que descreve a época, também pode ser estudada como um discurso em que diferentes versões disputam sentidos. A narrativa da morte de Vlado é um exemplo de intertextualidade que dura exatos 31 anos e se encontra registrada em fotografias, textos jornalísticos, literários, históricos e testemunhais, documentários e programas de tevê. Recolher o que desta morte se escreveu e produziu é manejar os documentos como fontes de informação sobre a época e também como objetos de análise em que as disputas pelo estabelecimento da verdade estão em questão.

A cronologia de um suicídio sem provas

É assim que Fernando Jordão apresenta o livro-depoimento que dedica “aos 1.004 companheiros jornalistas que, em janeiro de 1976, assinaram o manifesto EM NOME DA VERDADE, denunciando a farsa do IPM sobre a morte de Vladimir Herzog e reclamando o esclarecimento do crime”.³

²A história oral desenvolveu-se como história dos excluídos. A publicação da obra de Thompson, *A voz do passado*, escrita em 1978 e publicada no Brasil em 1992, radicalizou a idéia de que a história oral tem por função *devolver* a história do povo. A história oral se afirma quase como uma contra-história, operando uma inversão radical nos métodos e objetos o que vem ao encontro da perspectiva dos estudos das memórias subterrâneas, abordagem “que faz da empatia com os grupos dominados estudados uma regra metodológica”.

³ O livro com cinco edições estava esgotado desde 1985, a sexta edição saiu em 2005 nos 30 anos de sua morte quando o autor reescreve a apresentação. Ele diz: “A perspectiva do tempo nos induz, quase sempre, a magnificar os eventos e suas personagens, ainda mais quando a principal delas deixa o vazio de uma grande amizade perdida. Neste episódio, não. Desde o primeiro momento foi possível apreender com absoluta nitidez a dimensão política do crime cometido, e esta compreensão alimentou a resistência e a luta que procurei descrever nestas páginas..... Quero que esta edição, como as anteriores, seja uma homenagem aos filhos do Vlado e aos meus, com a certeza de que a grandeza e a dignidade do amigo assassinado abriram para eles o caminho para um país verdadeiramente livre, que seus pais ainda não conheceram”.

O primeiro registro da morte de Vlado é uma nota oficial do II Exército divulgada no final da noite de sábado, quando as edições dos jornais já estavam encerradas. O comunicado dizia:

“O comando do II Exército lamenta informar o seguinte:

1. Em prosseguimento às diligências que se desenvolvem na área do II Exército que revelam a estrutura e as atividades do Comitê Estadual do Partido Comunista, apareceu citado por seus companheiros, o nome do sr. Vladimir Herzog, diretor-responsável de telejornalismo da TV Cultura, Canal 2, como militante e integrante de uma célula de base do citado partido.

2. Convidado a prestar esclarecimentos, apresentou-se, acompanhado por um colega de profissão, às nove horas do dia 25 do mês corrente, sendo tomadas por termo suas declarações.

3. Relutando, inicialmente, sobre suas ligações e atividades criminosas, foi acareado com os seus delatores, Rodolfo Oswaldo Konder e George Benigno Jatáhy Duque Estrada, que o aconselharam a dizer toda a verdade, pois assim já haviam procedido.

4. Nessas circunstâncias, admitiu o sr. Vladimir Herzog sua atividade dentro do PCB, sendo-lhe permitido redigir suas declarações de próprio punho.

5. Deixado após o almoço e por volta das 15 horas, em sala, desacompanhado, escreveu a seguinte declaração: “Eu, Vladimir Herzog, admito ser militante do PCB desde 1971 ou 1972, tendo sido aliciado por Rodolfo Konder; comecei contribuindo com Cr\$50,00 mensais, quantia que chegou a Cr\$100,00 em 1974 ou começo de 1975; meus contatos com o PCB eram feitos através de meus colegas Rodolfo Konder, Marco Antonio Rocha, Luís Weis, Anthony de Christo, Miguel Urbano Rodrigues, Antonio Prado e Paulo Markun, enquanto trabalhava na revista Visão. Admito ter cedido minha residência para reuniões desde 1972; recebi o jornal Voz Operária uma vez pelo correio e duas ou três vezes das mãos de Rodolfo Konder. Relutei em admitir neste órgão minha militância, mas, após acareações e diante das evidências, confessei todo o meu envolvimento e afirmo não estar mais interessado em participar de qualquer militância político-partidária”. Assinatura: ilegível

6. Cerca das 16 horas, ao ser procurado na sala onde fora deixado desacompanhado, foi encontrado morto enforcado, tendo para tanto utilizado uma tira de pano. O papel contendo suas declarações foi achado rasgado, em pedaços, os quais, entretanto, puderam ser recompostos para os devidos fins legais.

7. Foi solicitada à secretaria de Segurança a necessária perícia técnica, positivando os senhores peritos da ocorrência de suicídio.

8. As atitudes do sr. Vladimir Herzog, desde sua chegada ao órgão do II Exército não faziam supor o gesto extremado por ele tomado.

9. As prisões até hoje efetuadas se enquadram rigorosamente, dentro dos preceitos legais, não visando a atingir classes, mas tão somente salvaguardar a ordem constituída e a Segurança Nacional”.

O segundo registro é uma nota do Sindicato dos Jornalistas escrita na madrugada do dia 26 no limite da resistência possível, entre indignada, revoltada, medrosa e sofrida.

“O Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo cumpre o doloroso dever de comunicar a prisão e a morte do jornalista Vladimir Herzog (Vlado) ocorrida ontem, sábado, nas dependências do Departamento de Operações Internas (DOI) do II Exército em São Paulo.

A seqüência dos acontecimentos que conduziram a este trágico desfecho foi esta:

1. Na sexta-feira, dia 24, às 21h30, agentes de segurança foram à TV Cultura, local de trabalho do jornalista, com ordens de levá-lo para o DOI. Houve interferência

da direção da emissora e de colegas de trabalho do jornalista. Os agentes de segurança, após consulta a seus superiores, comunicaram ao jornalista que ele deveria comparecer no dia seguinte, sábado, às oito horas, àquele Departamento, a fim de prestar um depoimento. O jornalista comprometeu-se a ir, sem necessidade de escolta policial.

2. No sábado, à hora marcada, o jornalista chegou ao DOI num táxi, acompanhado de um colega de trabalho da TV Cultura, que foi dispensado em seguida.

3. Às primeiras horas da noite de sábado, as autoridades de segurança informaram que o jornalista se suicidara na prisão e que uma nota oficial do II Exército seria distribuída. O fato foi comunicado à família através do presidente da TV Cultura, e o Instituto Médico Legal forneceu um atestado de óbito, informando como causa da morte 'asfixia mecânica por enforcamento', como local a rua Tomás Carvalhal, 1030 (sede do DOI e 'hora ignorada').

Segundo informações chegadas à família, o corpo tinha sido entregue ao IML por volta das 17horas.

Não obstante as informações oficiais fornecidas pelo II Exército, em nota distribuída à imprensa, o Sindicato dos Jornalistas deseja notar que, perante a lei, a autoridade é sempre responsável pela integridade física das pessoas que coloca sob sua guarda.

O Sindicato dos Jornalistas, que ainda aguarda esclarecimentos necessários e completos, denuncia e reclama das autoridades um fim a esta situação, em que jornalistas profissionais no pleno, claro e público exercício de sua profissão, cidadãos com trabalho regular e residência conhecida, permanecem sujeitos ao arbítrio de órgãos de segurança, que os levam de suas casas ou de seus locais de trabalho, sempre a pretexto de que irão apenas prestar depoimento, e os mantêm presos, incomunicáveis, sem assistência da família e sem assistência jurídica, por vários dias e até por várias semanas, em flagrante desrespeito à lei.

Trata-se de uma situação, pelas suas peculiaridades, capaz de conduzir a desfechos trágicos, como a morte do jornalista Vladimir Herzog, que se apresentara espontaneamente para um depoimento.

O Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo comunica ainda que o sepultamento do jornalista Vladimir Herzog será realizado segunda-feira às 10h30, saindo do velório do Hospital Albert Einstein, no Morumbi, para o Cemitério Israelita, no km 15 da rodovia Raposo Tavares. E conclama os jornalistas de todas as redações de jornais, revistas, rádio e televisão, sem exceção, a que compareçam, para prestarmos a última homenagem ao companheiro desaparecido.

A Diretoria”

Nos jornais, a notícia saiu na segunda-feira. Diante da repercussão pública, das evidências de tortura e da percepção dos conflitos no governo, a cobertura é menos tímida. O Estado de São Paulo que já estava sem censura escreveu um editorial com o título **Nos limites da intolerância**, em que dizia “é imperativo alimentar na opinião a consciência aguda do direito e respeito à pessoa humana (...) e o que nos faz reprisar o assunto das prisões efetuadas pelos diversos organismos de segurança é a condição de cidadão de que até sábado à tarde estava revestido o sr. Vladimir Herzog com direito à tutela do estado”.

Desde janeiro de 1969 a Folha de São Paulo não publicava editorial e ficou assim, diz Audálio Dantas, até outubro de 1975. No dia seguinte ao ato ecumênico, a Folha voltou a publicar editoriais e o assunto foi a morte de Vlado.

A revista VEJA (que na época fazia bom jornalismo) escreveu uma matéria para a edição seguinte à morte de Vlado, mas ela foi completamente censurada, assim como foi censurada outra matéria que elogiava a atuação do presidente do Sindicato dos Jornalistas Audálio Dantas.

Os presos políticos contaram mais tarde que naqueles dias “a incomunicabilidade começava a se romper. Alguns jornais começaram a intrometer-se em nossas celas embrulhando bananas. Um radinho de pilha era autorizado a funcionar, transmitindo o jogo (...) O aparelho acabou ficando. O contato com as coisas do mundo começava a se restabelecer. E foi por este rádio que tomamos conhecimento da notícia.” (Almeida Filho, 1978)⁴

Uma situação extra textual que exemplifica a disputa de versões sobre a morte é a foto fornecida pela Divisão de Criminalística de São Paulo (mais tarde ela se transforma no símbolo da mentira) do jornalista enforcado. A foto é o registro fiel e terá o poder de confirmar o acontecido, pensam os responsáveis pela sua morte que já conta com o parecer de peritos e um laudo médico atestando como *causa mortis* “asfixia mecânica por enforcamento”.

Vlado Herzog é judeu e na tradição israelita os suicidas são enterrados separados como uma maneira de recordar do pecado que é retirar a própria vida. Mas, apesar das pressões, a família consegue decidir o lugar do sepultamento. A atitude registrada como informação disputou com a versão oficial e foi incluída como argumento no inquérito que apesar de todos os obstáculos em uma decisão inédita, no dia 27 de outubro de 1978, concluiu que: “a União é responsável pela prisão, tortura e morte de Vladimir Herzog, considerando imprestável o laudo médico-legal que amparava a versão oficial e

⁴ Há um texto apresentado pela professora Ana Baumworcel no GT de Mídia Sonora da Rede Alcar que trata da cobertura da rádio Jornal do Brasil sobre o episódio, identificando dois planos paralelos que possibilitaram que o censurado tivesse voz.

afirmando que as autoridades não conseguiram provar que a morte ocorreu por suicídio”.

A primeira disputa, portanto, se dá entre uma foto e uma atitude, ambas contaram a seu modo o acontecido: a foto apresenta um suicida, a cova um morto-assassinado. Uma das tantas vezes em que o caso retornou ao jornal foi através de outra foto. O Correio Braziliense publicou fotos inéditas afirmando serem de Vlado pouco antes de morrer. “Foi preciso que, de repente - quase coincidindo com o 29 aniversário de sua partida – um jornal desse um par de fotos de quem, nu diante dos seus inimigos, poderia ser o Vlado, mas não era para o suplício do suicidado voltar a galope, carregando consigo o rosar de seus algozes: um relance do que foi este país.” (Weis, 2005) As duas fotos retornaram em diálogo: a primeira, agora como montagem, farsa; a segunda, como equívoco que reabre feridas.

Acontecimento-com-testemunha

A noção de acontecimento é fundamental para a análise da prática jornalística e muitos autores nomearam e classificaram os acontecimentos. Uma taxonomia do acontecimento passa por Verón, (1983), Rodrigues (1993), Morin (2002), Pierre Nora (1979), Mouillaud (1997), Marc Augé (2001), Dayan e Katz (s/d).

A morte de Vlado pode ser estudada como um acontecimento impacto, como um acontecimento imagem, como um acontecimento fundador. E é um acontecimento midiático que se transforma em acontecimento para a história. É um acontecimento disputado pela memória oficial (que quer o silêncio) e a memória subterrânea (que o inscreve nas lembranças necessárias contra o esquecimento). É um acontecimento que

se ajusta a Era do Testemunho⁵ onde há muitas pessoas para testemunhar sobre todos os detalhes do acontecido, tudo pode ser revisto, reescrito, lembrado pelos que estavam com Vlado no DOI-CODI, ouviram seus gritos, reconheceram seus sapatos estando encapuzados, mas onde também a testemunha principal não tem como testemunhar o que, de fato, aconteceu com ele porque está morto: o acontecimento-de-muitas-testemunhas é também um acontecimento-sem-testemunha.

Comemoração da memória

A primeira camada do acontecimento veio através dos comunicados, das notas, do culto ecumênico de sétimo dia que lotou a Cúria Metropolitana e a Praça da Sé, das notícias nos jornais. É informação silenciada, censurada, dita sem dizer, falada através do corpo e do olhar. É a expressão na prática de como os regimes autoritários precisam de uma linguagem compatível na intenção de reduzir tudo a uma única voz. Mas é, também, um exemplo das formas de resistência que cada período sem liberdade encontra para se expressar. Depois, o acontecimento volta como memória. O acontecimento executado pelo torturador, sofrido pelo jornalista, vivido pela sua família e amigos, narrado como discurso jornalístico transforma-se em acontecimento lembrado, re-presentado, re-presentificado, histórico. Dito do modo como pôde ser dito por quem ficou. A forma, também aqui se encaixa na literatura, assim como já aconteceu com o Holocausto/Shoa. Rodolfo Konder escreve o conto **Mocassins pretos**, onde narra a visão permitida a um homem com capuz. “Vejo apenas o chão ladrilhado. Há dois dias, vejo apenas o chão ladrilhado. É verdade que vi alguns pés, durante essas

⁵ Era do Testemunho é uma designação usada para caracterizar o nosso tempo, para enfatizar a tendência à exposição, ao falar de si, escrever as vivências, expor o mundo privado próprio da sociedade midiática. Mas se refere também a um gênero de discurso apropriado para as sociedades que viveram situações traumáticas e necessitam de espaços de expressão e de escuta.

48 horas; vi os pés imensos de um estivador negro, que calçava sandálias de borracha; vi as botas enlameadas de um mecânico; os sapatos de camurça de um arquiteto, os mocassins pretos de um jornalista...Mas os pés logo se afastam, para gemer e gritar nas salas contíguas....Na manhã seguinte, saberei: mataram o jornalista de mocassins pretos – e precisavam nos afastar do corredor de espera, para retirar o cadáver de uma das salas contíguas.” Fernando Rios escreve o poema **Carta**, em que lamenta “eu não vi teu corpo, vladimir herzog”. Aldir Blanc e João Bosco compõem o **Bêbado e a equilibrista** e nos levam a cantar”choram Marias e Clarices no solo do Brasil”.

Então os textos vêm em forma de depoimento. Em 1978 **A Sangue Quente, a morte do jornalista Vladimir Herzog** de Hamilton Almeida Filho. Em 1979, três edições de **Dossiê Herzog, prisão, tortura e morte no Brasil**, de Fernando Pacheco Jordão. Em 2005, a 6 edições é registrada com um selo de edição especial 30 anos de sua morte. Paulo Markun organiza em 1985 um livro com depoimentos chamado **Vlado Retrato da morte de um homem e de uma época**. Em 1986, Trudi Landau publica **Vlado Herzog, o que faltava contar** e em 2005 mais um livro de Paulo Markun **Meu querido Vlado a história de Vladimir Herzog e do sonho de uma geração**.

“Se os gregos inventaram a tragédia, os romanos, a correspondência, e a Renascença, o soneto, nossa geração inventou um novo gênero literário, o testemunho”, diz Elie Wiesel ele próprio se definindo como testemunha do acontecimento fundador da cultura da memória. A tradição de testemunha como sobrevivente que tem o dever de testemunhar vem da experiência do Holocausto/Shoa. A testemunha não quer substituir o historiador, quer mostrar seu rosto, suas marcas, afirmar sua condição de vítima. E esta experiência muda a própria noção de testemunha (não bastam duas), é preciso ouvir cada uma, escutá-las em sua singularidade, permitir que cada uma conte sua história. A

Era da Testemunha dialoga com a Era da Catástrofe e surge na tensão entre a economia midiática que quer mostrar tudo e sempre (compromisso com o presente, com a exaustão da informação, na disputa entre memória e esquecimento) e a história vista de baixo que nasceu para combater o esquecimento, para redimir, esclarecer, não deixar acontecer de novo.

Pierre Nora (1985) distingue o relato histórico e o discurso da memória e das recordações. “A história busca produzir um conhecimento racional através de uma exposição lógica dos acontecimentos e vidas do passado. A memória é também uma construção do passado, mas pautada em emoções e vivências, ela é flexível, e os eventos são lembrados à luz da experiência subsequente e das necessidades do presente.”

O gênero testemunho tem conquistado o grande público cada vez mais interessado na história vivida. Pode-se observar uma relação crescente entre testemunho e imagem. As comemorações, inaugurações, exposições, valorizam o testemunho e não existem sem imagens. Fotos, cds, filmes, documentários contribuem para a existência da cultura da memória.

Marcio Seligman-Silva se refere ao testemunho como gênero, esclarecendo:

“(a) A Literatura de testemunho é mais do que um gênero: é uma face da literatura que vem à tona na nossa época de catástrofes e faz com que toda a história da literatura – após 200 anos de auto-referência – seja revista a partir do questionamento da sua relação e do seu compromisso com o real.

(b) Em segundo lugar, esse “real” não deve ser confundido com a “realidade” tal como ela era pensada e pressuposta pelo romance realista e naturalista: o “real” que nos interessa aqui deve ser compreendido na chave freudiana do *trauma*, de um evento que justamente resiste à representação.”

Neste sentido, o testemunho quer resgatar o que existe de mais terrível no “real” para apresentá-lo como foi sentido e vivido por alguém que sobreviveu. Exemplos dos relatos das vivências traumáticas mostram que um novo gênero literário, a literatura de

testemunho foi o modo encontrado para poder contar o trauma. Muitos relatos iniciaram contando primeiro a luta entre o desejo de esquecer e a necessidade de lembrar e de como chegaram a este modo de escritura. Jorge Semprún um sobrevivente de Buchenwald, insiste que apenas a passagem pela imaginação poderia dar conta daquilo que escapa ao conceito. Ele e outros sobreviventes, sabiam, diz Seligman-Silva que aquilo que transcende a verossimilhança exige uma reformulação artística para a sua transmissão. Como Semprún, Wiesel, Levi também no Brasil há textos com este desabafo. Flávio Tavares inicia suas **Memórias do Esquecimento**, assim “São 30 anos que esperei para escrever e contar. Lutei com a necessidade de dizer e a absoluta impossibilidade de escrever. A cada dia, adiei o que iria escrever ontem. A idéia vinha a memória, mas, logo, logo se esvaía naquele cansaço imenso que me fazia deixar tudo para amanhã e jamais recomeçar.... Tendo tudo para contar, sempre quis esquecer. Por que lembrar o major torturador, os interrogatórios dias e noites adentro? Por que trazer de volta aqueles sabor metálico do choque elétrico na gengiva, que me ficou na boca meses a fio?.....Eu me lembro tanto de tanto ou de tudo que, talvez por isso, tentei esquecer.Esquecer? Impossível, pois o que eu vi caiu também sobre mim, e o corpo ou a alma sofridos não podem evitar que a mente esqueça ou que a mente lembre.... E por não esquecer te conto, minha amada. Como um grito te conto. Ouve e lê. (1999)

O acontecimento “morte de Vlado Herzog” teve todas as camadas de discurso impregnadas de testemunhos dos sobreviventes. E a mesma foto acompanhou cada relato. A matéria jornalística que registrou os 25 anos e depois os 30 anos é acompanhada ainda da foto. A foto do enforcado que primeiro veio comprovar o ato, agora é repetida para comprovar a farsa. E outras imagens foram se associando ao caso. O cineasta João Batista de Andrade testemunha com o filme **Vlado – 30 anos depois** o

que aconteceu. “Eu, que filmava tudo, não filmei nada naquele momento. O clima político era quase irrespirável”.

O filme passa em capítulos na TV Cultura, de onde Vlado saiu para morrer em 1975. O filme se encontra nas videolocadoras na prateleira de documentários. E a Rede Globo que em 1975 não disse nada sobre esta morte, que não noticiou as prisões, que não se manifestou sobre torturas, que demitiu seu diretor de reportagens especiais Fernando Jordão quando este publicou o livro em 1979 (o motivo imediato, invocado pela Globo, foi a ativa atuação de Jordão como membro do comando de uma greve de jornalistas, “mas claro que o livro pesou também na demissão”, admitiu o então diretor de RH, ao lhe entregar a carta de dispensa) transformou a morte de Vlado em um episódio do programa Linha Direta.⁶

O prêmio Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos proposto pelo Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, pela Comissão dos Direitos Humanos da Ordem dos Advogados do Brasil, pelo Comitê Brasileiro pela Anistia e Federação Nacional dos Jornalistas, dois anos depois da sua morte, é uma distinção profissional importante para quem o recebe. Em 2005 o prêmio fez parte da programação pelos 30 anos da morte de Vlado comemorado com palestras e mostra de filmes e fotos no Memorial da América Latina.

Por fim, as memórias, os testemunhos são transformados em documentos da historiografia que escolheu fazer a história do tempo presente tendo como tema principal a resistência à ditadura militar. A literatura acadêmica sobre a esquerda no Brasil já é vasta e a morte de Vlado é apontada como marco que desencadeou o processo de democratização no país.⁷ “Basta analisar os desdobramentos políticos na

⁶ Linha Direta foi exibido no dia dois de setembro de 2004, com 9 minutos de duração.

⁷ Não é o caso de fazer aqui uma apreciação desta bibliografia, mas Maria Paula Nascimento Araújo, Daniel Aarão Reis, Jacob Gorender, Dulce Pandolfo e Emir Sader são boas referências para a história da

direção da democracia e da liberdade para se avaliar o significado daquelas terríveis semanas de outubro de 75 – um marco que mudou o curso da história brasileira, levando-a por um caminho que já passou pela anistia de 1979, pelas eleições livres de 1982, pela magnífica campanha das diretas em 1984, e hoje nos coloca às portas da restauração da plenitude democrática no Brasil.” (Jordão, 2005).

Para o jornalismo foi um acontecimento impacto – uma morte não esperada – para a história brasileira recente foi um acontecimento fundador, um macro acontecimento levado em consideração para explicar continuidades e rupturas na trajetória trágica da ditadura brasileira. A conjuntura de 1975 com o governo apresentando fissuras e contradição dá a esta morte o mote para a contestação. A censura já não constrange toda a informação, o silêncio imposto começa a se romper e irrompem os sentimentos guardados à força. E uma memória afetiva, cúmplice, de partilhamento do indizível (os gestos da tortura não tem palavras equivalentes), se enfrenta com a memória oficial que tem espaço garantido e palavras autorizadas, mas não tem credibilidade. São estas memórias, uma e outra que serão enquadradas.⁸ O trabalho de enquadramento é realizado pelos produtores de informação em condições de produção específicas. No jornal, na televisão, de tal proprietário, em tal período. Foi assim e tem sido assim com a memória da morte de Vlado, tantas vezes enquadrada, sempre e outra vez disputada entre o testemunho do companheiro e a declaração do torturador; entre a assinatura do médico legista e o juiz que refuta as provas forçadas. Nestes 30 anos o morto Vladimir Herzog participou da vida política brasileira e foi

esquerda no Brasil. Em 2005 Mario Sérgio de Moraes defende a tese *Endereços da Cidadania: o caso Herzog*, na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.

⁸ Usei memória e enquadramento no sentido dado pelos estudos de jornalismo e encontrei em Pollak uma referência dos estudos de memória. “é absolutamente adequado falar como faz Henry Rousso, em memória enquadrada, um termo mais específico que memória coletiva. Quem diz enquadrada diz trabalho de enquadramento.” È deste trabalho que me refiro ao propor o jornalismo como um lugar de enquadramento da memória.

notícia no jornal. Ele se suicidou; é enterrado em cova de morto morrido; leva milhares de pessoas à missa de sétimo dia; o comando do II Exército manda apurar o suicídio; o general conclui: foi suicídio; o comandante proclama: foi suicídio; o procurador aceita: foi suicídio; Clarice Herzog e os filhos entram com ação na justiça; o inquérito dura 3 anos; o juiz declara a União responsável pela morte; o valor da indenização é anunciado muitos anos depois; os companheiros escrevem livros e saem resenhas nos jornais; o sindicato anuncia o prêmio com seu nome; a mulher organiza um ato nos 15 anos de sua morte; os 25 anos são lembrados; os 30 anos são lembrados; surge uma foto que parece ser ele; os amigos dão entrevistas, o filme é lançado. Todo leitor de jornal no Brasil já leu este nome alguma vez. E até a enciclopédia livre online (Wikipédia) dá um verbete para seu nome.⁹ Este conjunto de fragmentos de discurso foi formando um texto único em que a época e seus protagonistas foram adquirindo uma “imagem”. E Vlado está ali enquadrado na memória nacional, coletiva, geracional e particular. Ele é aquela foto. Sua mulher tem nome – Clarice – e não deixou que fosse esquecido, lutando contra a versão oficial. Sem dúvida a morte de Vlado foi coberta pelos jornais ao longo dos 31 anos.

Será que a imprensa correspondeu ao trabalho de memória com seu enquadramento? Será que ao lembrar a morte de Vlado ela trabalhou pela memória ou

⁹ Vladimir Herzog. (Osijek, 27 de junho de 1930 - São Paulo, 25 de outubro de 1975) foi um jornalista e professor nascido na Croácia e naturalizado brasileiro.

Conhecido por seus colegas como Vlado, Herzog nasceu na antiga Iugoslávia, filho de Zigmund e Zora Herzog, casal de judeus que emigrou para o Brasil fugindo do nazismo. Trabalhou em importantes órgãos da imprensa no Brasil e no exterior e na década de 1970 assumiu a direção do departamento de telejornalismo da TV Cultura, de São Paulo.

Por força de seu trabalho como jornalista e sua inclinação comunista, foi chamado à sede do Comando do II Exército para depoimento e encontrado morto na cela que ocupava no dia 25 de outubro de 1975. Embora a causa oficial do óbito seja suicídio por enforcamento, praticamente há consenso na sociedade brasileira que ela resultou de tortura, com suspeição sobre servidores do DOI-CODI que teriam posto o corpo na posição encontrada.

Gerando uma onda de protestos de toda a imprensa mundial, mobilizando e iniciando um processo internacional em prol dos direitos humanos na América Latina, em especial no Brasil, a morte de Herzog pode ser vista como o início da abertura política. (Wikipédia) Entre outras imprecisões, destaco a data do nascimento, que é 1937 e não 1930.

pelo esquecimento da história da ditadura no Brasil? São estas as perguntas que hoje me estimulam a estudar.

Bibliografia

ALMEIDA FILHO, Hamilton. *A Sangue Quente, a morte do jornalista Vladimir Herzog*. São Paulo: Alfa Ômega, 1978

AUGÉ, Marc. *Ficciones de fin de siglo*. Barcelona: Gedisa, 2001

BAUMWORCEL, Ana. *Vladimir Herzog e a rádio Jornal do Brasil – AM*. Trabalho apresentado no NP Rádio e Mídia Sonora, Rio de Janeiro, Intercom, 2005

DAYAN, D.,Katz, E. *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona: Gustavo Gili, s/d

JORDÃO, Fernando Pacheco. *Dossiê Herzog. Prisão, tortura e morte no Brasil*. São Paulo: Global Editora, 2005

LANDAU, Trudi. *Vlado Herzog, o que faltava contar*. Petrópolis: Vozes, 1986

MARKUN, Paulo (org.) *Vlado. Retrato da morte de um homem e de uma época*. São Paulo: Brasiliense, 1985

MARKUN, Paulo. *Meu querido Vlado. A história de Vladimir Herzog e do sonho de uma geração*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005

MIRANDA, Nilmário. *Dos Filhos deste Solo – mortos e desaparecidos políticos durante a ditadura militar*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999

MORIN, Edgar. *Sociologia*. Madrid: Tecnos, 2002

MOUILLAUD, M., Porto, S. *O jornal da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997

NORA, Pierre. *Les lieux de mémoire*. Paris : Gallimard, 1985

NORA, Pierre. *O regresso do acontecimento*. In: Le Goff, J. *Novos Problemas*. Venda Nova: Bertrand, 1979

POLLAK, Michael. *Memória, esquecimento, silêncio*. In: *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, vol.2, n.3, 1989, p.3-15

RODRIGUES, Adriano. *O acontecimento*. In: Traquina, N. (org.) *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993

SELIGMANN-SILVA, Márcio (org.). *História, Memória, Literatura. O testemunho na Era das Catástrofes*. Editora da Unicamp: Campinas, 2003

TAVARES, F. *Memórias do Esquecimento*. São Paulo, Editora Globo, 1999

VERÓN, E. *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente de la central nuclear de Three Mile Island*. Buenos Aires: Gedisa, 1983

WEIS, Luiz. *Nosso Interlocutor, ainda*. In: Jordão, F. *Dossiê Herzog*. São Paulo: Global Editora, 2005

***Correio Braziliense*: a capa-pôster revisitada e expandida para a cadeia dos Diários Associados**

José Ferreira Junior ¹

Resumo: A experiência da reforma editorial e gráfica empreendida pelo jornal, *Correio Braziliense*, durante a segunda metade da década 1990, caracterizou-se por um *revival* da programação visual da capa do periódico, elaborada no modelo de capa-pôster (ou capa-cartaz), atualizando, com o processo da policromia, as primeiras páginas produzidas pelo *Jornal do Brasil* e pelo *Jornal da Tarde* da cidade de São Paulo na década anterior. O procedimento foi tão bem sucedido que resistiu a mudanças no comando do jornal e expandiu-se para outros jornais da cadeia dos Diários Associados. Os desdobramentos dessa atitude gráfico-editorial são analisados, tendo como referencial teórico-metodológico os ditames básicos da sintaxe da linguagem visual em diálogo com o conceito de processo com tendência, derivado da crítica genética de matriz semiótica.

Palavras-chave: Jornal, Programação Visual, Desing Gráfico, Processo de Produção, Capa Pôster.

A programação visual nos jornais: Do *Jornal do Brasil* ao *Correio Braziliense*.

A segunda metade do século XX trouxe a consolidação das empresas jornalísticas, sendo, relativamente, vasta a bibliografia acerca desse período com relatos de historiadores da imprensa e relatos de jornalistas. São ainda escassos os trabalhos que se debruçam sobre a questão da programação visual das páginas impressas que foi evoluindo conforme avançavam as técnicas e os recursos gráficos, sendo atualmente um elemento no qual as empresas jornalísticas investem, renovando a fisionomia dos jornais com espaços de tempo cada vez menores.

Na tese de doutorado, por mim defendida há seis anos, analisei a evolução gráfica pela qual passou jornais impressos, focando em três processos de inovação gráfica: O *Jornal do Brasil* nos anos 1950, o *Jornal da Tarde* (da cidade de São Paulo) a partir de 1966 e o *Correio Braziliense*, que aproveitou contribuições e experiências anteriores traduziu-as, na última década do século XX, de modo ousado e criativo, agregando os efeitos da policromia,

¹ Jornalista e professor do Departamento de Comunicação Social da UFMA. Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUCSP. Pós-Doutor pela FFLCH-USP. .

consolidando o recurso da capa-pôster (ou capa-cartaz) em momentos em que a expressão visual é mais oportuna e conveniente.

O processo transformação gráfico-editorial teve um ponto de partida, no caso da imprensa brasileira, com reforma gráfica do *Jornal Brasil*, cujo desenho ficou a cargo do artista plástico Amílcar de Castro, responsável pela introdução de conceitos de simetria e assimetria na programação visual dos jornais. Washington Dias Lessa, na obra *Dois estudos de comunicação visual* e Alberto Dines em *O papel do jornal* abordam a experiência do matutino carioca.

Na configuração da página, o projeto do *JB* contemplou uma marca de identidade do jornal pré-reforma. Os anúncios classificados que tomavam conta da primeira página do jornal por completo foram reposicionados em forma de um “L”, deixando o restante da página para uma composição geometricamente estruturada naquilo que ficou conhecido como o “estilo Mondrian”, empreendido por Amílcar de Castro (ver figura 1).

O *Jornal da Tarde*, por sua vez, já trazia desde sua criação em 1966, uma determinação para ruptura com o padrão coluna, havendo um alargamento do suporte da linguagem, motivo pelo qual se inicia com *JT* a perspectiva de uma capa-pôster. Quase sempre o jornal foi dirigido por jornalistas com preocupações estéticas como os artistas plásticos Mino Carta e Murilo Felisberto. Um dos momentos de maior expressão dessa maneira de estampar a notícia do dia, descartando por completo o código verbal, foi a capa da edição em que foi noticiada a derrota da proposta de eleições diretas em 1984 (ver figura 2). É um momento no qual o suporte se traduz em texto, com a cor preta simbolizando o luto pela frustração do adiamento do sonho de retorno à normalidade democrática. A capa foi criação do jornalista Fernando Mitre, pós-graduado em Teoria Literária e conhecedor das obras de Max Bense e Abraham Moles, teóricos da estética da constatação e influenciadores de movimentos de vanguarda artística.

Recuperando efeitos estéticos produzidos pelo *Jornal do Brasil* e pelo *Jornal Tarde*, o *Correio Braziliense* passou uma profunda transformação editorial a partir dos anos 1990, sob a direção de redação do jornalista Ricardo Noblat a qual incluiu uma maneira inovadora de produção da notícia que agregava aspectos gráfico-visuais e em cuja capa sobressaiam os elementos da capa-pôster do *Jornal da Tarde* e até mesmo a solução do *Jornal da Brasil* de colocar em forma de “L” os anúncios classificados, revisitadas em algumas capas (ver figura

3). Atualmente, jornal da capital federal mantém a postura gráfica, mesmo não tendo mais a direção de Ricardo Noblat.

Antes de serem analisados os efeitos proporcionados por essas mudanças na cadeia dos Diários Associados, é preciso que se definam alguns pontos teórico-metodológicos (será o próximo tópico) e que se faça, desde logo, uma ressalva: a análise que se faz é, apenas e tão somente, do ponto de vista formal. É de reconhecimento geral o fato desse conglomerado assumir, quase sempre, posições políticas conservadoras, razão pela qual não foi possível a permanência de Noblat à frente do *Correio Braziliense*. A história de saída do jornalista é por ele contada no livro, *A arte de fazer um jornal diário*.

A busca por pontos de vista teóricos e o permanente diálogo com a gramática visual

O lugar de observação escolhido, neste trabalho, é o ressaltar a idéia de *continuum*, em cuja natureza analítica estão inseridos os conceitos de processo de produção carregado de elaborações estéticas apreciáveis. Percebe-se, portanto, uma sucessão de experiências em diversos jornais durante os últimos 50 anos, sendo que a formulação visual de um determinado momento serve de documento de processo para outras investidas transformadoras. O método genético é entendido sem que se trabalhe, necessariamente, com *rafes*, *lay out*, espelho. Esses seriam documentos de processo *stricto sensu*. A possibilidade de migrar um conceito da crítica genética (matriz semiótica) para analisar produtos massivos, típicos da indústria cultural, se apresenta como a ferramenta adequada, mesmo sabendo-se que uma página de jornal não é (nem nunca procurou ser) uma obra de arte, mas apresenta, sem dúvida, efeitos estéticos, podendo aproximar-se do “estilo Mondrian” (o artista que procurou a geometrização da arte), objetivo perseguido por Amílcar de Castro no *Jornal do Brasil*.

Uma questão de origem semiótica se apresenta no momento em que há uma ruptura com um padrão visual: a emergência de um signo novo. Impõe-se uma gramaticalidade com a qual o leitor ainda não tem familiaridade, daí decorrer o fato de que essa “vestimenta” diferente só é usada em dias nos quais o jornal é obrigado a sair do ramerrão cotidiano.

Sob o ponto de vista estritamente jornalístico, a mídia impressa diária, com o avanço extraordinário da mídia eletrônica, não é mais o veículo por intermédio do qual as pessoas tomam conhecimento dos *fait divers* ou as notícias importantes que rendem manchetes. A capa-pôster explora exaustivamente as possibilidades de jogos cognitivos com o leitor, já informado pela mídia eletrônica do fato jornalístico do dia anterior, não cabendo aqui tecer maiores comentários acerca de critérios de *noticiabilidade*.

As mudanças paradigmáticas, expostas acima, levam as confluências entre o código verbal e o código visual, no qual despontam com exuberância os diversos recursos grafismo que a tecnologia computacional permite, modificando, conseqüentemente, estruturas consagradas como a notícia escrita em forma de pirâmide invertida. Esses elementos podem ficar no título, sub-título, chapéu, infográfico, foto, texto-legenda etc. A utilização desse recursos é costumeira no dia-dia do *Correio Braziliense*, A capa-pôster, com efeito, vem ao encontro de uma demanda do jornalismo impresso: encontrar uma solução que comungue forma e conteúdo de maneira a, não somente, torná-lo contemporâneo, mas vislumbrar um caminho para sua permanência como mídia no futuro.

A programação visual do *Correio Braziliense* migra para os outros jornais dos Associados: o caso de *O Imparcial*

A cadeia de jornais (rádios, TV e outros negócios), criada por Assis Chataebriand nas décadas 1940, 1950 foi o maior grupo empresarial na área de comunicação no Brasil, sendo isso atualmente uma lembrança remota. Todavia, o conglomerado ainda possui títulos importantes. *Correio Brazileinse* e *Estado de Minas* são exemplos de jornais de grande inserção em Brasília e Minas Gerais.

Eis como se configura a rede de jornais do grupo, segundo informa a página dos Diários Associados na internet:

Correio Braziliense - Brasília, DF
Diário da Borborema - Campina Grande, PB
Diário de Natal - Natal, RN
Diário de Pernambuco - Recife, PE
Diário Mercantil - Rio de Janeiro, RJ
Diário da Tarde - Belo Horizonte, MG
Estado de Minas - Belo Horizonte, MG
Jornal do Commercio - Rio de Janeiro, RJ
Monitor Campista - Campos, RJ
O Imparcial - São Luís, MA
O Norte - João Pessoa, PB
O Poti - Natal, RN.

A perspectiva de reformulação gráfica foi sentida nos jornais da rede Associada e, em alguns casos, foi realizada a experiência de introdução da capa-pôster. Esse foi o caso do jornal *O Imparcial*, editado em São Luís do Maranhão há 80 anos; e, desde 1944 integra o conglomerado fundado por Assis Chataeubriand.

O padrão visual que acompanhou o jornal até a década de 80 se constituiu em uma referência bem diversa daquela que está hoje em vigor. Havia muito mais texto do que imagens, sendo, quase presença obrigatória, ornamentos como o fio (ou filete) que separava as colunas de texto. O modelo tinha pouca variação entre um jornal e outro, também não havendo alterações em relação a publicações de estados, economicamente, mais avançados ou locais mais distantes dos centros de decisão nacional.

A marca da austeridade gráfica acompanhou jornais como *O Imparcial*, tendo similitudes em outros periódicos de grande prestígio nacional. Em ambos os casos, as maiores mudanças aconteceram somente nos anos 1990, do século passado.

Em perfil sobre o jornal, escrito nos anos 1980, para a revista do curso de Comunicação Social da UFMA, Severino Cadorin aponta para uma caracterização do periódico, na qual se assentam os pilares norteadores de sua apresentação no âmbito do conteúdo e no domínio da forma:

Desde sua fundação, o jornal pretende ser imparcial, objetivo e sóbrio na apresentação das informações sobre os mais variados assuntos que interessam aos leitores e pretende ser defensor da família, dos bons costumes e das autoridades legitimamente constituídas, sem contudo filiar-se a qualquer partido ou facção ideológica (Cambiassu, 1986).

A tradução desses propósitos acompanhou *O Imparcial*, fazendo-o, por constatação empírica, a leitura das famílias, sobretudo de classe média, constituída por profissionais liberais, funcionários públicos, assim como o conjunto do empresariado local: um público menos afeito a ousadias gráficas, sendo que só recentemente, até por influência da editoração eletrônica (1996), houve espaço para maiores transformações no plano da apresentação visual.

Como já foi dito, foi na última década do século XX, que o jornal implementou uma reforma gráfica na qual se mudam de modo gradual a fisionomia visual e o ordenamento da paginação (ver figura 3). *O Imparcial* estabeleceu um padrão próprio de programação visual, mantendo um diálogo com o confrade *Correio Braziliense* da capital federal (ver figura 4), no qual surgem ocasionalmente as majestosas capas-pôsteres, em cuja elaboração se destacam fotos, desenhos, composições híbridas, atualizando códigos da gramática visual, inserindo a publicação entre as de vanguarda do *design* gráfico nacional.

Em maio de 2002, um novo projeto gráfico surge com o objetivo de fortalecer a idéia de construção de uma identidade exclusiva para o periódico. A unidade com o *Correio Braziliense* é preservada pelas capas-pôsters, uma marca já incorporada por *O Imparcial*. No entanto, evidenciar particularidades próprias da região e do veículo se torna uma prioridade. De acordo com Célio Sérgio, Gerente de Tecnologia: “É importante continuar lembrando que o jornal tem 80 anos de tradição, no entanto, não está parado no tempo”.

No caso de *O Imparcial*, depara-se com a questão do signo novo, cuja gramaticalidade ainda não é familiar ao leitor. Daí o estranhamento. Tal atitude levou, durante algum tempo,

o jornal a produzir duas capas: uma para os assinantes e outra para destinada á venda em banca. O assinante recebia o exemplar com a capa-pôster. E para as bancas, iam os exemplares com capas mais convencionais.

Atualmente, existe a utilização do recurso com certa prudência, porém há uma tendência clara a consolidação do estilo com a resposta positiva por parte do leitor, registrada nas correspondências que chegam ao jornal.

Convergências entre códigos: a informação também no âmbito da forma

A utilização de elementos visuais, por parte da mídia impressa, tem se constituído como um processo no qual a tendência é, cada vez mais, tentar acompanhar as possibilidades que a mídia eletrônica, sobretudo, o webjornalismo.

Emerge a questão de como traduzir para realidades locais esses propósitos. Ao que parece, o processo desencadeado há aproximadamente dez anos pelo jornal *O Imparcial*, localizado em um estado da Federação de relevância econômica periférica, traz elementos de análise de como se comportam veículos distantes dos grandes centros urbanos.

A aceitação da capa-pôster (semioticamente o signo novo) será, quase sempre um processo lento, porque terá, necessariamente, de incorporar característica da cultura local, visão essa que vem ao encontro dos que acreditam que se vive a globalização (aqui entendida em seu sentido mais amplo) nos domínios do ambiente local.

Um dado que pode parecer quase irrelevante é o fato de os leitores de *O Imparcial* manifestarem o desejo de ver manchetes com verbos, e não com frases soltas. Intenção que remete, aparentemente, à época em que os jornais eram vendidos somente por pregoeiros que tinham no conteúdo das manchetes a força para venda avulsa.

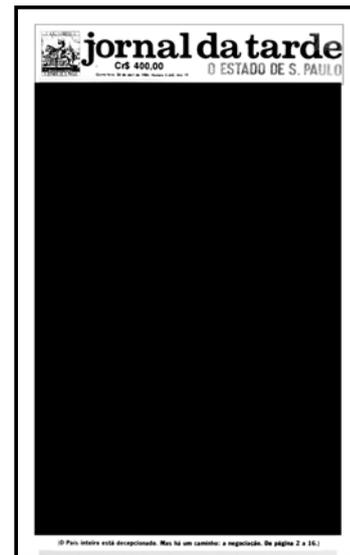
Qualquer reforma gráfica, para ser bem sucedida, precisará compreender não somente os fundamentos técnicos da sintaxe da linguagem visual, mas estar atenta ao conhecimento colateral adquirido pelo público, sendo que os estudos sobre o processo de produção de matriz semiótica adquirem importância, sobretudo por não relegar a questão somente aos aspectos

econômicos, empresariais ou tecnológicos, inserindo-os na esfera da cultura, razão pela qual fica expresso um saudável tom de inacababilidade no plano da construção ou reconstrução do conceito de jornal diário.

Ilustrações:



(Figura 1- 1º de novembro de 1960)



(Figura 2 –26 de abril de 1984)



(Figura 3 –14 de fevereiro de 1998)



(Figura 4 – 22 de abril de 2005)



(Figura 5 – 08 de março de 2006)

REFERÊNCIAS

- ABREU, Alzira Alves *et. alii*. *A imprensa em transição*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas Editora, 1996.
- ANGELO, Ivan. O jornal da era de aquário, *Jornal da Tarde, Suplemento Especial*, São Paulo, 28 de jan. 1991.
- _____. *Entrevista*, São Paulo, 28 de ago. 1998.
- ARNHEIM, Rudolf. *Intuição e intelecto na arte*. Trad. Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- _____. *Arte e percepção visual*. Trad. Ivonne Terezinha de Faria. São Paulo: Pioneira, 1997.
- AZEVEDO, Wilton. *Os signos do design*. 2. ed. São Paulo: Global, 1996.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990. v. 1 e 2.
- BENSE, Max. *Pequena estética*. Trad. Haroldo de Campos. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- CADORIN, Severino. O Imparcial – perfil do jornalismo antigo de São Luís. *Cambiassu*. São Luís, ano III, n. 4, 2º semestre 1986.
- CARTA, Mino. *Entrevista*, 30 de jan. 1998.
- COELHO SOBRINHO, José. *Legibilidade de tipos na comunicação impressa*. São Paulo, Dissertação de Mestrado – USP, 1979.
- COLLARO, Antonio Celso. *Projeto gráfico*. São Paulo: Summus, 1996.
- CRAIG, James. *Produção gráfica*. Trad. Alfredo G. Galliano *et. Alii*. São Paulo: Nobel, 1987.
- DINES, Alberto. *O papel do jornal*. 5.ed. São Paulo: Summus, 1986.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. Trad. Jefferson Luiz Camargo. 2. Ed São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- DUQUE ESTRADA, George. *Entrevista*, 30 de jan. 1998.
- ERBOLATO, Mário. *Jornalismo gráfico*. São Paulo: Loyola, 1981.
- FERREIRA JUNIOR, José. *Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico visual*. São Paulo: SENAC-SP, 2003.
- HENN, Ronaldo. *Pauta e notícia*. Canoas: ULBRA, 1996.

- HURLBURT, Allen. *Lay out*. Trad, Edmilson Conceição e Flávio M. Martins. São Paulo: Nobel, 1986.
- IBRI, Ivo Assad. *Kósmos noetós*. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- _____. *Kósmos poietikós*. São Paulo: Tese de Doutorado - FFLCH-USP, 1994.
- LESSA, Washington Dias. *Dois estudos de comunicação visual*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1995.
- MEDINA, Cremilda. *Notícia. Um produto à venda*. São Paulo: Summus, 1988.
- MELO, José Marques. *A opinião no jornalismo brasileiro*. . ed. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.
- MESQUITA FILHO, Júlio. Estadinho volta com nova face, *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 4 de jan. 1966, p. 4.
- MITRE, Fernando. *Entrevista*, 29 de dez. 1998.
- MOLES, Abraham. *Teoria da informação e percepção estética*. Trad. Helena Parente Cunha. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.
- _____. *O cartaz*. Trad. Miriam Garcia Mendes. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX. O Espírito do Tempo - 2*. Trad. Agenor Soares Santos. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1986.
- NOBLAT, Ricardo. *A arte de fazer um jornal diário*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.
- PEIRCE, Charles S. *Semiótica e filosofia*. Trad. Octanny S. da Mota e Leonidas Hegenberg. São Paulo: Cultrix, [ca. 1972].
- _____. *Semiótica*. Trad. J. Teixeira Coelho Netto. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1991.
- PIGNATARI, Décio. *Informação, linguagem e comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1996.
- _____. *Entrevista*, São Paulo, 11 de dez. 1998.
- PINHEIRO, Amálio. *Aquém da Identidade e da Oposição*. Piracicaba: Unimep, 1994a.
- POMPEU DE SOUZA. *Entrevista, Revista de Comunicação*, Rio de Janeiro, n. 7, p. 22. 1986.
- Primeira Página: Folha de S. Paulo, 1921-1998*. 4. ed. São Paulo: Publifolha, 1999.
- RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de comunicação*. 2 ed. ver. e atualizada. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- RIBEIRO, José Hamilton. *Jornalistas: 1937 a 1997*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1998.
- SANTAELLA, Lúcia. *A assinatura das coisas*. Rio de Janeiro: Imago, 1992.

- _____. *A teoria geral dos signos*. São Paulo: Ática, 1995.
- _____. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.
- _____. *Matrizes da linguagem e pensamento*. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- _____. *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?* São Paulo: Paulus, 2005
- SALLES, Cecília S. *Uma criação em processo: Ignácio de Loyola Brandão e “Não Verás País Nenhum”*. São Paulo: Tese de Doutorado – PUC, 1990.
- _____. *Crítica genética*. São Paulo: Educ, 1992.
- _____. *Gesto inacabado*. São Paulo: Annablume, 1998.
- SÉRGIO, Célio. *Entrevista*. 9 março 2006.
- SODRÉ, Nelson W. *História da imprensa no Brasil*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.
- SOUZA, Pedro Luiz P. *Notas para uma história do design*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.
- The best of news-paper design*. 19 ed. New York: The Society for News Design, 1998.
- VIEIRA, Jorge de Albuquerque. *Semiótica, sistema e sinais*. São Paulo: Tese de Doutorado – PUC, 1994.
- VILLAS-BOAS, André. *O que é [e o que nunca foi] design gráfico*. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.
- WILLIAMS, Robin. *Design para quem não é designer*. Trad. Laura Karin Gillon. São Paulo: Callis, 1995.

Jornalismo como configurador de memória midiaticizada

Ronaldo Henn ¹

Resumo: A produção jornalística, ao intervir na realidade social participando da sua construção, também atua como dispositivo configurador de memória coletiva. A escolha dos fatos noticiáveis, sua hierarquização e enquadramentos, desencadeiam semioses que não se esgotam no consumo imediato das notícias, mas apontam para possibilidades de apropriações futuras através das quais toda esta codificação replicante pode sedimentar determinados sentidos. Segmentos sociais historicamente silenciados, condenados à uma memória subterrânea e, via de regra, confinados às editoriais policiais, ocupam espaços extra sistêmicos nesta memória midiaticizada. Entretanto, conforme o conceito de semiosfera proposto por Iuri Lotman, estes segmentos conseguem realizar operações fronteiriças e provocar transformações de códigos. Em função disso, defende-se que as produções midiáticas periféricas de cunho afirmativo também se colocam como forças semióticas na configuração de outras possíveis memórias.

Palavras chave: jornalismo, memória, noticiabilidade, criminalidade, cidadania

O jornalismo constitui espaço semiótico em que se articulam confluências de várias semioses. Através delas, realidades sociais são construídas a partir de agenciamentos, tais como: critérios de noticiabilidade, hierarquização, seleção e exclusão de fatos, agendamento e, principalmente, enquadramentos. Estes dispositivos, além de enformar o noticiário no seu consumo imediato, também constroem memória coletiva midiaticizada em pelo menos dois níveis: no registro mental de determinados fatos que atravessam o tempo, mesmo que sua divulgação esgote-se na temporalidade da difusão; e pelos arquivos que geram nos vários suportes, que podem ser acionados em novas semioses. Por conta disso, a memória coletiva midiaticizada precisa ser pensada em termos dos enquadramentos promovidos pela produção jornalística.

Para melhor compreensão desta proposta, é necessário que se explicita a relação entre os conceitos nela embutidos. Início com o entendimento de espaço semiótico e

¹ Jornalista, doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC de São Paulo e professor do PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos. Coordena o Grupo de Estudos Transdisciplinares sobre Violência.

semiose. Iuri Lotman (1999) designa este espaço como a semiosfera que corresponde aquilo que na vida entende-se como biosfera. Trata-se de um sistema dinâmico, aberto, na qual todas as semioses tornam-se possíveis. Ao englobar o conjunto das dinâmicas culturais, é neste espaço que se dá tanto a produção de sentido como a de memória. Em se tratando de biosfera, como não existe nenhum organismo vivo fora de um ambiente em que se move ou atua, também o ambiente não tem qualquer sentido fora da referência à vida e às suas manifestações concretas. Por esse prisma, substitui-se a noção de adaptação por construção, o que permite por em evidência que a forma como os organismos elegem, sobre a base de sua própria organização interna, os traços e fragmentos do mundo externo relevantes para sua existência, altera o entorno. Os processos culturais, entendidos como semiosféricos, teriam a mesma envergadura. Este fenômeno produz contínuos processos de transformações, alguns de longa duração, outros mais impetuosos, já que as dinâmicas culturais não são homogêneas: há disputas de sentidos e, mais do que isso, há sentidos que se sobrepõem enquanto outros são expurgados.

Esta tensão semiótica permanente converte a semiosfera em uma estrutura complexa e heterogênea que joga continuamente com o espaço que lhe é externo. Nesta dinâmica, a cultura não só constitui sua organização interna, mas também sua degeneração externa, o que sugere que a cultura vai explodindo seu território continuamente. Nas fronteiras deste sistema, acontecem enfrentamentos tanto intensos quanto sutis, que são verdadeiras operações de tradução. Através delas, reorganizações na semiosfera são processadas

Para Lotman (1999) a questão fundamental de todo o sistema semiótico reside na relação deste sistema com o extra-sistema, com o mundo que existe para além dos seus

limites. Em outros termos, isso implica em uma relação entre estática e dinâmica, ou seja, de que maneira o sistema pode desenvolver-se permanecendo o mesmo.

A fronteira que separa o mundo cerrado da semióse e a realidade extra semiótica é, segundo Lotman (1999), penetrável. Ele se acha constantemente atravessado por incursões de elementos provenientes de esferas extra semióticas, que irrompem e levam consigo a dinâmica. Eles transformam este espaço ao mesmo tempo em que são transformados segundo suas leis.

Contemporaneamente, o espaço semiótico expulsa estratos inteiros de cultura. Formam fralda de resíduos para irromper novamente na cultura, a ponto esquecidos que podem ser percebidos como novos. O intercâmbio com a esfera extra semiótica constitui uma inesgotável reserva de dinamismo. (LOTMAN, 1999: 169)

O pensamento lotmaniano está imbuído de uma perspectiva sistêmica que trata dos sistemas abertos dinâmicos fora do equilíbrio. Do espaço disperso e caótico, designado como extra sistêmico e, em cujas fronteiras, desencadeiam-se operações tradutórias, configura-se, de forma auto organizacional, um sistema cultural com dinâmicas próprias. Pode-se falar em semióses hegemônicas, que zelam pela permanência e manutenção do sistema, a ponto de expurgarem para o espaço extra sistêmico, extratos ameaçadores. Entretanto, a entropia pode atingir patamares críticos convulsionando o sistema. Irrompem, na semiosfera, a *guerra de interpretantes*, ou a disputa de memórias, como prefere Pollak (1989).

Esta observação de Lotman é significativamente esclarecedora da abordagem aqui adotada:

Um dos fundamentos da semiosfera é sua heterogeneidade. Sobre o *eixo do tempo* (grifo meu), coexistem subsistemas cujos movimentos cíclicos possuem diferentes velocidades. Muitos sistemas se chocam com outros e mudam de repente seu aspecto e sua órbita. O espaço semiótico se encontra tomado de fragmentos de variadas estruturas que conservam estavelmente em si a memória do sistema inteiro e, caindo em espaços estranhos, podem, de improviso, reconstituir-se impetuosamente. Os sistemas semióticos dão prova, chocando-se na semiosfera, de tal capacidade de sobrevivência e transformação, e de valores

outros, como Proteo, permanecendo eles mesmos, que convém falar com muita prudência do desaparecimento de qualquer coisa neste espaço. (LOTMAN, 1998: 159-160)

Lotman e Uspenskii (1981), em trabalho produzido nos primórdios da década de 1970, chamavam a atenção de que a cultura, antes de tudo, é memória e relaciona-se, necessariamente, com a experiência histórica passada.

No memento de sua aparição portanto, uma cultura não pode ser constatada enquanto tal: adquire-se plena consciência dela *post factum*. Quando se fala da criação de uma nova cultura, verifica-se uma inevitável antecipação: entende-se, noutros termos, aquilo que, segundo se supõe, se tornará memória, do ponto de vista dum futuro reconstruível (e só o futuro, naturalmente, será capaz de demonstrar a legitimidade de tal conjectura)

Deste modo, um programa de comportamento intervém como um sistema invertido: o programa olha para o futuro do ponto de vista de quem o elabora; a cultura, ao invés, olha para o passado do ponto de vista da realização de um comportamento (programa)". (LOTMAN E USPENSKII, 1981: 41)

Por conta disso, a definição de cultura como memória da coletividade implica um sistema de regras semióticas segundo as quais a experiência de vida da espécie humana se converte em cultura. E para Lotman e Uspenskii, estas regras podem ser tratadas precisamente como programas. Em *Cultura e Explosão*, sua obra derradeira, Lotman (1999) vai destacar o caráter mutável deste programa no contraponto entre o parâmetro sistêmico da permanência frente à entropia. Ele reforça a hipótese de que não existem estruturas semióticas totalmente estáveis, imutáveis. E, portanto, a fronteira que separa o mundo fechado da semiose, da realidade extra semiótica é penetrável

Esta formulação revela a influência de Ilya Prigogine no pensamento lotminiano e é através dela que vejo a possibilidade de articulação da sua proposta com o conceito de semiose extraído da Teoria Geral dos Signos de Peirce. E é por conta desta influência que se reforça aqui a dimensão temporal da semiosfera e das semioses, já que no pressuposto da irreversibilidade do tempo e de sua função construtiva que se encontra a chave da proposta de Prigogine.

Apesar de ser uma dimensão fundamental da existência humana, o tempo passa por apropriações diferentes em diversas áreas (química, física, geologia, biologia,

ciências humanas), nas quais o passado e o futuro desempenham papéis diferentes. "Como poderia a flecha do tempo emergir de um mundo a que a física atribui uma simetria temporal? Este é o *paradoxo do tempo* que transpõe para a física o *dilema do determinismo*" (PRIGOGINE, 1996: 10). O que está em jogo neste paradoxo são duas concepções que a ciência herdou do século XIX. A primeira fundamenta-se em uma visão mecanicista, determinista e reversível dos processos físicos, que induz a uma negação do tempo. A segunda surge da termodinâmica, que aponta para o crescimento da entropia e a conseqüente morte térmica do universo. Neste sentido, a entropia abarca processos irreversíveis, orientados no tempo.

O crescimento da entropia designa, pois, a direção do futuro, quer no nível de um sistema local, quer no nível do universo como um todo. É por isso que A. Eddington associou-o à flecha do tempo. Curiosamente, porém, a flecha do tempo não desempenha nenhum papel na formulação das leis fundamentais da física newtoniana. O século XIX legou-nos, portanto, duas visões conflitantes da natureza. Com reconciliá-las? Foi este o problema central do físico vienense Ludwig Boltzmann. É ainda o nosso (PRIGOGINE, 1996: 25-26)

Outro problema, entretanto, eclode da observação dos organismos vivos: a capacidade auto-organizativa que garante o parâmetro sistêmico da permanência diante de uma degradação energética irremediável. É que a segunda lei da termodinâmica foi pensada no âmbito dos sistemas isolados, que não trocam nem energia, nem informação com o meio. Mesmo a generalização de Boltzmann deste princípio para os sistemas abertos, na proposta do seu Princípio de Ordem na qual crescimento irreversível da entropia aparece como medida da desordem molecular, não dava conta deste fenômeno. Porque além de serem abertos, quando se considera uma célula ou uma cidade, percebe-se que estes sistemas *vivem* de sua abertura. "Alimentam-se do fluxo de matéria e energia que vem do mundo exterior. Está excluído que uma cidade ou uma célula viva evolua para uma compensação mútua, um equilíbrio entre os fluxos que entram e saem. A cidade e a célula morrerão se isoladas do seu meio, pois são uma espécie de

encarnação dos fluxos que transformam continuamente" (PRIGOGINE e STENGERS, (1984: 102).

Há nesta configuração uma relação direta com o parâmetro sistêmico da complexidade. Quanto mais complexo o sistema, mais vulnerável será às flutuações e crises e mais intensa será sua força auto-organizacional com grande carga informativa. Edgar Morin (1986) lembra que a entropia é um conceito que comporta, ao mesmo tempo, um processo positivo e negativo nas e pelas organizações generativas produtoras de si. Há sistemas que se auto-organizam de tal forma que atingem graus de complexidade informativa extraordinárias, nem que para isso consumam muita energia.

Prigogine chama as estruturas que assim se desenham como dissipativas, porque o sistema só garante sua permanência, via auto-organização, se dissipar, como se ficasse em um estado contínuo de meta-estabilidade. Portanto, trata-se de um sistema aberto que interage intensamente com o meio ambiente. Ao converter energia em entropia neste jogo fronteiro, consegue organização localizada, bancada pela alta dissipação da energia como um todo. Parâmetros críticos ultrapassados amplificam flutuações, gerando crises que obrigam o sistema a evoluir. Ao vencer uma crise, o sistema ressurge reorganizado, reestruturado, e talvez com sua identidade modificada.

A esse processo, Prigogine também designa como *papel construtivo da irreversibilidade* que, quanto mais longe do equilíbrio, torna-se mais impressionante. "É graças aos processos irreversíveis, associadas à flecha do tempo que a natureza realiza suas estruturas mais delicadas e mais complexas. A vida só é possível num universo longe do equilíbrio" (PRIGOGINE, 1996: 30).

Existem algumas sutilezas nestes processos que aqui se destacam. A força construtiva da irreversibilidade coloca a flecha do tempo em outra dinâmica: aponta para uma evolução do sistema, entendida aqui como aumento de complexidade. Um

processo, portanto, orientado para o futuro que vai constituindo uma memória, através da qual a auto-organização se perpetua. Por outro lado, estas operações são fronteiriças, dinâmicas e instáveis nas quais se insurge uma explosiva realidade extra sistêmica. A semioesfera de Lotman comporta-se exatamente como a estrutura dissipativa de Prigogine. Se a memória coletiva, sendo semiose, só pode estruturar-se na semioesfera, logo ela funciona como estrutura dissipativa.

Na teoria de Peirce, a semiose significa a própria ação do signo, que pode ser descrita da seguinte forma: há um objeto, fora dele, que determina a sua existência enquanto signo que, por outro lado, só se efetiva como tal na produção do interpretante, outro signo que se gera na mente afetada pelo signo e que mantém a relação primordial com o objeto. O interpretante, assim que gerado, e sendo signo, terá condição de produzir outro interpretante e este, mais outro, sucessivamente. Estes novos signos gerados podem ser mais desenvolvidos em relação aos iniciais e propiciariam outros desvendamentos do objeto dinâmico. Desta forma, a semiose constitui-se em processo animado por uma meta, uma tendência: esgotar representacionalmente e interpretativamente o objeto que desencadeou o movimento a partir de determinado signo ou conjunto de signos. Processo esse, frise-se, que traz embutido um desgaste temporal.

Se o signo tem a capacidade de gerar outro e signo e só existe em função desta capacidade, há nele uma dinâmica autopoietica própria dos chamados sistemas abertos dinâmicos fora do equilíbrio, que fervilham nos sistemas vivos. E não se trata apenas de replicar: os interpretantes vão crescendo e ganhando outras desenvolturas. Exibem uma competência auto organizacional própria deste tipo de sistema e com versatilidade impressionante exatamente nos sistemas culturais que, de outra perspectiva, formam os ambientes produzidos pelas semioses.

Quando se descreve a semiose como processo que envolve signos que geram outros sucessivamente, pode-se imaginar uma linearidade que em nada corresponde à sua efetiva dinâmica. O que temos são processos multifacetados, que podem ter desdobramentos sincrônicos imprevisíveis e altamente conflitantes. Um mega signo como a cobertura noticiosa de determinado acontecimento afetará uma quantidade considerável de mentes que não processarão, necessariamente, o mesmo interpretante. De acordo com o repertório, competências interpretativas ou observação colateral, como preferia Peirce, mesmo que haja enquadramentos prévios nas próprias configurações das notícias, os interpretantes por elas gerados podem conter percepções até mesmo conflitantes dos objetos noticiados. Pode-se falar, inclusive, em guerra de sentidos.

Por outro lado esta imprevisibilidade termina se circunscrevendo a determinados contextos que as próprias operações auto organizacionais instituem. Códigos vão se estabelecendo gerando formatos e linguagens específicos que impõem certos limites a semiose. Limites esses que não são definitivos, graças à dimensão icônica dos sistemas, seu patamar de caoticidade, de onde podem emergir transgressões e novidades. Em outro trabalho (HENN, 2005), situava a semiose como processo de geração de signos multidirecional e simultâneo que, dependendo do fundamento e do suporte em que o signo se constitui, corresponderá a um complexo sígnico com infinitas possibilidades de interpretantes que oscilam entre a conservação e a inovação. Trata-se de um fenômeno que se dá no fluxo do tempo, inclusive como probabilidade. Na medida em que ela avança, vai *gerando memória*, concentrando presente, passado e futuro.

A memória coletiva, portanto, é uma construção semiótica e se circunscreve às potencialidades auto-organizacionais embutidas na semiose. Ela é gerada no dinamismo da entropia dos sistemas culturais: existe graças à irreversibilidade do tempo. Não se

trata apenas de um dispositivo conservador de informação: ele tem a capacidade de disparar novos sentidos.

Mesmo que, conforme proposição de Pollak (1989) há memórias subterrâneas que dormitam no esquecimento, diante de determinadas circunstâncias elas podem aflorar. Basta que um conjunto de signos sejam acionados no desencadeamento de novas semioses, possibilitando, inclusive, outras versões da história: os objetos dinâmicos, fora que estão dos signos mas, ao mesmo tempo, determinantes na sua existência, mantém o motor semiótico em potencial movimento.

Na sociedade midiaticizada, o jornalismo atua como o grande construtor do espaço semiosférico e, portanto da sua memória. Ao atribuir-se a competência de definir que é realidade relevante o jornalismo produz, nesta operação, enquadramentos em vários níveis. O maior deles situa-se na própria estipulação das fronteiras semiosféricas. O menor, e não menos importante, dá-se na construção dos fatos noticiosos com todas as operações de produção nela implícitas. A mera escolha de uma fonte em detrimento de outras, fato que, como observarei adiante, na cobertura policial produz enviezamento problemático, já é uma forma avassaladora de enquadramento neste nível.

A hipótese do *agenda-setting*, oriunda das pesquisas em jornalismo, na revisão promovida pelos próprios proponentes (McCOMBS, SHAW, 1993), também adota o termo enquadramento. A postulação original aponta que os mídias noticiosos fornecem mais do que um certo número de notícias, mas também estipulam as categorias através das quais os consumidores podem tematizá-las. Desta forma, as pessoas elaboram seus conhecimentos sobre o mundo a partir daquilo que a mídia inclui ou exclui do seu próprio conteúdo. Ao mesmo tempo, a capacidade de influência da mídia sobre o conhecimento daquilo que é importante e relevante, varia segundo os temas tratados. Em outros termos, os meios noticiosos podem não influenciar os receptores a ponto de

determinarem aquilo que devem fazer mas, com certeza, estabelecem os temas com os quais a sociedade envolve-se e pensa durante algum período de tempo. (BENTON e FRAZIER, 1976). Além disso, o jornalismo enquadra os temas sobre determinados enfoques.

Há, pelo menos dois segmentos de memória neste processo. Um deles refere-se aos sentidos que determinados temas ganham na construção de opinião pública, cuja semiose, conforme exposto, replica no tempo. O outro é constituído pelos próprios fatos noticiados transformados em fonte historiográfica ou mesmo do jornalismo no trabalho de reconstrução de fatos passados.

Por outro lado, na medida em que o jornalismo, pelo que já foi posto, participa ativamente da construção social da realidade, é lógico pensá-lo como um grande produtor de memória coletiva. Traquina (2004) argumenta que, de uma concepção construcionista, torna-se impossível uma distinção radical entre realidade e os mídias noticiosos que deveriam refleti-la na medida em que estes próprios mídias atuam na constituição desta realidade.

Como os sistemas midiáticos são complexos empresariais de grande monta, *a organização e construção desta memória* alinham-se à tradicional perspectiva dos *vencedores*. Os segmentos sociais historicamente marginalizados e excluídos aparecem nos produtos de mídia sob determinados enquadramentos que raramente correspondem à organização semiótica destas comunidades. Por mais bem intencionados que sejam os produtores de mídia, há um inevitável ruído por conta das regras sedimentadas nos sistemas sócio-culturais a que pertencem.

Há, da mesma forma, uma série de silenciamentos a que segmentos mais marginalizados são submetidos. No noticiário policial, impera uma perspectiva de segurança pública de proteção da classe média. A população mais pobre tende a ser

vista como inimiga em potencial. Suas mortes são noticiadas de forma sordidamente replicante: corpos encontrados sem direito à identidade; montanhas de corpos jogados no IML; montanha de corpos enterrados como indigentes.

A semiosfera na qual se constitui a memória midiaticizada, comportando-se como um sistema aberto, dinâmico, fora do equilíbrio, não é estável e, por conta disso, está sujeita a periódicas convulsões, algumas delas com poder transformador intenso. Neste sentido tais apagamentos, que Pollack (1989) chama de memórias subterrâneas, podem emergir através de operações de traduções nas fronteiras sistêmicas desencadeando novos enquadramentos.

A partir de uma perspectiva historiográfica construtivista, Pollak (1989) salienta que não se trata mais de se lidar com os fatos sociais como coisas, mas de analisar como os fatos sociais se tornam coisas que são dotadas de duração e estabilidade. Esta abordagem vai se interessar primordialmente pelos processos e atores que intervêm no trabalho de constituição e de formalização das memórias. Nesta virada, entra em cena a história oral que vai privilegiar a análise de excluídos, marginalizados e minorias, grupos no interior dos quais sedimentam-se memórias subterrâneas. Trata-se de um deslocamento da percepção da memória coletiva de Halbwachs (1990), já que, através desta abordagem, acentua-se o caráter destruidor, uniformizador e opressor de uma memória coletiva nacional. Diante disso, Pollak (1989) acentua um caráter estrutural importante desta memória subterrânea para que se possa articulá-la a uma perspectiva sistêmica, como o da semiosfera: "Essas memórias subterrâneas que prosseguem seu trabalho de subversão no silêncio e de maneira quase imperceptível afloram em momentos de crise, em sobressaltos bruscos e exacerbados. A memória entra em disputa" (POLLAK, 1989). A questão que se coloca é de que maneira esta memória

proibida e clandestina imprimi suas marcas na cena cultural midiaticizada, sobretudo através do jornalismo.

Recentemente, percebe-se no Brasil a proliferação de uma espécie de produção midiática afirmativa, através da qual comunidades marginalizadas apropriam-se dos aparatos tecnológicos de mídia para imprimirem sua própria lógica na cena cultural. O movimento do hip-hop, mais intensamente vem ganhando grande visibilidade e produzindo códigos diferentes, não só na música e na moda, seus veículos de maior materialidade, mas também na produção jornalística. Trabalhos comunitários como laboratórios áudio visuais, incentivam produções de documentários, programas televisuais e radiofônicos através dos quais as próprias comunidades engendram os seus sistemas semióticos. Defendo que este tipo de produção, que aos poucos ganha, não sem problemas, contornos na mídia convencional, também é uma forma de produzir outros nichos de memória coletiva tensionando o enquadramento hegemônico. Os jovens de periferia via de regra são enquadrados na perspectiva da criminalidade e confinados às editorias policiais. Através destas operações, imprimem suas lógicas em outros espaços em um conflito semiótico de grande envergadura.

Os rappers MV Bill e Celso Ahyde, ambos oriundos da favela Cidade de Deus, produziram documentário em que retrataram crianças e adolescentes que trabalham para o narcotráfico. O trabalho de pesquisa cobriu praticamente todas as principais regiões metropolitanas do Brasil. Como os dois possuem familiaridade com os códigos constituídos nestas situações de extrema vulnerabilidade e com o fato de Bill, até então à margem da grande mídia, ser reconhecidamente ídolo nestes segmentos da população, os meninos prestaram depoimentos sem muitas barreiras. Depois de demoradas negociações, exatamente por temerem aproveitamento inadequado de todo este esforço, a Rede Globo exibiu o documentário dentro do programa *Fantástico*. Com o nome

Falcões, meninos do tráfico, o trabalho ocupou mais de uma hora da revista dominical proporcionando fenômeno semiótico interessantíssimo.

A fala crua, sem rédeas, dos meninos, instituiu uma série de informações novas, desde a ritmicidade e entonação dos depoimentos, até a sua brutal realidade. Este documentário, no interior do *Fantástico*, rompeu, em pelo menos uma hora e meia, o formato padrão da Globo mesmo que, no fechamento, a emissora produziu um quadro com depoimentos de escritores, aí já dentro do enquadramento replicante do programa. Ao mesmo tempo, pelas suas condições de produção, este trabalho fez alguma coisa que o jornalismo convencional jamais conseguiria fazer. Iniciativas como estas geram outros nichos de memórias, impõem seu compartilhamento.

Agora se, isoladamente, o documentário produz efeito potencialmente explosivo, a visibilidade conquistada por um dos seus autores, o MV Bill, já começa a diluir no rotineiro enquadramento global. Uma semana depois de exibido, o rapper aparece no *Domingão do Faustão*, também exibidos na parte vespertina dos domingos pela mesma emissora, junto ao único remanescente vivo entre os garotos entrevistados, que cumpria pena em regime semi-aberto. Como no documentário ele anunciava seu grande desejo era o de trabalhar em um circo, no Faustão sua situação começou a ganhar contornos do *formato Cinderela*. No domingo dedicado ao Dia das Mães, lá estava o rapper novamente agora para falar das mulheres que superavam dificuldades imensas na Cidade de Deus. A figura de Bill não parecia mais ameaçar o padrão Globo. Em trabalho de 2004 (HENN, 2004) havia analisado a primeira aparição de Bill no Domingão do Faustão e chamado a atenção para o conflito semiótico que ali se estabelecia e já percebia a força do enquadramento.

Mas apesar do mecanismo redutor do enquadramento hegemônico, estas iniciativas criam zonas de instabilidade no sistema de propagação alvissareira. Um

documentário como Falcões provoca deslocamento no sistema de fontes do jornalismo convencional. No material sobre juventude e criminalidade (HENN, OLIVEIRA, 2004), o jornalismo trabalha preponderantemente com fontes policiais e, quando muito, com especialistas convocados para expor suas análises da problemática. Em Falcões, somente os garotos falam e toda uma outra percepção do problema constrói-se. Os signos produzidos com este ímpeto dinamizam o espaço semiótico redundante do jornalismo e, potencialmente, novos mecanismos de produção de memória coletiva midiaticizada são acionados.

Referências bibliográficas

- BENTON, M; FRAZIER, P.J. (1976) "The agenda-setting function of mass media at three levels of information molding". *Communication Research*
- BONIN, Jiani (2005). "Mídia e memórias: elementos para pensar a problemática das memórias étnicas midiaticizadas", in *Logos*, Edição Especial. Rio de Janeiro: UERJ, 38-50
- HALBWACHS, Maurice (1990). *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice
- HENN, Ronaldo (2004), *A dimensão semiótica da violência*. Intercom 2004, Anais, NP 15, Porto Alegre.
- ___ *A semiodiversidade diante da irreversibilidade do tempo*. Intercom 2005, Anais, NP 15, Rio de Janeiro.
- HENN, Ronaldo e OLIVEIRA, Carmen (2004), *O hiperdimensionamento da criminalidade juvenil*. Salvador, II SBPJor.
- LOTMAN, Yuri. *Cultura y explosión, Lo previsible en los procesos de cambio social*. Barcelona: Gedisa Editorial, 1999.
- LOTMAN, Yuri, USPENSKII, Boris, et. al. *Ensaio de Semiótica Soviética*. Lisboa: Horizonte Universitário, 1981.
- LOZANO, Jorge. "Prólogo", in LOTMAN, *Cultura y Explosión*. Barcelona: Gedisa, 1999.
- McCombs, DL Shaw (1993), "The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas", in *The Journal of Communication*, vol. 43
- MONTESPERELLI, Paolo (2004). *Sociologia de la memoria*. Buenos Aires: Nueva Visión
- POLLAK, Michael (1989). "Memória, esquecimento, silêncio", in *Estudos Históricos*, vol. 2, n. 3, Rio de Janeiro: 3-15
- PRIGOGINE, Ilya e STENGERS, Isabelle. *Entre o Tempo e a Eternidade*. Lisboa: Gradiva, 1990.
- ___ *A Nova Aliança*. Brasília: UNB, 1984.
- PRIGOGINE, Ilya. *O Fim das Certezas. Tempo, Caos e as Leis da Natureza*. São Paulo: Unesp, 1996.
- TRAQUINA, Nelson (2004). *Teorias do Jornalismo*. Florianópolis: Insular, UFSC

Considerações metodológicas sobre a pesquisa aplicada em jornalismo

Carlos Eduardo Franciscato ¹

Resumo: Este paper apresenta um roteiro inicial de questões de ordem metodológica para considerar a pesquisa aplicada em jornalismo. O texto procura discutir a viabilidade desta forma de pesquisa por meio de três caminhos: identificando contribuições que pesquisas de tipo descritivo e experimental possam oferecer para delimitar um modelo de pesquisa aplicada; mapeando áreas temáticas em que a pesquisa aplicada em jornalismo seja mais fecunda; e propondo um modelo inicial deste tipo de pesquisa.

Palavras-chave: Teorias do Jornalismo, Pesquisa aplicada, Metodologia Científica, Pesquisa Experimental, Ciências Sociais Aplicadas.

1. Introdução

Os estudos sobre jornalismo vêm acompanhando os debates e desenvolvimentos das ciências sociais e humanas nos últimos cem anos, recorrendo a seus pressupostos e metodologias e enfrentando um conjunto de problemas, dilemas e impasses que as disciplinas deste campo vêm enfrentando.

Entendemos que a investigação sobre o grau de aplicabilidade do conhecimento científico ao jornalismo deve abordar uma discussão fundamental sobre os modelos de pesquisa mais apropriados a esta área. Tal discussão, de ordem predominantemente metodológica, é necessária à medida que os estudos em jornalismo vêm procurando desenvolver uma autonomia teórica capaz de fundar um campo de saber conceitual e instrumental.

O objetivo deste *paper* é apresentar algumas referências teóricas e metodológicas que contribuam para uma compreensão sobre os tipos de pesquisa mais adequados ao campo do jornalismo. Em particular, o texto procura levantar algumas bases conceituais que possam tornar sustentável e operacional a concepção de que a pesquisa aplicada é um

¹ Professor da Universidade Federal de Sergipe. Jornalista. Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA.

tipo de investigação científica apropriado para a área, estabelecendo um diálogo entre pesquisa descritiva e experimental, bem como apresentando áreas temáticas em que a pesquisa aplicada em jornalismo seja mais fecunda, além de propor um modelo inicial deste tipo de pesquisa.

O argumento deste texto tem dois momentos. No primeiro, buscaremos uma breve discussão sobre os desafios da pesquisa em jornalismo, sua relação com pesquisas desenvolvidas nas ciências sociais e humanas e sua classificação institucional como ciência social aplicada. O texto traz, então, a hipótese de que a adoção de uma metodologia de ciência (ou disciplina) aplicada significa aproximar-se de um modelo de pesquisa experimental e discute as vantagens e desvantagens desta aproximação.

Em segundo lugar, apresentamos uma proposta preliminar de um mapeamento de áreas de pesquisa aplicada em jornalismo, bem como esboçamos um roteiro de construção de pesquisa aplicada na área. Neste caso, trabalhamos com uma segunda hipótese, de que a pesquisa aplicada em jornalismo é uma área de pesquisa cuja fundamentação baseia-se nas teorias clássicas das ciências sociais e humanas. O desafio para os pesquisadores em jornalismo é considerar as especificidades deste objeto e estabelecer uma metodologia que possibilite esta interlocução entre áreas de conhecimento.

2. Dilemas da pesquisa em jornalismo

Como parte das teorias de comunicação, os estudos de jornalismo têm acompanhado os debates e desenvolvimentos das ciências humanas nos últimos cem anos, recorrendo também a seus pressupostos e metodologias e enfrentando, de forma semelhante, suas grandes polêmicas. Em outras palavras, as pesquisas em jornalismo têm estado à mercê de um conjunto de problemas, dilemas e impasses que estas ciências enfrentam.

Se por um lado esta semelhança e vinculação são necessárias para inserir estas pesquisas em uma tradição de pensamento acadêmico, por outro lado tem também gerado dificuldades nos avanços que o jornalismo, como campo específico de saberes, necessita alcançar para qualificar teórica e instrumentalmente sua atividade. Uma das dificuldades reside na insuficiência de formulação de um consistente aparato conceitual próprio que possa explicar a atividade. Em vez disso, pesquisas em jornalismo têm sofrido uma tendência a conduzir suas discussões para o interior de disciplinas humanísticas fundadoras de quadros conceituais. Tal movimento redundante, pela própria natureza de rigor disciplinar da tradição, em uma exigência de o pesquisador em jornalismo dar conta dos problemas (epistemológicos inclusive) destas disciplinas, e tal enfrentamento lhe faz tirar o foco principal sobre as questões conceituais específicas do jornalismo.

Um segundo nível de argumentos sobre os desafios das pesquisas contemporâneas em jornalismo direciona-se para questionar se a vinculação disciplinar mais adequada para a área de jornalismo seria o campo das ciências sociais aplicadas, em vez de se localizar no das ciências humanas, *locus* de onde surge a maioria dos estudos comunicacionais e, também, de jornalismo (Meditsch 2004; Machado, 2004, 2005). Como defesa inicial desta tese está um argumento institucional: em sua divisão das áreas de conhecimento, o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) insere a área de comunicação (e, em decorrência, a de jornalismo) no campo das Ciências Sociais Aplicadas.

Entretanto, o principal argumento em favor desta tese é qualitativo: o jornalismo é uma atividade social prática² que necessita da pesquisa aplicada para o seu

² Aplicamos a compreensão de que o jornalismo é uma atividade social prática no sentido de tratarmos preferencialmente do conjunto das práticas (habilidades e técnicas) executadas pelos jornalistas e das normas, valores e conhecimentos que conformam, dão discernimento e orientam esta prática. Os jornalistas integram o corpo coletivo que compõe a instituição jornalística, mas são eles também que fazem a atividade jornalística ser um corpo de saberes dinâmico, que é recriado diariamente em sua

desenvolvimento. A atividade jornalística é um *corpus* de conhecimentos e procedimentos individuais, coletivos e organizacionais que exigem um contínuo aperfeiçoamento tanto para corresponder às exigências sociais quanto para dar conta das transformações sociais no campo da tecnologia, economia, política e cultura, bem como estimulam a busca de inovações de processos e produtos jornalísticos.

Há, aqui, um importante ponto de convergência entre o setor acadêmico e o produtivo, com possibilidade de produção de conhecimento (objetivo maior da academia) que tenha fins aplicados (interesses das organizações produtivas, como as indústrias da mídia). Meditsch (2004, p. 99) considera que a indústria jornalística brasileira vem, nos últimos anos, buscando apoio das universidades para a solução de seus problemas, sem encontrar interlocutor interessado ou capacitado para esta parceria.

Machado considera que a hesitação dos pesquisadores em jornalismo em optar por realizar pesquisa social aplicada (preferindo localizar-se no campo das ciências humanas) tem gerado, na área, uma incapacidade em desenvolver metodologias próprias de pesquisa e, em consequência, dificuldades em se constituir como um campo de conhecimento:

Ao defendermos a prioridade para a pesquisa aplicada nada mais queremos que, com mais de dois séculos de atraso, o circuito da produção de conhecimento seja completado no campo do jornalismo. Com o estímulo à pesquisa aplicada haveria a possibilidade para a pesquisa auto-reflexiva, - a que determina o nível de amadurecimento do próprio campo - e que permitiria a cobertura de uma lacuna que provoca muitos prejuízos ao processo de formação: o desenvolvimento de métodos de pesquisa e metodologias de ensino no campo do jornalismo. (Machado, 2005)

3. A pesquisa descritiva e experimental

A hipótese inicial deste *paper* é a de que a pesquisa aplicada em jornalismo pode ser melhor caracterizada com uma aproximação aos métodos lógicos e técnicos da pesquisa experimental. Em linhas gerais, a pesquisa aplicada é definida “por seu interesse prático,

produção, mesmo que condicionado por estruturas e recursos de produção e por normas e valores internalizados (Franciscato, 2005).

isto é, que os resultados sejam aplicados ou utilizados, imediatamente, na solução de problemas que ocorrem na realidade” (Marconi e Lakatos, 2002, p. 20). Conforme Santaella,

A motivação principal das pesquisas aplicadas, por seu lado, está na contribuição para resolver um problema. Para tal, ela aplicará conhecimentos já disponíveis, mas das aplicações podem resultar não apenas a resolução do problema que a motivou, mas também a ampliação da compreensão que se tem do problema, ou ainda a sugestão de novas questões a serem investigadas (Santaella, 2001, p. 140)

Ao indicar o método experimental como procedimento de pesquisa aplicada, não é nossa intenção afirmar ser somente este o caminho da investigação em jornalismo. Entendemos que a pesquisa aplicada em jornalismo exige um esforço de construção metodológica ainda por ser feito, e as premissas da pesquisa experimental podem colaborar para esta consolidação.

Ao mencionarmos as possíveis contribuições dos métodos lógicos e técnicos de investigação experimental para a delimitação de um modelo de pesquisa aplicada, estamos executando uma distinção entre; a) um método lógico, referindo-se ao âmbito da interpretação da realidade; b) um método técnico de investigação, considerando este “as manipulações analíticas através das quais o investigador procura assegurar para si condições vantajosas de observação dos fenômenos” (Fernandes, 1972, p. 13). Lakatos e Marconi (1992) e Gil (1999) destacam dois níveis metodológicos: os métodos de abordagem, em que são apresentados os princípios lógicos de uma pesquisa (método dedutivo, indutivo, hipotético-dedutivo, dialético e fenomenológico); e os métodos de procedimento, em que são explicitadas as opções de trabalho do pesquisador conforme o problema e o objeto de pesquisa. Neste, encontram-se o método histórico, estatístico, comparativo, tipológico, etnográfico, experimental, entre outros.

É a partir destes métodos que são desdobrados vários tipos de pesquisa. Marconi e Lakatos (2002) apresentam classificações e divisões elaboradas por diferentes autores,

conforme as circunstâncias de cada pesquisa, não sendo excludentes entre si. Destas, interessa-nos neste momento a classificação entre pesquisa descritiva e experimental.

A separação entre estes dois tipos de pesquisa baseia-se em referenciais teóricos diferenciados. Na pesquisa descritiva, o pesquisador procura “*conhecer e interpretar a realidade, sem nela interferir para modificá-la*”, isto é, “está interessado em descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los”, com o objetivo de conhecer “a natureza do fenômeno, sua composição, processos que o constituem ou nele se realizam” (Rudio, 1986, p. 55-57).

As pesquisas descritivas de ordem quantitativa baseiam-se na quantificação como “única via de assegurar a validade de uma generalização, pressupondo um modelo único de investigação, derivado das ciências naturais” (Chizzotti, 2003, p. 222). Por isso, a indução é o método lógico utilizado para a formulação de leis, a partir de verificações objetivas, com base em frequências estatísticas.

As pesquisas descritivas qualitativas assumem “multiparadigmas de análise”, derivados do positivismo, do estruturalismo, da fenomenologia, da hermenêutica, do marxismo, da teoria crítica e do construtivismo (Chizzotti, 2003, p. 221). Dentre os tipos mais comuns de pesquisa qualitativa estão a etnografia, a pesquisa participante e a pesquisa-ação, e os métodos procedimentais técnicos de investigação mais comuns são a entrevista, análise de discurso, estudo de caso e observação participante (Chizzotti, 2003, p. 221).

A pesquisa experimental, por sua vez, origina-se historicamente de um referencial positivista das ciências da natureza. Nesta, o pesquisador “*manipula deliberadamente algum aspecto da realidade, dentro de condições anteriormente definidas, a fim de observar se produz certos efeitos*”. Para isso, há uma preocupação fundamental em estabelecer uma relação de causalidade entre variáveis, o que exige uma situação de “controle rigoroso,

procurando evitar que, nela, estejam presentes influências alheias à verificação que se deseja fazer” (Rudio, 1986, p. 55-57)

É compreensível que, com tal definição, a pesquisa experimental tenha pouca penetração no campo das ciências sociais e humanas, pois a analogia a experimentos laboratoriais isolados parece pouco adequada para investigar os complexos processos sociais e culturais. A crítica ao experimentalismo parte de pesquisadores qualitativos que defendem haver uma “relação dinâmica, uma interdependência entre o mundo real, o objeto da pesquisa e a subjetividade do sujeito” (Santaella, 2001, p, 143). Contra os experimentalistas, argumentam que o objeto não é dado, mas construído no processo da pesquisa, e o sujeito interfere na construção significativa deste objeto. Há, como pano de fundo, uma crítica tanto aos métodos procedimentais de investigação quanto aos modos e possibilidades científicas de o pesquisador conhecer a realidade:

Essas críticas expuseram os limites da pesquisa experimental, quantitativa, denunciaram a pretensa neutralidade científica, os vínculos do conhecimento científico com as estruturas sociais, os mecanismos de reprodução social, as filigranas da luta de classe, e o engodo de se admitir, a pretexto da unidade da ciência, um único padrão de conhecimento sob o império exclusivo do pensamento positivista. (Chizzotti, 2000, p. 32)

A pesquisa experimental se utiliza, também, de uma outra ferramenta pouco aceita por pesquisadores qualitativos, o experimento laboratorial. “O *experimento* é uma situação, criada em laboratório, com a finalidade de observar, sob controle, a relação que existe entre fenômenos (...) Estes esforços são concretizados na forma de procedimentos, que visam *isolar* a observação, de fatores ou influências capazes de nela intervir, falseando-a” (Rudio, 1986, p. 60). O experimento pode estar fora do ambiente laboratorial, contanto que haja uma interferência do pesquisador em um aspecto da realidade e sejam desenvolvidas técnicas rigorosas de controle sobre as variáveis, a fim de observar as relações de causalidade entre elas.

4. Roteiro preliminar para uma pesquisa aplicada em jornalismo

Este *paper* baseia-se em uma segunda hipótese, de que a pesquisa aplicada em jornalismo é uma área de pesquisa cuja fundamentação localiza-se nas teorias clássicas das ciências sociais e humanas. Isto significa que construir um modelo de pesquisa aplicada em jornalismo não nos conduz à rejeição das teorias sobre a sociedade e a comunicação construídas na tradição do pensamento social. É a partir deles que pretendemos formular um modelo (ou mesmo apontar para mais de um modelo) de pesquisa aplicada em jornalismo. O esforço será no sentido de construir uma nova metodologia de pesquisa, esta sim específica à pesquisa aplicada.

É oportuno esclarecer que o desenvolvimento de novos processos, produtos e tecnologias para o jornalismo não é, em si, um campo teórico autônomo. A especificidade está na construção metodológica necessária a este tipo de pesquisa. Mais propriamente, os contornos disciplinares do campo do jornalismo decorrerão de um conjunto: a) da especificidade de atividade jornalística, suas práticas e normas e de sua constituição como objeto científico; b) dos fundamentos conceituais que delimitam e orientam esta atividade; c) de uma metodologia de construção de saber no interior deste campo.

O esforço é, então, sistematizar e construir um modelo que apresente capacidade de articular fundamentações teóricas a aplicações práticas no jornalismo, possibilitando diálogo interdisciplinar no interior das ciências humanas e destas com as aplicadas, introduzindo, se possível, as engenharias e ciências da computação como disciplinas de base tecnológica. Neste caso, quando nos referimos à tecnologia estamos tratando de um fenômeno que é estruturante da atividade jornalística, seja no seu aspecto da prática da atividade quanto na compreensão teórica da própria atividade. A tecnologia deve ser, então, percebida em uma perspectiva *transversal* aos demais campos do conhecimento.

4.1 Áreas de pesquisa aplicada em jornalismo

Apresentamos, a seguir, uma tipologia preliminar das principais áreas de pesquisa aplicada em jornalismo. É uma sistematização provisória destinada apenas a visualizar possíveis modalidades em que a pesquisa aplicada possa ser desenvolvida, classificadas na forma de tipos que tenham certas semelhanças de ação, objetivos e resultados:

1º) Pesquisa aplicada no gerenciamento de organizações jornalísticas

Destinada a desenvolver novas rotinas de trabalho do jornalista dentro das organizações noticiosas. Nesta área, valoriza-se a proposição de novos modelos redacionais considerando fatores circunstanciais de cada mídia (por exemplo, adequação de um jornal a interesses de mercado ou busca de maior produtividade) e a apresentação de novas formas de convergência (interação e articulação) entre mídias jornalísticas.

2º) Pesquisa aplicada no desenvolvimento de técnicas de apuração jornalística

Esta área compreende dois tipos principais: a) Temas envolvendo *Computer-Assisted Reporting* (uso de computadores e Internet para auxiliar no processo de busca, coleta e apuração de informações noticiosas e sua otimização com novos programas auxiliares); b) Pesquisas relativas à reportagem jornalística e ao tratamento temático das áreas de cobertura (desenvolvimento de novas técnicas jornalísticas de abordagem de conteúdos temáticos, novas formas de entrevista jornalista e da relação jornalistas-fontes de informação, novas técnicas de observação do ambiente em que se desenrola o fato jornalístico e novos modos de uso de documentos como fonte jornalística).

3º) Pesquisa aplicada na arquitetura da informação

O tema principal desta área é o banco de dados como suporte na atividade jornalística para a construção e gerenciamento de informações jornalísticas. Os tipos de pesquisa nesta área podem ser o uso de *softwares* de construção e processamento de bancos de dados *on-line* e *off-line*, a utilização de banco de dados públicos e privados na Internet, bem como programas para análise estatística de dados.

4º) Pesquisa aplicada no desenvolvimento de novos gêneros, formatos e linguagens dos mídias jornalísticos

Investigação sobre os modelos possíveis de gêneros, formatos e textos jornalísticos, considerando novas experiências de produção jornalística visando a uma competência de elaboração textual e sua articulação com técnicas de reportagem e rotinas de produção adequados aos mídias jornalísticos tradicionais e aos novos mídias, bem como a busca de alternativas à padronização no texto com a proposição de recursos narrativos e o desenvolvimento de novas editoriais, programas, formatos em experiências como o jornalismo em tempo real e jornalismo ao vivo.

5º) Pesquisa aplicada na definição de estratégias de atuação das organizações jornalísticas

Esta área de pesquisa aplicada pode dedicar-se ao estudo dos processos de definição de novos produtos editoriais para ingresso nos sistemas e mercados de mídia: pesquisas sobre o perfil e preferências do público; formas de adequação entre o produto jornalístico e preferências do público; e crescimento de interatividade entre organização e público.

6º) Pesquisa aplicada no desenvolvimento visual de formatos gráficos e design de jornais

Esta área abrange pesquisas sobre o desenvolvimento e implantação de novos projetos gráficos em empresas jornalísticas, bem como construção de arquiteturas de navegação em *sites* jornalísticos: design e reformulação gráficos de jornais; experiências de desenvolvimento e aplicação de tipografia; produção de infográficos e recursos de animação; novas formas e linguagens da imagem no jornalismo.

Esta tipologia tem uma finalidade basicamente ilustrativa, a fim de apresentar as possibilidades de pesquisa aplicada. Por isso, não é problemático, para os objetivos deste *paper*, haver lacunas ou sobreposições de pesquisa aplicada entre áreas temáticas muito próximas. Em vez disso, esta tipologia pretende indicar áreas que possam ter interesse mais acentuado ao pesquisador em jornalismo. Sua solidez depende de pesquisas bibliográficas e empíricas que façam um mapeamento sistemático das experiências existentes.

4.2) Proposta de um modelo de pesquisa aplicada em jornalismo

Utilizar pesquisa aplicada para investigar o jornalismo conduz-nos a questionar que tipos de alterações esta perspectiva pode trazer para as etapas da pesquisa. Inicialmente, compartilhamos com Barros (2003, p. 233) que a pesquisa aplicada abre a possibilidade de “formular o problema de pesquisa a partir do dia-a-dia da atividade do comunicador na produção das mensagens”. Marconi e Lakatos (2002, p. 27) esclarecem que a formulação do problema de pesquisa deve estar adequado ao objetivo do trabalho: podemos ter “problema de estudos acadêmicos”, caracterizado por uma abordagem descritiva, de caráter informativo, explicativo ou preditivo, e um “problema de ação”, consistindo em um campo de ação onde determinados conhecimentos sejam aplicados com êxito.

Formular um “problema de ação” em jornalismo significa desenvolver pesquisa aplicada na qual sua construção seja partilhada entre pesquisador e membros do ambiente

da atividade jornalística. A formulação do problema pressupõe, então, que as questões relevantes a guiar o pesquisador no seu trabalho respondam a preocupações tanto do pesquisador acadêmico quanto dos atores do mundo profissional. Competirá ao pesquisador tornar as preocupações de ordem prática destes atores, baseadas no senso comum de sua vivência na atividade, em um problema científico.

Lembramos que o desafio deste tipo de investigação é construir um modelo de pesquisa que tenha articulação entre, de um lado, o quadro teórico que fornece os conceitos essenciais à caracterização e definição dos fenômenos e, de outro, os modos de operacionalizar a intervenção do pesquisador na realidade, a fim de produzir uma ação no ambiente. Tal desafio não é apenas operacional, mas remete à dupla concepção de método como lógica do pensamento científico e como procedimento técnico de investigação.

No primeiro caso, o método indutivo tornou-se lógica dominante na pesquisa descritiva nas ciências sociais e humanas e permitiu que a observação sistemática, controlada e verificada da realidade gerasse um dado científico. Embora, conforme Fernandes, não exista ciência exclusivamente indutiva ou dedutiva: “Todos os esquemas lógicos de formação de inferência envolvem o recurso concomitante à indução e à dedução, embora isso se faça de formas variáveis e em graus também variáveis” (1972, p. 45).

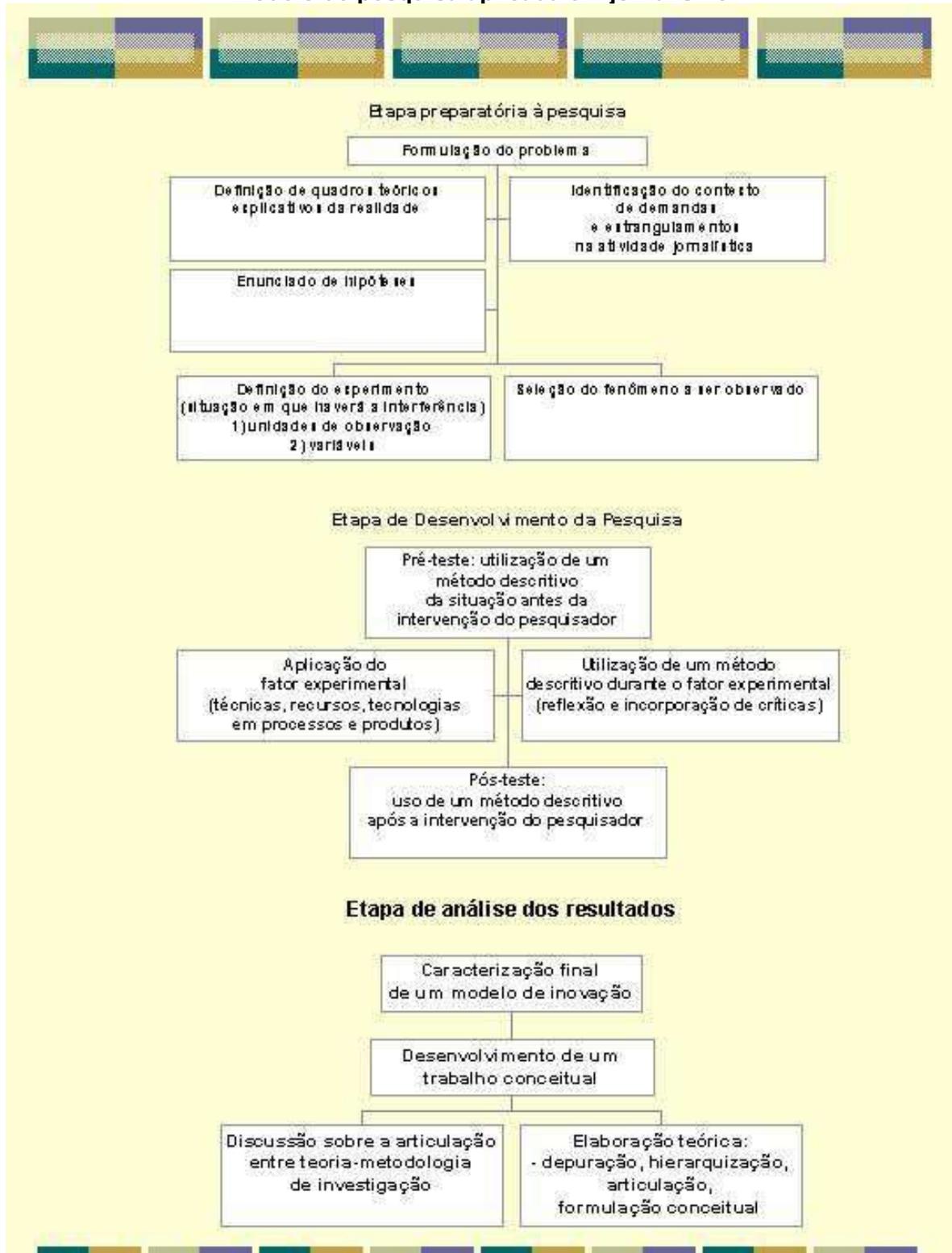
O método indutivo é também a base lógica das pesquisas experimentais. A questão aqui é que, enquanto as ciências da natureza têm um quadro teórico-metodológico mais consolidado no uso da experimentação como fonte de conhecimento científico, as ciências sociais e humanas têm uma tradição de debate interno sobre seus pressupostos, quadros teóricos e métodos lógicos de conhecimento – este, um dos motivos que a fez distanciar-se historicamente do experimentalismo presente na origem destas ciências e introduzir um caráter interpretativo às suas investigações (Chizzotti, 2000, p. 78).

Em consequência, os métodos enquanto técnicas de investigação divergem claramente entre as duas ciências, fazendo com que as sociais e humanas rejeitem o caráter positivista dominante nas técnicas de pesquisa experimental. A escolha metodológica resulta de uma articulação entre teoria, método e problema a ser investigado: com quadros teóricos predominantemente interpretativos, como o estruturalismo, a etnometodologia, o materialismo histórico e a hermenêutica, os procedimentos de pesquisa qualitativa tornaram-se os mais usuais.

Partimos da perspectiva de que as pesquisas experimentais não têm, necessariamente, um viés positivista, embora este seja dominante em seu desenvolvimento histórico. Este viés é consequência principalmente da hegemonia de um paradigma científico positivista com base em um pressuposto de que este modelo constituísse “um padrão único de pesquisa para todas as ciências” (Chizzotti, 2000, p. 78). Produzir pesquisa aplicada em jornalismo é introduzir uma opção de desenvolver, dentro do campo de estudos do jornalismo, conhecimento científico com características aplicadas (projetos de pesquisa em tecnologia, inovação e desenvolvimento vinculados diretamente a novos processos e produtos jornalísticos) independente de matrizes positivistas que possam dominar campos científicos aplicados, como os tecnológicos.

O esquema abaixo foi construído a partir do modelo de pesquisa experimental apresentado por Rudio (1986, p. 66). Optamos por preservar uma certa generalidade nos seus itens para estimular seu teste posterior em diferentes quadros teórico-metodológicos.

Modelo de pesquisa aplicada em jornalismo



Este modelo não supera, por si, problemas decorrentes da aproximação entre tradições teórico-metodológicas distintas, particularmente de uma construção de um modo de diálogo entre pesquisas qualitativas e pesquisas aplicadas. Ele serve, mais propriamente,

como um esquema inicial que possibilita pensar uma montagem articulada de teoria e método em uma proposta de pesquisa aplicada em jornalismo. A partir dele é possível visualizar melhor os pontos de tensão nesta conversão.

Por ser um esquema, ele não elege, *a priori*, um determinado quadro teórico de referência como o mais adequado para a pesquisa aplicada. Entendemos que mesmo teorias de maior teor interpretativo, como a etnometodologia e a hermenêutica, podem ser bases para a construção de um projeto de pesquisa aplicada. Neste caso, porém, o modelo exigirá um grau maior de complexidade na construção de conceitos mediadores entre níveis abstratos e concretos de conhecimento, bem como de categorias analíticas que tornem este conhecimento operativo para um realidade concreta.

Lopes (1994, p. 85-87) indica-nos elementos para superar esta tensão ao refletir sobre o caráter reflexivo da prática da metodologia, entendida em uma dupla dimensão: metodologia da pesquisa (reconstruções metodológicas dos processos de investigação) e metodologia na pesquisa, a qual se constitui como “lógica em ato” que orienta a dinâmica real da investigação. Refletir sobre a metodologia da pesquisa orienta o investigador a avaliar as condições e limites do trabalho científico, particularmente a articulação entre os quadros teóricos, os métodos lógicos do conhecimento e os métodos técnicos de investigação.

Tais questões direcionarão o modo de estruturar a pesquisa, a se realizar no item “Etapa preparatória à pesquisa”. Nesta fase, a formulação de um problema de pesquisa em jornalismo como um “problema de ação” possibilita tanto a identificação do contexto de demandas e estrangulamentos na atividade jornalística e as formas de intervenção do pesquisador no ambiente quanto a definição do experimento (situação em que haverá a interferência para observar a variação de fenômenos).

O fenômeno específico a ser selecionado como objeto do estudo da pesquisa aplicada pode variar desde os processos produtivos no jornalismo até as concepções dos jornalistas a respeito de sua atividade. O fenômeno é o objeto de inovação na pesquisa aplicada. O pesquisador elegerá um ou dois grupos em que o fenômeno se manifesta e, com a intervenção do pesquisador, serão observados os efeitos desta intervenção no ambiente. Caso selecione dois grupos, o pesquisador poderá aplicar sua intervenção em apenas um deles e, desta forma, comparar as diferenças nos resultados. Por exemplo, trabalhar com dois grupos de repórteres e introduzir para apenas um destes grupos uma inovação no processo de produção jornalística.

A percepção da metodologia como “lógica em ato” se dará, no modelo, com a “Etapa de desenvolvimento da pesquisa”. Nesta, pressupomos serem necessárias fases intermediárias de balanço sobre os resultados parciais, a elaboração de críticas sobre os procedimentos de investigação e sobre a intervenção do fator experimental, possibilitando alterações em cada um destes elementos durante a pesquisa.

Esta fase tem dois procedimentos básicos: o primeiro é a aplicação do fator experimental. O fator experimental é, segundo Rudio (1986, p. 60), o elemento introduzido em uma pesquisa para identificar uma variação entre fenômenos. O fator experimental é a ferramenta de intervenção do pesquisador no ambiente, introduzida e controlada por ele para poder compreender o fenômeno. No caso de uma pesquisa sobre as rotinas de produção em uma organização jornalística, o fator experimental pode ser uma nova tecnologia ou processo na apuração e edição do produto jornalístico, e o fenômeno será constituído pelo subconjunto de práticas (habilidades e técnicas) ou normas, valores e conhecimentos jornalísticos afetados diretamente por esta nova tecnologia ou processo.

O segundo procedimento desta fase é a descrição continuada do desenvolvimento da pesquisa: a) na fase anterior (pré-teste) à aplicação do fator experimental; b) durante a

sua aplicação, com reflexão e incorporação de críticas pertinentes à intervenção; e c) na fase posterior à intervenção (pós-teste), para descrever as modificações observadas. É importante salientar que a observação de Lopes (1994) sobre a “lógica em ato” na “metodologia na pesquisa” indica, para a pesquisa aplicada, a necessidade de uma reflexão continuada a ser feita durante o processo de inovação. Nesta fase, as percepções sobre o processo em andamento podem servir para alterar o procedimento de inovação, que será melhor desenvolvido, adequado e qualificado às necessidades da atividade jornalística.

A terceira etapa, de “análise dos resultados”, indica uma preocupação em superar um risco de a pesquisa aplicada tornar-se simples desenvolvimento de produtos ou descrição de seus efeitos no ambiente jornalístico por meio de métodos técnicos de registro de pesquisa. Compartilhamos com Lopes (2004, p. 32) que, além de uma análise descritiva, a pesquisa deve contemplar uma análise interpretativa que envolva “operações de síntese que levam à formação das inferências teóricas e da explicação do objeto, utilizando ‘métodos lógicos’ que são métodos de interpretação”.

O modelo proposto reforça, então, a necessidade de um desenvolvimento conceitual decorrente da experimentação em dois momentos. O primeiro, na forma como a pesquisa contribui para consolidação teórica do campo do jornalismo, por meio da depuração, hierarquização, articulação e formulação conceitual. O segundo momento é a contribuição para a “metodologia da pesquisa” em jornalismo: consolidação de metodologia de construção de saber no interior do campo do jornalismo.

5. Considerações finais

Este *paper* apresentou inicialmente a hipótese de que a adoção de uma metodologia de pesquisa aplicada em jornalismo significa aproximar-se de um modelo de pesquisa experimental. Consideramos que este argumento se confirmou nas discussões levantadas.

O modelo apresentado acima, com a introdução de procedimentos de pesquisa experimental, detalha, qualifica e dá maior solidez ao conceito de pesquisa aplicada. Ao mesmo tempo, reforçamos que esta aproximação entre pesquisa aplicada e experimental não é indicado, aqui como caminho exclusivo e necessário para a sistematização desta linha de pesquisa, mas uma proposta de construção metodológica com vistas à consolidação do campo de estudos em jornalismo.

Uma segunda hipótese de trabalho foi a proposição de que a pesquisa aplicada em jornalismo tem sua fundamentação teórica baseada nas teorias clássicas das ciências sociais e humanas. Desta forma, procuramos discutir a possibilidade de que quadros teóricos de referência clássicos nas ciências sociais e humanas sejam considerados pertinentes para a pesquisa aplicada. Entendemos que o modelo apresentado não resolve plenamente este desafio, mas aponta um modo de equacioná-lo. Do contrário, sem este aporte teórico das teorias em jornalismo e também dos estudos em comunicação, corre-se o risco de considerar como pesquisa aplicada quaisquer desenvolvimentos instrumentais aplicados ao jornalismo, enfraquecendo a área como construção disciplinar de conhecimento. Neste aspecto, a construção metodológica própria é um desafio indispensável a ser assumido pelo campo do jornalismo.

Para esta construção ocorrer, são necessárias algumas metas pontuais a serem vencidas pelos pesquisadores da área. Entre elas, podemos destacar:

- 1) Ampliar o grau de conhecimentos, na área, sobre as metodologias e experiências de pesquisa aplicada em jornalismo, a fim de apresentar as possibilidades e limitações de seu uso;
- 2) Constituir um banco de referência bibliográfica nacional e internacional sobre pesquisa aplicada em jornalismo;

- 3) Investigar as formas de pesquisa em inovação no desenvolvimento de novos processos e técnicas de produção jornalística pelo setor produtivo nacional, de forma isolada ou em parceria com instituições de pesquisa;
- 4) Localizar pontos de estrangulamento ou dificuldade de diálogo entre empresa-academia no desenvolvimento de pesquisa aplicada;
- 5) Articular pesquisadores em grupos de pesquisa na investigação e na utilização dos aportes teóricos.

6. Referências Bibliográficas

- BARROS, Laan Mendes de. Para que pesquisar? Comunicação: uma ciência social aplicada. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003, p. 227-241.
- CHIZZOTTI, Antônio. A Pesquisa Qualitativa em Ciências Humanas e Sociais: Evolução e Desafio. **Revista Portuguesa de Educação**, 16(2). Lisboa: Universidade do Minho, 2003, p. 221-236.
- CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. São Paulo: Cortez, 2000.
- FERNANDES, Florestan. **Fundamentos Empíricos da Explicação Sociológica**. São Paulo: Editora Nacional, 1972.
- FRANCISCATO, Carlos E. **A Fabricação do Presente – Como o Jornalismo Reformulou a Experiência do Tempo nas Sociedades Ocidentais**. São Cristóvão (SE): Editora UFS/Fundação Oviedo Teixeira, 2005.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. **Metodologia do Trabalho Científico**. 4ª ed. São Paulo, Ed. Atlas, 1992.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa de comunicação: questões epistemológicas, teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Vol XXVII, nº 1, jan/jun 2004. São Paulo: INTERCOM, 2004, p. 13-39.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação - Formulação de um Modelo Metodológico**. 2ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 1994.
- MACHADO, Elias. Dos Estudos sobre o Jornalismo às teorias do Jornalismo (Três Pressupostos para a Consolidação do Jornalismo como Campo de Conhecimento). **e-compós – Revista de Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Ed.1, dez 2004. Disponível na Internet: <http://www.compos.org.br/e-compos>. Capturado em 14 de fev. 2005.

MACHADO, Elias. Pesquisa aplicada ao desenvolvimento. **Observatório de Imprensa**. Disponível na Internet: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=324DAC003>. Capturado em 3 de mar. 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MEDITSCH, Eduardo. Estudos em Jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Vol XXVII, nº 2, jul/dez 2004. São Paulo: INTERCOM, 2004, p. 93-107.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica**. Petrópolis: Vozes, 1986.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa – Projetos para Mestrado e Doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

Possíveis critérios metodológicos e a reconstituição da pesquisa sobre o Ethos Romântico no Jornalismo

Cláudia Lago ¹

Resumo: O presente trabalho busca identificar parâmetros norteadores para pensar os aspectos que envolvem a metodologia da pesquisa, tomada em seu sentido amplo. Definidos os parâmetros, realiza um estudo de caso sobre a pesquisa Ethos Romântico no Jornalismo e introduz a discussão sobre os aspectos operacionais do fazer pesquisa em jornalismo na atual conjuntura do campo.

Palavras-chave: Parâmetros de análise, ethos romântico no jornalismo, aspectos operacionais, campo jornalístico.

1. Introdução

A elaboração e a execução de um trabalho de pesquisa inserem-se em um processo de construção teórica, busca metodológica e escolhas propriamente técnicas, que se desdobram em inúmeras atitudes de pesquisa, relacionadas e concomitantes. O que chamamos metodologia da pesquisa, como já mencionei (LAGO, 2005) não se resume a procedimentos técnicos e operações rígidas e inalteráveis. Essa premissa é válida para os objetos das ciências sociais e, a despeito das nomenclaturas institucionais, que colocam o campo da Comunicação – e por extensão o sub-campo do jornalismo -- como uma Ciência Social Aplicada, creio que podemos adotá-la também para nossos objetos.

A Metodologia, longe portanto, de ser esse receituário desconexo que aparece em muitas das pesquisas é, se quisermos uma comparação clichê, a infra-estrutura sobre a qual se constrói todo o trabalho que depois sintetizamos em forma de dissertações, teses ou relatórios. O universo metodológico, entendido dessa forma mais ampla, está presente na construção do objeto de pesquisa e na própria atitude do pesquisador (em seu habitus, como quer BOURDIEU, 1983, 1989, 1990, 1997). E está intrinsecamente ligado aos paradigmas

¹ Diretora administrativa da SBPJor, professora da Universidade Anhembi Morumbi e doutora em Ciências da Comunicação.

que orientam a construção das perguntas, do o quê, afinal, desejamos compreender – e por isso nos lançamos na árdua tarefa de pesquisar.

Outro aspecto subtendido nesse conjunto, mas nem por isso menos importante, é que toda essa operação acontece sob determinados critérios de racionalidade científica, que também são variáveis – entre outros aspectos, pela adoção de paradigmas mais ou menos identificados com o Positivismo, ou com a Hermenêutica, por exemplo. Isso sem falar nas coerções propriamente estruturais relacionadas ao lócus do pesquisador e da instituição a qual pertence, e ao estado de força do campo científico no momento.

Maria Immacolata V. Lopes (1987) fornece um caminho que reputo profícuo para ampliar a compreensão da metodologia na pesquisa e também categorizar os aspectos envolvidos em sua construção. A autora estabelece em seu texto instrumentais critérios básicos que, no seu entender, norteiam as opções metodológicas : 1) o critério epistemológico, que indica a adesão a um quadro teórico de referência e está na origem da formulação de um projeto de pesquisa, pois é o substrato em que se formula um objeto de estudo; 2) o critério propriamente metodológico das opções, relacionado à seleção de métodos de análise na pesquisa que, por sua vez, devem relacionar-se à configuração epistemológica do objeto de estudo; 3) os critérios operacionais das opções, que se relacionam ao domínio do repertório de técnicas de pesquisa por parte do pesquisador, ao uso social dos resultados de sua pesquisa e às limitações práticas (recursos financeiros e pessoais, tempo de pesquisa, etc).

Em relação ao critério epistemológico a autora enfatiza a necessidade da adequação concreta (e não formal) entre teoria-metodologia-objeto e o fato do objeto científico ser sempre uma construção, cujo arcabouço é dado por paradigmas teóricos, por sua vez inseridos na visão de mundo do pesquisador. Em relação ao critério metodológico, Lopes avalia as condições de pesquisa dentro do campo da comunicação, marcado pela multidimensionalidade do fenômeno comunicacional, configurando um objeto de estudo necessariamente multidisciplinar, que deve amparar-se nas metodologias das ciências sociais e humanas. Pelas características do campo, Lopes pondera que *“A Comunicação, que por natureza deve recorrer a vários níveis, não teria um só método privilegiado. Deveria fazer uso da multiplicidade de métodos disponíveis, sempre a partir da problemática específica que constitui seu objeto de estudo”* (LOPES, 1997:94).

Por fim, em relação ao critério operacional das opções, a autora enfatiza que a formação em pesquisa que teve/tem o pesquisador é fundamental para configurar suas escolhas. Sob este aspecto, a autora avalia que as opções, independente do critério, muitas vezes são tomadas com baixo grau de consciência por parte do pesquisador, característica que aponta como significativa nos estudos de comunicação, marcados por uma *quase ausência* da explicitação das estratégias metodológicas, pouca relação entre marcos teóricos e estratégias metodológicas e insipiência do discurso sobre o método.

Para concluir suas proposições, Lopes pondera que as opções se baseiam em critérios com pesos diferentes conforme cada pesquisa, algumas enfatizando as escolhas epistemológicas, outras as metodológicas propriamente, etc. Além disso, as opções devem montar uma estratégia metodológica que atenda às características do objeto e aos objetivos da pesquisa—opções essas que serão julgadas pela própria prática da pesquisa (e pela relação com o campo científico, acrescento).

Partindo da proposição de Lopes, creio que podemos adotar os três tipos de critérios aos quais se refere a autora como parâmetros para pensar a metodologia da pesquisa em um determinado trabalho, supondo que esses critérios configuram pólos ao redor dos quais podemos localizar os procedimentos de pesquisa e refletir sobre eles.

Gostaria, portanto, de aplicar estes critérios ao meu trabalho de pesquisa sobre o Ethos Romântico no Jornalismo, para finalizar problematizando o aspecto propriamente Operacional, sumariamente negligenciado na quase totalidade das nossas pesquisas².

1. Pólo epistemológico

Robert Merton (1970) em *Sociologia – Teoria e Estrutura*, diferencia os estudos sobre mídia praticados nos Estados Unidos e na Europa, rotulando os primeiros de sociologia das comunicações de massa e os segundos de sociologia do conhecimento, cada qual com um foco distinto de atenção. Prossegue o autor mencionando que, junto à sociologia européia, preocupada em tecer grandes teorias sobre as relações sociais, sem muito compromisso com a observação empírica, figuram os sociólogos que não sabem se o

² Tenho claro que essa aplicação seleciona e separa ações que ocorrem combinadas e entrelaçadas no decorrer da investigação. Por outro lado, é necessário perceber que as ações e opções que chamamos metodológicas, estão presentes e podem ser percebidas e apreendidas nos diversos capítulos, já que não existem verdadeiramente deslocadas das operações de análise teórica e interpretação dos dados.

que dizem “*é certo, mas pelo menos é importante*” (MERTON, 1970:536). Por outro lado, junto à sociologia americana, marcada pela preocupação minuciosa com o dado empírico, estão os estudiosos que não sabem se o que dizem “*é especialmente importante, mas pelo menos é verdadeiro*” (idem:536).

As etiquetas que atribui Merton são datadas e devem ser tomadas com precaução, como ele mesmo adverte. No entanto, penso que, no paroxismo, identificam características que vão marcar os paradigmas relacionados aos estudos de comunicação, e conseqüentemente, a forma como se desenrolam as pesquisas. Grosso modo, poderíamos identificar a presença dual dos paradigmas funcionalistas e críticos, o primeiro mais relacionado ao modo de fazer ciência da sociologia americana e o segundo à sociologia européia. É claro que esta é uma síntese redutora e, muitas vezes, percebe-se a tentativa de junção das preocupações que norteiam estes dois tipos de paradigmas em pesquisas que, sem abandonar a preocupação com os dados empíricos, buscam relacioná-los a um quadro teórico relevante.

No caso da tese discutida, creio que ela certamente se encontra próximo ao pólo dos paradigmas da sociologia européia, o que significa que a grande preocupação não se relaciona com a “verdade” do dado empírico, mas com a reflexão sobre ele. Isto está expresso (e é originado) pela matriz teórica que permitiu a formulação do objeto de estudo. Esse enquadramento não significa um desrespeito ao dado, mas inegavelmente aponta para o fato de que a maneira como este é percebido e a relação que guarda com as reflexões é de uma ordem específica: ele não existe como algo carregado de uma essência verdadeira, mas sim como parte de uma construção: desde o início, é interpretado e assumido enquanto dado de pesquisa por um critério de escolha do pesquisador.

Foi dentro deste horizonte epistemológico, voltado para o estudo do jornalismo, que as perguntas que norteiam a construção da pesquisa foram formuladas. A partir da pressuposição da existência de um algo romântico no campo jornalístico, surgiu a indagação norteadora: Como está/é constituído este romântico no campo jornalístico? Embutida na questão estava outra indagação: Quais as condições de existência do romantismo no jornalismo hoje? Pergunta que pressupunha, por sua vez, uma determinada avaliação do campo jornalístico.

Esta formulação, aliada ao quadro de referência teórico, levou à construção do objeto de pesquisa, sinteticamente expresso como a construção do romântico no jornalismo e a verificação de possíveis articulações deste com o campo, como identifiquei em meu relatório de qualificação (LAGO, 2001:45).

Relacionado ao objeto de estudo, colocaram-se algumas hipóteses norteadoras³: 1) o romântico pode ser relacionado ao conceito de campo jornalístico, iluminando nexos dentro desse *locus*; 2) está presente desde os primórdios da constituição do campo jornalístico, constituição esta que ajudou a moldá-lo; mas se modifica junto com as transformações operadas dentro do campo; 3) relaciona-se a aspectos que são tratados enquanto reminiscências, mas que estão presentes e ajudam a interpretar as contradições da práxis cotidiana (busca da verdade, a tarefa da reportagem, etc); 4) não é adotado, ou expresso, de forma homogênea por todos os jornalistas, podendo variar segundo inúmeros aspectos; 5) não pode ser relacionado linearmente com a prática jornalística, ou seja, pode ou não ter/operar reflexos nessa prática.

A escolha dessa problemática de pesquisa deveu-se a inúmeros fatores, o mais importante deles, penso, a preocupação em analisar o jornalismo fugindo das dicotomias que parecem marcar parte das nossas pesquisas.

3. Pólo Metodológico

O primeiro passo para a construção da pesquisa dentro de nosso campo, é “*a ruptura epistemológica entre o objeto científico e o objeto real ou concreto*” (LOPES, 1997:105), isto é, a ruptura com o senso comum, com o que se diz sobre o que se toma como objeto.

Esta ruptura, que têm lugar privilegiado na fase de definição do objeto de estudo, deve ser realimentada em momentos decisivos do trabalho. Na pesquisa em questão, a escolha dos procedimentos metodológicos procurou orientar-se por essa necessidade, considerando que uma série de fatores poderia contribuir para dificultar a tarefa: minha dupla condição enquanto pesquisadora e jornalista, portanto originalmente propensa a

³ Guillermo Orozco Gómez (1997) pondera que em pesquisas de caráter qualitativo, atreladas aos paradigmas hermenêutico e interacionista, não se utiliza o conceito de hipóteses. Estas são, em verdade, premissas que serão avaliadas, não algo a ser provado em função de variáveis. Tendo a concordar com o autor, e é com esta perspectiva que utilizo o vocábulo hipótese.

assumir os discursos do campo jornalístico como contendo realidades essenciais, além da própria estrutura do campo, espaço privilegiado de construção de sentidos, como aponta Christa Berger (1998), assunto explorado em Lago (2003, 2005).

A grande questão foi identificar um conjunto de operações metodológicas que permitissem apreender o romantismo isolando-o do que se dizia comumente sobre ele dentro do campo jornalístico. Esta preocupação levou-me primeiro a tentar ampliar a concepção do significado de romântico/romantismo, externamente ao campo jornalístico.

Foi por isso que realizei uma leitura do Romantismo enquanto movimento social, datado. A partir desta, que foi específica e privilegiou textos que vinculavam o movimento a seus aspectos sociais, identifiquei características próprias do Romantismo que poderiam ser isoladas e re-significadas para a construção do romântico no jornalismo.

Este recurso tem como inspiração a proposta metodológica de Max Weber pautada pela necessidade e preocupação com a construção dos conceitos, exercício para o qual o autor defende a criação de *tipos ideais*.

O tipo ideal weberiano deriva de um processo de conceituação abstrata. É a construção de um modelo que, pelo confronto, permite pensar a realidade. A partir desse processo é que o pesquisador pode adquirir o conhecimento científico sobre o objeto. Subjacente à noção de tipo ideal estão as percepções de que não é possível resumir o estudo da realidade a leis causais, de que a possibilidade de investigação social é limitada, pois “*nem sequer se pode pensar a mera **descrição** exhaustiva do mais ínfimo fragmento da realidade*” (WEBER:1979:94) e de que “*unicamente um **segmento** da realidade individual possui interesse e **significado** para nós, posto que só ele se encontra em relação com as **idéias de valor culturais** com que abordamos a realidade*” (idem:84 grifos do autor).

É obtido “*mediante a **acentuação** unilateral de **um ou vários** pontos de vista, e mediante o encadeamento de grande quantidade de fenômenos **isoladamente** dados, difusos e discretos, que se podem dar em maior ou menor número ou mesmo faltando por completo, e que se ordenam segundo os pontos de vista unilateralmente acentuados, a fim de se formar com quadro homogêneo **de pensamento***” (idem:106). Assim, ao referir-se ao termo capitalismo, Estado ou burocracia (três de seus temas maiores) o autor tem em mente uma construção tipológica dos fenômenos – que acentua aspectos particulares, utópicos no sentido de ideais (mas não moralmente superiores) que ele considera adequados. É também

uma construção do pesquisador que orienta a formulação de hipóteses. Enquanto tal, não pode ser falso ou verdadeiro, mas adequado ou não para a pesquisa. E pode ser reformulado, ampliado, abandonado, durante o decorrer do trabalho.

Como conceito abstrato, o tipo ideal permite comparar a realidade, por meio de contrastação conceitual, comparando os fatos por aproximação ao tipo ideal construído, ou permitindo a formulação de hipóteses explicativas.

O recurso ao tipo ideal origina-se na necessidade de utilizar conceitos claros em ciências sociais, por sua vez uma regra imposta pela própria natureza dos seus objetos. Esta forma de montar a pesquisa pareceu-me bastante proveitosa em função do objeto sobre o qual me detive. Conceituar adequadamente o romântico era condição necessária para continuar a investigar as relações com o jornalismo. Mas como conceituar algo que era percebido enquanto uma névoa, uma presença, não por meio de claros dados empíricos (sua recorrência na fala dos jornalistas era extremamente caótica)?

É portanto, pela natureza do objeto, que passei a construí-lo enquanto um tipo ideal: partindo de uma analogia com o Romantismo, isolei e acentuei características que permitiram a construção do romantismo no jornalismo enquanto um conceito. Num segundo momento este conceito, assim construído foi interpretado enquanto um *ethos* romântico, e confrontado com textos oriundos do campo jornalístico para identificar relações possíveis dentro deste espaço. Assim, por exemplo, se o *ethos* romântico construído tem como características marcantes a individualidade do gênio, foi esta que procurei nos textos eleitos como corpus de análise.

Ainda inspirada pela maneira como Max Weber construiu seus conceitos, optei por eleger como *corpus* para investigação do *ethos* romântico textos produzidos em diversas épocas por jornalistas, em vez de entrevistas.

A opção por abandonar as entrevistas (que estavam nos planos iniciais) deveu-se principalmente à constatação de que o individualismo extremo que marca o campo, com a tendência a colocar as ações e atividades em termos da capacidade pessoal dos indivíduos, o fetichismo do eu, já apontado por Renato Ortiz (1991), indicaria uma concepção de romântico pré-determinada, já percebida nas entrevistas que realizei anteriormente, durante a pesquisa para o mestrado (LAGO, 1995). Como tencionava aprofundar a percepção que já

tinha a partir daquele trabalho inicial, problematizando-o, achei por bem utilizar outro tipo de material como objeto de análise.

A leitura de Héglio Trindade (1978), que combina a análise de textos com outros procedimentos em seu trabalho, apontou a possibilidade de eleger textos, tomados como uma espécie de paradigmas da posição doutrinária dentro do campo, e interpretá-los à luz do *ethos* romântico. Feita esta opção, restava estabelecer os critérios para a eleição do *corpus* de análise e também a forma de trabalhar estes textos.

Ao eleger o *corpus* adotei alguns pressupostos. Em primeiro lugar, partindo da idéia inicial, a de que o romântico pode ser relacionado ao conceito de campo jornalístico, iluminando nexos dentro desse *locus*, percebia-o presente de forma disseminada. Para seguir esta premissa, precisaria de textos abrangentes, elaborados em datas variadas, que se referissem a momentos iniciais e atuais do campo. Por outro lado, deveriam ser textos paradigmáticos, no sentido de modelares – ilustrativos de concepções do que caracterizava o jornalismo.

A identificação de textos paradigmas havia sido feita por Cremilda Medina em *Da Construção à Desconstrução, ou A crise de Paradigmas no Jornalismo* (1993). Realizando recortes sobre a produção acerca do jornalismo em várias épocas, a autora aponta para vários momentos de produção no campo: um primeiro momento na década de 40, tomado por clássicos do jornalismo – dos quais destaca-se, por exemplo, Barbosa Lima Sobrinho que conviveu com o enfoque é o da corrente histórica, que tem entre seus expoentes Nelson Werneck Sodré. Sem que essas correntes propriamente sejam extintas, nas décadas de 60/70 agregam-se a elas pesquisas que têm como norte o funcionalismo, disputando espaço com a sociologia crítica. Como representante do paradigma norte-americano, Medina cita José Marques de Melo. Como exemplo típico da sociologia crítica identifica o gaúcho Adelmo Genro Filho, autor de *O Segredo da Pirâmide – Para uma Teoria Marxista do Jornalismo* (1988).

Outra vertente, iniciada ainda na década de 70, é a dos estudos que se voltam para a semiologia, cujos representantes são Muniz Sodré, Décio Pignatari e outros. Esses trabalhos tangenciam o jornalismo, mas em geral tomam como objeto a comunicação como um todo.

Para Medina, a década de 80 vai trazer uma “*gradual libertação de correntes de pensamento absolutizantes*” (idem:26) que incorporam reflexões críticas sobre a recepção.

Cita o estudo sobre o Jornal Nacional, “*Muito Além do Jardim Botânico*”, elaborado por Carlos Eduardo Lins da Silva (1985), como um exemplo.

Por fim, a autora volta-se para o tempo presente, em que aponta uma “*crise de paradigmas*” que leva autores a buscar caminhos alternativos frente às tradicionais correntes de pensamento que sempre orientaram as pesquisas, assumindo a “*epistemologia da complexidade*”, ou buscando entender o jornalismo frente às novas tecnologias – como os últimos trabalhos de Ciro Marcondes Filho, tradicionalmente, segundo Medina, filiado à teoria crítica.

Além de trabalhos realizados no âmbito acadêmico, a autora enfatiza a presença de um número significativo de obras que falam do jornalismo a partir dos testemunhos/vidas de jornalistas, onde se destacam a biografia de Assis Chateaubriand, de Fernando Morais (1994), ou as memórias de Samuel Wainer (1988), Cláudio Abramo (1988) e tantos outros.

O mapeamento inicial de Medina, principalmente no que se refere às vertentes funcionalistas e da teoria crítica, é bastante abrangente e suas reflexões foram úteis para ajudar a identificar textos a serem analisados.

Em face desse mapeamento inicial, alimentado por minha vivência junto ao campo, identifiquei um *corpus* de análise. Mas, após o exame de qualificação, senti necessidade de aprofundar a reflexão sobre o mesmo. Para tanto, realizei uma sondagem via internet. Esperava com esse procedimento obter indícios que permitissem ampliar a bibliografia que tinha em mente. Portanto, em setembro de 2001 enviei pedido de auxílio à pesquisa via internet para professores de jornalismo.

A idéia básica era identificar, junto àqueles que primeiro passam aos futuros profissionais a essência do que é jornalismo, quais os textos utilizados como modelo. A pergunta foi enviada para listagem dos grupos de trabalho/pesquisa de jornalismo da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), pós-graduação junto à área Jornalismo e Editoração da ECA/USP e, posteriormente, listagens menores fornecidas por colegas que receberam a mensagem inicial. Não foi possível precisar o número de pessoas atingidas: as listagens se sobrepunham e foi inviável controlar este tipo de pesquisas via internet. As respostas foram em número bastante reduzido, apenas doze, (quatorze se considerarmos que uma delas envolvia três professores).

Boa parte dos textos sugeridos era de autores estrangeiros, extremamente variados. Algumas sugestões apontaram para textos biográficos, como *Minha Razão de Viver*, de Samuel Wainer (1988). Penso também que podemos detectar uma preocupação com o ato de construir a notícia, alguns a colocando em relação às perspectivas históricas.

De qualquer forma, as respostas não permitiram mapear um padrão, apesar de terem me convencido que as intuições que tinha sobre a bibliografia, produto de minha vivência no campo, eram procedentes. Assim, mesmo sem pretensão a um mapeamento quantitativo, utilizei as respostas recebidas como balizas, que foram confrontadas com a bibliografia proposta por Medina sobre os textos produzidos acerca do pensar jornalístico e minhas próprias experiências.

Desprezando os textos de autores não brasileiros, elegi aqueles que dessem conta do pensar jornalístico em épocas e matizes distintos, pois me preocupava a necessidade de perceber nuances em relação a períodos que considere específicos dentro do jornalismo brasileiro. Agreguei a esta seleção alguns textos referentes a épocas anteriores, reunidos na coleção *Clássicos do Jornalismo*, editada na década de 80 pela Edusp, para ampliar o período focado. Depois de um estudo inicial, optei por textos que permitissem identificar as categorias propostas a partir da analogia com o Romantismo, como *O Segredo da Pirâmide - Para uma teoria marxista do jornalismo*, de Adelmo Genro Filho (1988, na íntegra); *A missão da imprensa*, de Carlos Lacerda (1990); *Jornalismo Fin-de-siècle*, de Ciro Marcondes Filho (1993); *Profissão Jornalismo: responsabilidade social*, de Cremilda Medina (1982) e outros.

Após a análise desses textos, passei a interpretar outro conjunto, desta feita formado por trabalhos apresentados nos congressos da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) em 2000 e 2001. Também aqui a escolha dos trabalhos baseou-se na possibilidade de defrontá-los com as categorias construídas.

Interessava-me perceber quais as relações entre subcampo academia e campo jornalístico, como pensar a produção de sentido de um para outro. Minha imersão, minha condição de observadora em tempo integral nesse universo, orientou minhas buscas neste sentido. Pois foi junto à academia, participando em encontros (de professores e/ou pesquisadores) e tomando parte em discussões via listagens internauticas – além do convívio por ofício na faculdade de jornalismo onde dava aulas – que exerci a metodologia

antropológica por excelência, a observação participante, recurso metodológico fundamental no trabalho em análise.

Sobre a observação participante, já tive oportunidade de detalhar o método e sua relação com o trabalho, (LAGO 2005, 2004). Um aspecto a ressaltar é a necessidade de pensar se o fato de pertencermos (nos identificarmos com) aos grupos que pesquisamos não deve ser pesado em termos metodológicos. Particularmente creio que sim, e esta preocupação está expressa nas opções metodológicas assumidas, que apontam para a necessidade de operar um *distanciamento* (outra categoria antropológica) das chamadas categorias nativas. Desta forma, minha observação participante construiu-se a partir de tentativas de criar diferenciações e estranhamentos e, por outro lado, foi percebida como capaz de ajudar a desvendar questões que não seriam desvendadas sem essa cumplicidade (LAGO, 2005).

Em relação aos textos, cumpre ainda pensar a forma de tratá-los na pesquisa em questão, pois cada Disciplina tem procedimentos de pesquisa próprios, carimbados, mas que podem ser utilizados por Disciplinas correlatas. Assim, se a etnografia é marca registrada da antropologia, nada impede que esta seja utilizada em pesquisas de comunicação.

Nos estudos de comunicação, que geralmente se valem de metodologias tradicionais de outros campos (como o questionário sociológico, as entrevistas da psicossociologia, as análises de textos da lingüística), esta passagem tende a ser realizada sem a devida reflexão, caindo-se no que Michael Thiollent (1980) identifica com o pressuposto da “*falsa neutralidade metodológica*” das ferramentas e técnicas.

Penso que do ponto de vista da análise de textos, nosso campo interpreta como legítimos os esforços que adotam metodologias (entendidas aqui em seu sentido técnico) oriundas da lingüística. É o caso das análises do discurso e das análises semióticas. As análises de conteúdo, que já gozaram de grande prestígio, apesar de terem perdido espaço para metodologias mais “qualitativas” (o que não deixa de apontar para a relação dos paradigmas no campo), ainda hoje também são presenças constantes em nossas pesquisas – mesmo que operadas a-reflexivamente.

As metodologias que parecem mais legítimas atualmente dentro do campo (análise de discurso e análise semiótica) têm em comum, a meu ver, uma ênfase no texto, apesar da

preocupação concreta de facções desse tipo de análise em relacioná-lo às condições sociais de sua produção. Com isso quero dizer que elas se organizam prioritariamente não como ferramentas para análise de texto, mas como disciplinas autônomas, com pressupostos epistemológicos específicos. Voltam-se, principalmente, para a análise da ideologia que subjaz ao texto. Creio que esta característica pode ser percebida pelo tipo de material eleito para análise: no campo do jornalismo, geralmente textos produzidos pela imprensa.

No caso daquela pesquisa, concluí que os procedimentos não seriam adequados. Ali, o caminho a percorrer seria inverso. Em vez de isolar categorias subjacentes aos textos eu procurava, a partir de categorias já estabelecidas idealmente, identificá-las nos mesmos. Na prática, minha abordagem junto aos textos se fez de forma semelhante à abordagem tradicional dentro da sociologia e antropologia, qual seja, a interpretação à luz de pressupostos do autor.

Renato Ortiz (1991) ao comentar a maneira como utiliza testemunhos (entrevistas, também entendidas enquanto textos), avalia que estes não podem ser tomados em si, mas como “*descrições que retratam um ambiente que encerra nele mesmo elementos reveladores da sociedade global.*” (ORTIZ, 1991:79). Assim, a interpretação do texto aparece conectada à contextualização dos mesmos.

Se fosse possível nomear o procedimento, diria que usei uma análise interpretativa dos textos, correndo o risco de ser redundante já que, toda leitura é um processo interpretativo de construção de significados. Em certo sentido, levei esta lógica ao paroxismo.

Dos procedimentos adotados depreende-se a necessidade de contextualização dos textos, o que tentei fazer relacionando-os ao campo jornalístico. Mas, também aqui foram determinantes escolhas arbitrárias. A decisão do que era importante ressaltar em termos de contexto foi minha, reforçando a perspectiva interpretativa⁴ do trabalho.

A perspectiva interpretativa relaciona-se a um modo de conhecimento que procura a compreensão da realidade e não sua verificação. Esse é um extenso debate ainda não resolvido, e que se reproduz na adoção deste ou daquele paradigma (e deste ou daquele

⁴ Sobre a interpretação, convém tecer algumas considerações. Segundo Guillermo Orozco Gómez (1997) a interpretação configura-se enquanto um paradigma (hermenêutico) e também enquanto uma característica das pesquisas qualitativas. Para o autor, uma das diferenças entre a perspectiva quantitativa e a perspectiva qualitativa é que enquanto a primeira procura um conhecimento efetivo, a segunda busca “*hacer sentido de aquello que está investigando, para llegar a una interpretación*” (1997:71).

entendimento do que significa fazer ciência). Não cabe aqui reproduzi-lo, mas deixar claro que assumir a interpretação como meio e a compreensão como meta não quer dizer abdicar da possibilidade de construir um conhecimento possível de ser compartilhado e criticado, um conhecimento com qualidade e alcance sobre o objeto que se busca, não apenas “*una comprensión afectiva, arbitraria, que responde unicamente a elementos subjetivos ocultos del investigador*”, mas “*una metodología y que puede ser transparente en ese proceso de prosecución*” (GÓMEZ, 1997:45). É o trabalho de compartilhar o processo que pode permitir chegar-se ao que o autor identifica como *consenso na compreensão*.

4. Pólo Operacional

Em relação ao pólo dos critérios operacionais, dependentes dos recursos de que dispõe o pesquisador (materiais e espirituais, por assim dizer), creio ser necessário esclarecer que minha pesquisa foi marcada por duas variantes principais que influenciaram as opções assumidas.

Sobre as condições materiais, ressalto que ela foi feita sem o recurso da bolsa de estudo, entre outros fatores porque nunca solicitei tal benefício. Em termos práticos isto significa que o trabalho foi realizado de forma concomitante com minhas atividades profissionais como jornalista e professora. Essa condição, se por um lado dificultou a imersão total na pesquisa, aparentemente a condição ideal do trabalho científico, por outro permitiu o exercício constante da observação participante junto ao campo jornalístico – e não apenas nos meses determinados para o levantamento de dados.

Ao mesmo tempo, significou períodos de grande produção mesclados com períodos de aparente pouca disponibilidade para a pesquisa. Esses momentos, no entanto, acabaram por se configurar como espaços de reflexão sobre o produzido. Era como se a pesquisa ficasse adormecida, maturando, ganhasse forças e pudesse ser retomada em outros patamares mais adiante, no tempo propício para sua sistematização teórica.⁵

⁵ No que diz respeito às condições espirituais, próprias da esfera emocional do pesquisador (que influencia sobremaneira o trabalho, quer explicitemos ou não esse domínio), registro que desde outubro de 2001 minha família e eu enfrentamos a doença e posterior morte de meu pai, que ocorreu em 28 de maio de 2002. Essa

Essa forma de fazer pesquisa, sem qualquer possibilidade da idealizada imersão total, tem que ser problematizada, já que tende a tornar-se cada vez mais freqüente junto aos pesquisadores, ligados às universidades públicas e, principalmente, aos ligados às universidades privadas.

Em relação aos primeiros, não tecerei considerações por não conhecer intimamente as questões operacionais próprias da configuração do campo de pesquisa para esses agentes. E também por avaliar que é mais do que oportuno nos determos nos pesquisadores vinculados às universidades privadas, que enfrentam condições muito mais críticas se quiserem fazer pesquisa.

A maioria das universidades privadas (com exceção de parte das chamadas confessionais), apesar de timidamente exigidas pelo Ministério da Educação a realizarem pesquisa (afinal esse é um dos requisitos para serem consideradas universidades), não têm qualquer tipo de suporte ou incentivo à essa atividade. Ao contrário, pesquisas são realizadas individualmente pelos professores quase que contra o sistema vigente.

No caso das privadas, a remuneração profissional se dá por conta da carga horária. Quanto mais aulas o professor assumir, maior será seu salário – o que conflita com a questão da disponibilidade para pesquisar, que para a maioria não implica em remuneração adicional.

O salário também cresce de acordo com a titulação. Assim, teoricamente haveria algum estímulo à realização de cursos de mestrado e doutorado – aqueles que, em nosso país, são os grandes responsáveis pela proliferação das pesquisas. Mas essa relação têm gerado um efeito perverso: muitas das universidades: ao atingirem a cota exigida pelo MEC de profissionais com título, as privadas não contratam mais doutores (e muitas vezes mestres), que oneram as folhas de pagamento.

Para aqueles profissionais que, titulados e empregados, desejam desenvolver projetos de pesquisa com alunos de graduação etc, as condições também são adversas. Na maioria dos casos, esses projetos não são incentivados em suas instituições e acabam sendo

dolorosa experiência diluiu as angústias e inseguranças naturais que nos acometem quando elaboramos um trabalho acadêmico. Penso que a pesquisa transitou da esfera da crise para a esfera do lúdico – foi a única atividade a qual me dediquei inteiramente após a morte de meu pai, já que havia pedido demissão para acompanhá-lo no final. Em função disso, a alcançada imersão total resultou em um alívio. Por outro lado, essa experiência modificou meus critérios de avaliação do trabalho. Em última análise, diminuiu sua importância geral em minha vida o que, com certeza, influenciou as opções adotadas desde então.

realizados quase que como trabalho voluntário – em detrimento de tempo que poderia ser empregado para dar aulas, que é o que garante o sustento do profissional. Isso sem falar no incentivo, ou ausência de, à ida a congressos e encontros de pesquisa. Muitas vezes, mesmo quando existe algum tipo de incentivo, ele não elimina a obrigatoriedade do pesquisador repor as aulas que perdeu durante o congresso – o que é um caos para quem tem carga horária cheia.

Outro problema estrutural é a falta de cursos de pós-graduação em boa parte das universidades privadas. Em nosso país – o que também é um problema estrutural do campo--, boa parte das pesquisas se originam nesses espaços. Sua não existência diminui as condições de trabalho para os pesquisadores.

Para finalizar, apesar de não poder afirmar categoricamente, lanço a hipótese de que, dadas as configurações do campo de pesquisa, tradicionalmente vinculado às universidades públicas e seus contornos, o acesso dos pesquisadores de universidades privadas às verbas (diminutas) e incentivos governamentais é menor. Entre outras coisas porque, ao propor-se a fazer um doutorado, por exemplo, o profissional de uma universidade privada tem que optar pela bolsa do CNPq ou por seu emprego.

Essas condições, inicialmente aqui esboçadas, têm que ser pesquisadas e inseridas em nossas intenções de pensar a Pesquisa em Jornalismo. Pois o estado da estrutural do campo determina, em primeira instância, não apenas a legitimidade dos objetos, mas também dos próprios pesquisadores. E, cada vez mais, os possíveis pesquisadores estão sendo forçados, ou optando, a trabalhar em espaços que ainda não foram inseridos no campo social da pesquisa – o que, além de configurar um paradoxo, marca inequivocamente a amplitude e a qualidade da pesquisa em jornalismo realizada no Brasil.

6. Bibliografia

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo: jornalismo e a ética do marceneiro**. São Paulo: Cia. das Letras, 1988, p.109-120.

BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

_____ **O Poder Simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

_____ **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____ **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____ (Coord.) **A Miséria do Mundo**. Petrópolis: Vozes, 1999.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide**: - Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê Editora, 1988.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. La Plata: Faculdade de Periodismo e Comunicación Social (Universidad Nacional de La Plata), 1997.

LACERDA, Carlos. **A missão da imprensa**. São Paulo: Edusp, 1990.

LAGO, Cláudia. **Românticos e Burocráticos**: pontos para uma etnografia do campo jornalístico paulistano. 1995. Dissertação (Mestrado) – PPG Antropologia Social da UFSC, Florianópolis, 1995 (xerografado).

_____ **O romantismo morreu? Viva o Romantismo**. O ethos romântico do jornalismo. 2001. Relatório de qualificação (doutorado em ciências da Comunicação) - Curso de Pós Graduação em Ciência da Comunicação, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001a. (xerografado).

_____ Reflexões sobre antropologia e comunicação: ethos romântico do jornalismo enquanto estudo de caso. In: Travancas, Isabel e Farias, Patrícia (orgs). **Antropologia e Comunicação**. Rio de Janeiro, Garamond, 2003.1

LAGO, Cláudia. Relações entre antropologia e jornalismo. Florianópolis, UFSC, 2005. III Encontro da SBPJor. CD.

LOPES, Maria Immacolata V. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 1997.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornalismo Fin-de-siécle**. São Paulo: Página Aberta, 1993.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus, 1988.

_____ **Da Construção à Desconstrução ou A Crise de Paradigmas no Jornalismo**. 1993. Tese (Livre Docência) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo: 1993, xerografado.

MERTON, Robert K. **Sociologia, teoria e estrutura**. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1970.

MORAIS, Fernando. **Chatô o rei do Brasil**. São Paulo: Cia. das Letras, 1994.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Muito além do jardim botânico**. São Paulo: Summus, 1985.

THIOLLENT, Michael. **Crítica Metodológica, Investigação Social e Enquete Operária**. São Paulo: Polis, 1980.

TRINDADE, Hélió. Tentativa de reconstituição empírica de um movimento político radical. In: NUNES, E. (org.). **A Aventura Sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

WAINER, Samuel; (organizado por NUNES, Augusto). **Minha Razão de Viver: memórias de um repórter**. Rio de Janeiro: Record, 1988.

WEBER, Max. A “objetividade” do conhecimento nas ciências sociais. In: COHN, Gabriel (org.) **Max Weber**. São Paulo: Ática, 1979 (Coleção Grandes Cientistas Sociais), p. 79-127.

Estudos sobre jornalismo digital no Brasil

Claudia Irene Quadros ¹
Luciana Mielniczuk ²
Suzana Barbosa ³

Resumo: Quem são os pioneiros na pesquisa sobre jornalismo digital no Brasil? Quantas teses e dissertações já foram defendidas sobre esta temática? Qual é o perfil das publicações? Essas são perguntas as quais se procura responder neste artigo, cujo objetivo é esboçar um levantamento preliminar sobre os estudos realizados na primeira década de desenvolvimento desta modalidade jornalística no país. Nossa hipótese é que existem quatro clusters de pesquisadores, localizados nas regiões Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul.

Palavras-chave: Jornalismo digital, Pesquisa, Produção científica, Clusters , Brasil

1. Introdução e método empregado

Conhecer os pioneiros na pesquisa sobre jornalismo digital no Brasil e esboçar um levantamento – quantitativo - sobre os estudos realizados ao longo desses 10 anos são os objetivos deste artigo. Pretende-se verificar as instituições e regiões que mais têm se destacado, o número de teses e dissertações defendidas em torno da temática, além de mapear a atuação dos pesquisadores.

Trabalhamos com a hipótese de que há quatro *clusters*⁴ de pesquisadores, distribuídos entre as regiões Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul, nas quais os estudos nesta área de especialidade do jornalismo têm se desenvolvido, de modo constante e crescente. Esses pólos estão representados por seis pesquisadores que elegemos para iniciar nossos estudos sobre a produção científica em jornalismo digital.

Para se chegar aos seis nomes que são referidos aqui como os de produção mais consolidada e com maior atuação nas atividades de pesquisa e de orientação na pós-graduação, empregou-se, inicialmente, a base de dados da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)⁵ utilizando como palavras-chaves ‘jornalismo on-line’ e ‘jornalismo digital’ e, em seguida, foi feita a checagem a

¹ Doutora em Jornalismo pela ULL (Espanha), é professora do Programa MCL - Mestrado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Faz parte dos grupos de pesquisa JOR XXI (UTP) e MEDUC (UFPR).

² Luciana Mielniczuk é professora da Universidade Federal de Santa Maria. Doutora em Comunicação e Culturas contemporâneas pela UFBA. Coordenadora do Grupo Jornalismo Digital.

³ Suzana Barbosa é Doutoranda na Universidade Federal da Bahia. Bolsista CNPq.

⁴ Ver: ARAÚJO, Denize. **Estudos sobre Comunicação e Cibercultura no Brasil: conceitos, tendências e clusters**, 2006 (artigo ainda não publicado pelo autor).

partir dos Currículos Lattes⁶. O cruzamento entre as informações obtidas nas duas bases de dados foi necessário, pois identificamos lacunas na produção dos pesquisadores, ora em uma das bases, ora em outra. Nos casos em que ainda pairavam dúvidas após a consulta às duas bases, os pesquisadores foram consultados por e-mail.

O texto está dividido em três partes: primeiro, uma breve apresentação dos pesquisadores; a seguir suas atuações na pós-graduação; por último, a produção intelectual dos pesquisadores.

2. Os pesquisadores

Os seis nomes selecionados para a realização deste levantamento - conforme os critérios metodológicos já explicitados - foram os seguintes: Cláudia Irene Quadros (Universidade Tuiuti do Paraná), Elias Machado Gonçalves (Universidade Federal de Santa Catarina)⁷, Elizabeth Saad (Universidade de São Paulo), Marcos Silva Palacios (Universidade Federal da Bahia), Sebastião Squirra (Universidade Metodista de São Paulo), Zélia Leal Adghirni (Universidade de Brasília).

No quadro abaixo é possível observar a titulação e o país de formação dos pesquisadores. Cabe informar que todos possuem formação na área de jornalismo digital.

Quadro 1 – Titulação dos pesquisadores.

Pesquisador	Titulação	Universidade de obtenção do título	País	Ano
Claudia Quadros	Doutor	Universidade de La Laguna	Espanha	1999
Elias M. Gonçalves	Doutor	Universidade Autonoma de Barcelona	Espanha	2000
Elizabeth Saad	Livre-docente	Universidade de São Paulo	Brasil	2001
Marcos Palacios	Pós-doutor	Universidade de Aveiro	Portugal	2003
Sebastião Squirra	Pós-doutor	Universidade da Carolina do Norte	Estados Unidos	1996
Zélia L. Adghirni	Pós-doutor	Universidade de Rennes	França	2000

O quadro nos permite identificar que a formação desses pesquisadores se deu majoritariamente no exterior, especificamente na Europa (Espanha, Portugal e França), apenas um obteve o título no país e outro pesquisador nos Estados Unidos.

3. Panorama da atuação na pós-graduação

Cruzando as informações contidas nas bases de dados da CAPES e do CNPq, encontrou-se 52 trabalhos de mestrado e de doutorado, produzidos entre 1998 e 2005.

⁵ Endereço: http://www.capes.gov.br/capes/portal/conteudo/10/Banco_Teses.htm.

⁶ Endereço: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/index.jsp>

⁷ Em junho de 2006, o pesquisador transferiu-se para a Universidade Federal de Santa Catarina, depois de atuar por mais de dez anos na Universidade Federal da Bahia.

Desse total, 28 trabalhos foram orientados pelos seis pesquisadores que estudamos, ou seja, pouco mais de 50%. No Quadro 2 é possível visualizar a atuação dos referidos pesquisadores.

QUADRO 2 – Dissertações e teses orientadas pelos seis pesquisadores estudados.

ORIENTADOR	MESTRADO	DOCTORADO	IES	TOTAL
Claudia Quadros	1 – 2004*	---	UTP	01
Elias M. Conçalves	4 – 2003	---	UFBA	04
Elizabeth Saad	5 – 2003 1 – 2002 1 – 2001	1 – 2004	USP	08**
Marcos Palacios	1 – 2000 2 – 2002 2 – 2005	1 – 2003	UFBA	06
Sebastião Squirra	1 – 2002 1 – 2005	1 – 2003	USP***/UMESP	03
Zélia L. Adghirni	1 – 2002 3 – 2003 1 – 2004 1 – 2005	---	UNB	06
TOTAL				28

No Sudeste, a Universidade de São Paulo e a Universidade Metodista se destacam, tendo os professores Elizabeth Saad e Sebastião Squirra como os mais referenciados na área, também pelo número de publicações, computando, ambos, um total de 11 dissertações e teses orientadas.

Na Bahia, dez trabalhos foram produzidos na Universidade Federal da Bahia, sendo que, até o momento apenas uma tese de doutorado foi defendida. O estado possui atuação destacada nesta área, pois, desde 1995 os professores Marcos Silva Palacios e Elias Machado Gonçalves iniciaram a investigação em jornalismo digital.

Zélia L. Adghirni destaca-se no Centro-Oeste, colocando a Universidade de Brasília como uma das instituições com grande contribuição para o desenvolvimento da pesquisa em jornalismo on-line. Ela começa a orientar dissertações que abordam o tema a partir de 2000, mantendo regularidade até o momento. No Sul, Claudia Quadros, talvez a primeira pesquisadora brasileira a defender uma tese sobre jornalismo on-line,

* Para Claudia Quadros foi incluída apenas a dissertação *Notícia sob medida - Jornalismo personalizado na internet* por ser a que traz no título palavras que demonstram a especificidade do trabalho.

** Para Beth Saad, foram consideradas as dissertações que ela orientou e em cujos títulos havia referência à palavra “informação” e ou “jornalismo”. Assim, duas dissertações ficaram de fora (*Novas mídias: a síndrome do círculo vicioso: evolução e apropriação de modelos entre novas e velhas mídias* e *Área de convergência de mídias, TV digital*).

*** O professor Sebastião Squirra se aposentou da USP em 1998. Aqui, a instituição aparece indicada, pois foi lá que, em 2003, foi defendida a tese *Mídia digital: o vigor das práticas jornalísticas em um novo espaço*, de Walter Lima Júnior, orientada por ele.

em 1999, na Espanha, desponta. Ainda que com menor número de orientações até o momento, as suas pesquisas constantes na área – tanto no Brasil, como participando em redes de pesquisa internacionais –, além das publicações, lhe colocam à frente no *cluster* Sul.

Os 24 trabalhos restantes foram orientados desde 1998, de maneira esporádica, por 18 orientadores distribuídos entre oito diferentes universidades, conforme pode ser visualizado a seguir.

QUADRO 3 – Orientações realizadas por pesquisadores não estudados neste artigo.

ORIENTADOR	MESTRADO	DOCTORADO	IES	TOTAL
Antônio Holfeltd	1 – 2002	---	PUCRS	01
Elizabeth Moraes	1 – 2003	---	UMESP	01
Erick Felinto de Oliveira	1 – 2004	---	UFRJ	01
Francisco Menezes	2 – 2001	---	PUCRS	02
Gisela Ortriwano	1 – 2000	---	USP	01
José Luiz Proença	---	1 – 2002	USP	01
Julio César Machado Pinto	1 – 2000 1 – 2001	---	UFMG	02
Julio Plaza	1 – 1999	---	UNICAMP	01
Juremir Machado da Silva	1 – 2001	---	PUCRS	01
Luiz Fernando Santoro	1 – 2003 2 – 2004	---	USP	03
Marcia Benetti Machado	1 – 2003	---	UFRGS	01
Marília Levacov	1 – 1998 1 – 2004	---	UFRGS	02
Manuel Carlos Chaparro	1 – 2002	---	USP	01
Mohammed Elhajji	1 – 2003 1 – 2004	---	UFRJ	02
Nelly de Camargo	---	1 – 2001	UNICAMP	01
Sergio Capparelli	1 – 1998	---	UFRGS	01
Raquel Paiva	1 – 1999	---	UFRJ	01
Ronaldo Henn	1 – 2003	---	UNISINOS	01
TOTAL				24

Os dados da CAPES permitem inferir que as primeiras dissertações sobre jornalismo on-line foram produzidas na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com conclusão em 1998, sendo que, em seguida, aparecem os trabalhos orientados na Universidade Federal do Rio de Janeiro e na Unicamp. Já a primeira tese de doutorado foi defendida na Unicamp, em 2001. Vale notar que o pioneirismo nas defesas da pós-graduação não coube a nenhum dos seis pesquisadores que estudamos, como nos mostram os dois quadros anteriores.

Ao agregarmos os dados dos dois quadros, chega-se a um *ranking* por instituição no que se refere à quantidade de trabalhos produzidos sobre jornalismo digital. Desta maneira, temos o seguinte:

QUADRO 4 – Números de trabalhos e instituições em que foram defendidos.

IES	Número de trabalhos
USP	17
UFBA	10
UNB	06
UFRGS	04
PUCRS	04
UFRJ	04
UFMG	02
UNICAMP	02
UNISINOS	01
UMESP	01
UTP	01
TOTAL	52

Para avaliar o andamento da pesquisa nas referidas instituições e o desenvolvimento da investigação nos *clusters* citados, realizamos, uma vez mais, a checagem, cruzamento e análise das informações entre os dados da CAPES e do CNPq.

QUADRO 5 – Orientações em andamento.

Orientador	Mestrado	Doutorado	IES	Região	Total
Claudia Quadros	03	---	UTP	Sul	03
Elias M. Gonçalves	---	01	UFBA	Nordeste	01
Elizabeth Saad	01	03	USP	Sudeste	04
Juremir Machado da Silva	---	01	PUCRS	Sul	01
Marcos Palacios	02	03	UFBA	Nordeste	05
Sebastião Squirra	---	---	UMESP	Sudeste	---
Zélia Leal Adghimi	---	01	UNB	Centro-oeste	01

No total são 15 orientações em andamento, sendo que seis delas estão na UFBA, quatro na USP, quatro no sul (três na UTP e uma na PUCRS) e uma na UnB.

A partir do quadro anterior identifica-se a presença de mais teses em elaboração do que dissertações, fato que, por um lado, demonstra o amadurecimento da pesquisa na área, mas, por outro, desperta o questionamento sobre uma possível diminuição do interesse sobre o assunto entre os mestrandos.

Também é possível perceber a regularidade da pesquisa, que, de fato, se apresenta consolidada nos *clusters* Bahia, com Marcos Palacios (com cinco orientações) e Elias Machado Gonçalves, reafirmando a liderança na região Nordeste. No Sudeste, Elizabeth Saad fica em evidência, enquanto Sebastião Squirra aparece neste momento sem orientações em jornalismo digital; Centro-Oeste, com Zélia L. Adghimi, e Sul, com Claudia Quadros. Também no Sul, Juremir Machado Silva surge como orientador de um segundo trabalho em jornalismo digital.

4. Levantamento de publicações

Nesta parte do texto discorreremos sobre as publicações disponíveis, em junho de 2005, no Currículo Lattes dos pesquisadores estudados⁸. É importante destacar que um mesmo artigo publicado em diferentes idiomas foi contabilizado como duas produções, não pelo trabalho de tradução, mas, sobretudo, por sua repercussão. Artigos publicados em periódicos especializados e, depois, incluídos em capítulos de livro também foram considerados como produções distintas.

O quadro a seguir indica, quantitativamente, a produção de artigos, livros (organizados ou escritos pelo pesquisador) e capítulos de livros.

QUADRO 6 – Dados quantitativos sobre a produção dos pesquisadores estudados⁹.

Pesquisadores	Artigos científicos	Livros	Capítulos de livros	TOTAL
Claudia Quadros	8	1	1	10
Elias M. Gonçalves	12	4	4	20
Elizabeth Saad	6	2	2	10
Marcos Palacios	8	3	7	18
Sebastião Squirra	6	1	---	7
Zélia L. Adghirni	3	---	3	6

Na sequência, apresentamos comentários gerais sobre a produção de cada pesquisador.

4.1 Claudia Quadros

Sua tese de doutorado, entre as pioneiras sobre o assunto, defendida na Espanha, foi publicada em forma de livro no ano de 2005 pela editora da Universidade de La Laguna. Seus demais trabalhos foram publicados na Espanha (*Ámbitos, Revista Latina de Comunicación e Quaderns Digitals*) e no Brasil (*E-compós, 404 notfound e Em Questão*).

Nos artigos publicados em periódicos especializados, Quadros reflete sobre as reconfigurações dos meios de comunicação, a ética, os novos formatos e práticas dos jornais digitais, as possibilidades proporcionadas pelo avanço tecnológico e os sistemas emergentes. O conjunto de sua obra demonstra a intenção de contribuir para um registro histórico sobre o estado da arte do jornalismo digital.

⁸ Analisamos os currículos disponibilizados pelos pesquisadores, sem entrar no mérito sobre o preenchimento dos mesmos. Apenas registramos os itens por eles apresentados.

⁹ Consideramos somente a produção publicada, registrada como artigo científico, livro (escritos na íntegra ou organizados) e capítulo de livro. Neste artigo não haveria espaço para considerar os trabalhos apresentados em eventos científicos.

QUADRO 7 – Resumo da produção autoral de Claudia Quadros.

Título	Ano	Tipo	Autoria	País
<i>Los periodistas y diarios electrónicos: las exigencias profesionales en la Red..</i>	2005	livro	individual	Espanha
<i>Uma Breve Visão Histórica do Jornalismo On-line.</i>	2002	capítulo	individual	Brasil
<i>Blogs e as transformações no Jornalismo.</i>	2005	artigo	co-autoria	Brasil
<i>Dez Anos Depois do Boom dos Diários Digitais.</i>	2005	artigo	individual	Brasil
<i>Base de dados: a memória extensiva do jornalismo.</i>	2005	artigo	individual	Brasil
<i>A participação do público no webjornalismo.</i>	2005	artigo	individual	Brasil
<i>Clinton-Lewinsky: l'escàndol que va començar en la Xarxa.</i>	2000	artigo	individual	Espanha
<i>Una discusión sobre la ética en los periódicos electrónicos.</i>	2000	artigo	individual	Espanha
<i>Clinton-Lewinsky: el escándalo que comenzó en la Red</i>	1999	artigo	individual	Espanha
<i>Ser digital: um novo desafio para os jornalistas .</i>	1999	artigo	individual	Brasil

4.2 Elias Machado Gonçalves

Antes de iniciar o doutorado, o pesquisador já atuava na área, em meados dos 1990, em parceria com Marcos Palacios, também professor na UFBA. Atual presidente da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Elias Machado Gonçalves destaca-se pelas iniciativas adotadas no intuito de desenvolver a pesquisa no campo do jornalismo e intensificar o intercâmbio internacional, e conseqüentemente, no seu foco de atuação, o jornalismo digital. Como reconhecimento da comunidade científica, neste ano de 2006, recebe o Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação¹⁰, na categoria liderança emergente.

Dos 12 artigos publicados sobre jornalismo digital, cinco foram elaborados com orientandos e/ou outros pesquisadores. Os trabalhos foram publicados na Espanha (*Zer - Revista de Comunicación e Scripta Nueva*), no México (*Razón y Palabra*) e no Brasil (*Pauta Geral, Textos de Cultura e Comunicação e Comunicação e Sociedade*). A maior parte de sua produção, inclusive os trabalhos apresentados em congressos, está disponível na Internet, no site do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online¹¹ ou na Biblioteca On-line de Ciências da Informação¹².

Nos trabalhos desenvolvidos por Machado, encontramos preocupações relacionadas à sistematização das investigações em jornalismo digital, à falta da valorização da pesquisa aplicada no Brasil, aos efeitos provocados pela tecnologia nos meios de comunicação, aos novos sistemas de produção e distribuição da notícia e às

¹⁰ Esse prêmio é outorgado anualmente pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) a pesquisadores e instituições científicas.

¹¹ Endereço: <http://www.facom.ufba.br/jol>

¹² Endereço: <http://www.bocc.ubi.pt>

novas formas de narrativas no ciberespaço. A repercussão de seus estudos pode ser observada no resultado do *Google Scholar*, sistema de busca exclusivo de trabalhos científicos: são centenas os investigadores que citam as pesquisas desenvolvidas pelo autor.

QUADRO 8 – Resumo da produção autoral de Elias Machado Gonçalves.

Título	Ano	Tipo	Autoria	País
<i>O ciberespaço como fonte para os jornalistas.</i>	2003	livro	individual	Brasil
<i>Modelos de jornalismo digital.</i>	2003	livro (org.)	co-autoria	Brasil
<i>La Estructura de la noticia en las redes digitales [Microforma] : un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo.</i>	2001	livro (microforma)	individual	Espanha
<i>Manual de jornalismo na Internet - noções básicas, conceitos e um guia sobre as principais publicações jornalísticas digitais no Brasil e no Exterior.</i>	1997	livro	co-autoria	Brasil
<i>Comunicação e Informação - O Global e o Local em Austin e Salvador.</i>	2005	capítulo	co-autoria	Brasil
<i>Modelos de produção de conteúdos no jornalismo digital baiano.</i>	2004	capítulo	co-autoria	Portugal
<i>Modelos de produção no jornalismo digital baiano</i>	2003	capítulo	co-autoria	Brasil
<i>Changing concepts of time 50 anos depois - a contribuição de Harold Innis para o estudo do jornalismo digital</i>	2003	capítulo	individual	Brasil
<i>La experiencia de la enseñanza del periodismo digital en la FACOM/UFBA 1995/2005.</i>	2006	artigo	co-autoria	Espanha
<i>Um jornal multi-usuário, descentralizado e multimídia. O caso da Plataforma Panopticon.</i>	2005	artigo	co-autoria	Brasil
<i>Um Jornal Laboratório multimídia, multi-usuário e descentralizado. O caso da Plataforma Panopticon.</i>	2006	artigo	co-autoria	México
<i>Gêneros narrativos no jornalismo digital baiano.</i>	2003	artigo	co-autoria	Brasil
<i>A Intranet como modelo de gestão no jornalismo digital.</i>	2004	artigo	individual	Brasil
<i>O jornal como epicentro das redes de circulação de notícias.</i>	2002	artigo	individual	Brasil
<i>Os enredados no ciberespaço.</i>	2002	artigo	individual	Brasil
<i>La circulación de la noticia en las redes digitales.</i>	2000	artigo	individual	Espanha
<i>O novo conceito de edição no jornalismo digital.</i>	2000	artigo	individual	Portugal
<i>O jornalismo digital no mercado global.</i>	1998	artigo	individual	Brasil
<i>Três modelos de jornalismo personalizado na Internet - Fishwrap, Pointcast e CRAYON.</i>	1996	artigo	co-autoria	Brasil
<i>A produção verticalizada da notícia no jornalismo digital.</i>	1996	artigo	individual	Brasil

4.3 Elizabeth Saad

Elizabeth Nicolau Saad Côrrea é referência quando se trata de jornalismo e negócios na rede. Já no doutorado em Ciências da Comunicação, defendido em 1994, ela uniu tecnologia, jornalismo e mercado para fazer uma análise da Agência Estado. Na livre-docência, obtida em 2001, apresentou a pesquisa *As estratégias da desconstrução. Sobre o uso de estratégias diferenciadas por empresas informativas na Internet*. Parte do resultado desse trabalho pode ser conferido no livro *Estratégias para a mídia*

digital., lançado em 2003. Utilizando exemplos internacionais e nacionais, como *The New York Times*, *Financial Times*, *Mercury Center*, *Uol*, *Estadão*, *Grupo Abril* e *Organizações Globo*, a autora faz uma análise de modelos e processos estratégicos para a informação digital. A proposta do livro é refletir sobre ações de empresas de comunicação na era digital. De maneira geral, Saad reforça a “impossibilidade de receitas prontas quando falamos de operações de Internet” (2003, p. 26) e assume que toda empresa do século XXI deve integrar a Internet como uma atividade normal.

Os artigos científicos sobre jornalismo digital somam sete, sendo que seis foram publicados em revistas brasileiras, como *Revista da USP*, *Pauta Geral*, *Novos Olhares* e *Brazilian Journalism Research* e um na revista mexicana *Razón y Palabra*.

QUADRO 9 – Resumo da produção autoral de Elizabeth Saad.

Título	Ano	Tipo	Autoria	País
<i>Estratégias para a mídia digital, internet, informação e comunicação.</i>	2003	livro	individual	Brasil
<i>Em Alta - O primeiro guia on-line de jornalismo econômico.</i>	1998	livro	co-autoria	Brasil
<i>Linguagens da informação digital: reflexões conceituais e uma proposta de sistematização.</i>	2005	capítulo	individual	Brasil
<i>A era do ciberjornalista.</i>	2000	capítulo	individual	Brasil
<i>O jornalismo contemporâneo no Brasil: as mídias digitais como elo entre a crise e a busca de uma nova identidade.</i>	2005	artigo	individual	México
<i>Contemporary journalism in Brazil: digital media as a link between the crisis and the search of a new identity.</i>	2005	artigo	individual	Brasil
<i>O direito à informação e o dever de informar.</i>	2003	artigo	individual	Brasil
<i>Arquitetura estratégica no horizonte da terra cônica da informação digital.</i>	2001	artigo	individual	Brasil
<i>O jornalista brasileiro na sociedade da informação: repórter da realidade, arquiteto da virtualidade.</i>	1999	artigo	individual	Brasil
<i>Jornalismo e competitividade: o caso da Agência Estado.</i>	1997	artigo	individual	Brasil

4.4 Marcos Palacios

O mais experiente pesquisador entre os selecionados, Marcos Silva Palacios dá início à investigação sobre jornalismo digital em 1995. O conjunto de sua produção acerca deste tema reúne reflexões sobre ensino, metodologia, narrativas e tecnologia.

Em 1996, ele e Elias Machado Gonçalves, então professor da Universidade Federal da Bahia, disponibilizam na rede o *Manual de Jornalismo Online*, com parte do material elaborado para a Oficina de Jornalismo On-line dirigida aos alunos da graduação, no ano anterior. Aquele era um período em que começava a proliferação de jornais digitais e a discussão, na academia e no mercado, sobre as reais possibilidades da Internet para o desenvolvimento do jornalismo ainda era tímida. A parceria com Elias Machado Gonçalves rende outros estudos e publicações. Em 2003, organizam o

livro *Modelos de Jornalismo Digital*. Os artigos são resultados de pesquisas desenvolvidas pelos integrantes do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (GJOL)¹³.

Dos oito artigos publicados, três estão em revistas internacionais: *Razón y Palabra* (México), *Zer Revista de Comunicación* (Espanha) e *Comunicarte* (Portugal), e cinco em nacionais: *Pauta Geral*, *Textos de Cultura e Comunicação*, *Jornalismo Cultural* e *E-Compos*. Os artigos, em sua maioria, são produzidos com membros do GJOL e apontam resultados de estudos realizados pelo grupo.

QUADRO 10 – Resumo da produção autoral de Marcos Palacios.

Título	Ano	Tipo	Autoria	País
<i>Manual de Jornalismo Online</i>	1996	livro	co-autoria	Brasil
<i>Manual de Jornalismo na Internet.</i>	1997	livro	co-autoria	Brasil
<i>Modelos de jornalismo digital.</i>	2003	livro (org.)	co-autoria	Brasil
<i>Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual.</i>	2002	capítulo	co-autoria	Brasil
<i>Jornalismo Online, Informação e Memória: apontamentos para debate.</i>	2003	capítulo	individual	Portugal
<i>Três modelos de Jornalismo Digital.</i>	2003	capítulo	co-autoria	Brasil
<i>Três modelos de Jornalismo Digital.</i>	2003	capítulo	co-autoria	Brasil
<i>Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória .</i>	2003	capítulo	individual	Brasil
<i>Jornalismo em ambiente plural? Notas para discussão da Internet enquanto suporte para a prática jornalística.</i>	2004	capítulo	individual	Brasil
<i>O Uso da Fotografia no Jornalismo On-Line em Salvador e Austin: primeiros elementos de uma análise comparativa.</i>	2004	capítulo	co-autoria	Brasil
<i>O Jornalismo Personalizado Na Internet.</i>	1996	artigo	co-autoria	Brasil
<i>Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual.</i>	2002	artigo	co-autoria	Brasil
<i>Um Mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português.</i>	2002	artigo	co-autoria	Portugal
<i>Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas: Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático .</i>	2003	artigo	individual	Brasil
<i>Um jornal multi-usuário, descentralizado e multimídia. O caso da Plataforma Panopticon.</i>	2005	artigo	co-autoria	Brasil
<i>La experiencia de la enseñanza del periodismo digital en la FACOM/UFBA 1995/2005. Zer Revista de Comunicación, Bilbao, v. 20, n. 1, 2005.</i>	2005	artigo	co-autoria	Espanha
<i>Natura non facit saltum: Promessas, alcances e limites no desenvolvimento do jornalismo on-line e da hiperficção.</i>	2005	artigo	individual	Brasil
<i>Um Jornal Laboratório multimídia, multi-usuário e descentralizado. O caso da Plataforma Panopticon.</i>	2006	artigo	co-autoria	México

4.5 Sebastião Squirra

Sebastião Squirra, o autor do primeiro livro sobre jornalismo nas redes digitais editado no Brasil, em 1998, cujo título é *Jornalismo Online*. A obra resulta da pesquisa de pós-doutorado, na Universidade da Carolina do Norte, Estados Unidos. A

¹³ Grupo de pesquisa coordenado por Palacios e Machado na Universidade Federal da Bahia e registrado no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico em 2001.

maior parte da produção de Squirra versa sobre televisão. Sobre jornalismo digital, além do livro, há seis artigos, sendo que, cinco publicados no Brasil e um na Bolívia. O mais antigo é de 1995 e descreve a importância da internet para a comunicação. Outros quatro artigos datam de 1998, mesmo ano em que o livro foi publicado, e apresentam tendências do jornalismo no ciberespaço. No artigo mais recente, em 2002, Squirra une o telejornalismo e a Internet.

QUADRO 11 – Resumo da produção autoral de Sebastião Squirra.

Título	Ano	Tipo	Autoria	País
<i>Jorn@lismo Online</i>	1998	livro	individual	Brasil
<i>O telejornalismo na Internet.</i>	2002	artigo	individual	Brasil
<i>Periodismo en el ciberespacio.</i>	1998	artigo	individual	Bolívia
<i>O jornalismo do futuro.</i>	1998	artigo	individual	Brasil
<i>Jornalismo no ciberespaço.</i>	1998	artigo	individual	Brasil
<i>Viagem ao mundo ciberespacial.</i>	1998	artigo	individual	Brasil
<i>Internet.</i>	1995	artigo	individual	Brasil

4.6 Zélia Leal Adghirni

O papel do jornalista nas rotinas produtivas das empresas de comunicação é o principal foco das investigações desenvolvidas por Zelia Leal Adghirni. Seus textos versam, de modo geral, sobre as reconfigurações dos meios e da rotina de seus profissionais provocadas pelos efeitos da tecnologia e da evolução sociocultural, política e econômica. Ao analisar as redações on-line de Brasília em contraste com outras realidades nacionais e internacionais, ela pensa o local para agir de forma global.

Em *Jornalismo online: em busca do tempo real*, Adghirni analisa a obsessão de velocidade nos meios de comunicação, enfatizando mudanças nas rotinas produtivas de redações digitais e, conseqüentemente, no produto final, provocadas por esse novo tempo acelerado. A pesquisadora questiona se o jornalista (analista do dia) não é na verdade um instantaneísta (analista do instante) da notícia.

QUADRO 12 – Resumo da produção autoral de Zélia Leal Adghirni.

Título	Ano	Tipo	Autoria	País
<i>Jornalismo online: em busca do tempo real.</i>	2002	capítulo	individual	Brasil
<i>La presse en ligne au Bresil.</i>	2002	capítulo	individual	França
<i>Jornalismo online e identidade profissional do jornalista.</i>	2002	capítulo	individual	Brasil
<i>La presse en ligne au Brésil: temps réel et réalité</i>	2002	artigo	individual	França
<i>Informação online: jornalista ou produtor de conteúdos?</i>	2002	artigo	co-autoria	Brasil
<i>Jornalismo online e identidade profissional do jornalista.</i>	2001	artigo	individual	Brasil

5. A pesquisa e a metodologia sobre Jornalismo Digital

Atualmente, quatro dos investigadores selecionados desenvolvem projetos específicos de pesquisa sobre jornalismo digital. Sebastião Squirra apresenta uma investigação mais abrangente sobre comunicação e tecnologias digitais, já Zélia L. Adghirmi estuda processos de produção da notícia no limite das fronteiras híbridas dos gêneros redacionais (informação/opinião) e profissionais junto às esferas midiáticas governamentais.

Quadro 13 – Título das pesquisas atuais dos investigadores selecionados.

Pesquisador	Projeto	Ano	Financiamento
Claudia Quadros	<i>Arquitetura Web: a estrutura da notícia no jornal</i>	2004 – atual	UTP
Elias M. Gonçalves	<i>O jornalismo digital em publicações regionais no Brasil e nos Estados Unidos – Um estudo comparativo dos sistemas de produção da notícia em Austin e Salvador</i>	2002 – atual	CAPES
	<i>Rede Latino-americana para pesquisa de metodologias e softwares para o ensino de jornalismo nas redes digitais de alta velocidade</i>	2003 - atual	CNPq/Fapesb
	<i>Projeto Alpha: Rede ICOD para estudos dos componentes digitais no ensino da Comunicação</i>	2004 - atual	Comunidade Européia
Elizabeth Saad	<i>Linguagens Digitais</i>	2002 - atual	USP
Marcos Palacios	<i>Jornalismo em Redes Digitais: problematizando a Internet enquanto suporte para a prática do Jornalismo</i>	2003 - atual	CNPq
	<i>Rede Latino-americana para pesquisa de metodologias e softwares para o ensino de jornalismo nas redes digitais de alta velocidade</i>	2003 - atual	CNPq/Fapesb
	<i>Projeto Alfa: Rede ICOD para estudos dos componentes digitais no ensino da Comunicação</i>	2004 - atual	Comunidade Européia
Sebastião Squirra	<i>Comunicação e Tecnologias Digitais</i>	2004 - atual	CNPq
Zélia L. Adghirmi	<i>Hibridização dos gêneros midiáticos e dos gêneros profissionais</i>	2003 - atual	CNPq

Ao longo de dez anos de pesquisa, os investigadores selecionados se utilizaram de diversas metodologias para a realização de seus estudos, que vão desde entrevistas em profundidade, levantamentos bibliográficos extensivos, observação sistemática, classificação etc. De modo geral, reuniram instrumentos quantitativos e qualitativos adaptados para o estudo do jornalismo digital. A união dos dois métodos permitiram encontrar soluções ou respostas mais seguras sobre o problema em foco. Há necessidade, no entanto, de um estudo aprofundado das metodologias desenvolvidas ao longo da década, também com o intuito de criar novas metodologias para a compreensão da evolução do jornalismo digital.

6. Considerações finais

Um levantamento desta natureza, com enfoque quantitativo, não se configura como um trabalho pleno. Trata-se de uma etapa inicial: a sistematização acerca dos estudos na área de jornalismo digital realizados no Brasil na primeira década de existência do objeto de pesquisa. Mesmo sendo apenas um levantamento preliminar pudemos conhecer aspectos bastante significativos deste cenário.

Temos três pós-doutores, um livre-docente e dois doutores. Constatamos que a formação dos nossos pesquisadores pioneiros ocorreu majoritariamente no exterior, especificamente na Europa (Espanha, França e Portugal); apenas um pesquisador obteve seu título nos Estados Unidos e outro no Brasil. Isso se reflete no número de publicações editadas no exterior: Espanha (oito), Portugal (três), México (três), França (duas) e Bolívia (uma). Nenhum pesquisador indica no Currículo Lattes publicação editada nos Estados Unidos.

Outra observação: no *cluster* Nordeste (Bahia), os coordenadores do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line possuem maior incidência de produção de textos em co-autoria. Esse dado, provavelmente, reflete o desenvolvimento do trabalho em equipe.

Entre as nossas descobertas, verificamos que, dos 52 trabalhos (dissertações e teses), 28 foram orientados pelos seis pesquisadores destacados, ou seja, 53,8% do montante total. Os restantes 24 trabalhos ficaram a cargo de 18 orientadores. Detectamos ainda que, dos trabalhos em andamento, há seis dissertações e nove teses, dado que aponta o amadurecimento das pesquisas realizadas na área. Porém, esses trabalhos não estão divididos de maneira equilibrada entre os pesquisadores – 12 das 15 orientações em andamento estão sob a responsabilidade de três pesquisadores: Marcos Palacios (dois mestrados e três doutorados), Elizabeth Saad (um mestrado e três doutorados) e Claudia Quadros (três mestrados). Os demais pesquisadores orientam apenas um trabalho, sendo que Sebastião Squirra não possui orientandos na área neste momento.

A partir do panorama esboçado, pretendemos continuar estudando os caminhos da pesquisa em jornalismo digital no Brasil, não só de maneira quantitativa, mas com uma abordagem qualitativa que nos permita apresentar e analisar as investigações desenvolvidas pelos pesquisadores brasileiros.

7. Referências bibliográficas da produção dos pesquisadores estudados

7.1 Publicações de Claudia Quadros

Livro

QUADROS, C. I. . Los periodistas y diarios electrónicos: las exigencias profesionales en la Red.. 1. ed. La Laguna: Editora: Latina de Comunicación - Universidad de La Laguna, 2005

Capítulo de Livro

QUADROS, C. I. . Uma Breve Visão Histórica do Jornalismo On-line. In: Antonio Hohlfeldt; Marialva Barbosa. (Org.). Jornalismo no Século XXI: a Cidadania. 1 ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002, v. , p. 239-259.

Artigos

QUADROS, C. I. ; VIEIRA, Josiany Fiedler ; ROSA, A. P. . Blogs e as transformações no Jornalismo. e-compos, Salvador, v. 3, n. 1, 2005.

QUADROS, C. I. . Dez Anos Depois do Boom dos Diários Digitais. 404nOtF0und, Salvador, v. I, n. 50, 2005.

QUADROS, C. I. . Base de dados: a memória extensiva do jornalismo. Em Questão, Rio Grande do Sul, v. 11, n. 2, 2005.

QUADROS, C. I. . A participação do público no webjornalismo. E-Compós: Revista da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação, v. 4, n. dez., p. 1-17, 2005.

QUADROS, C. I. . Clinton-Lewinsky: l'escàndol que va començar en la Xarxa. Quaderns Digitals, Valencia, v. 20, 2000.

QUADROS, C. I. . Una discusión sobre la ética en los periódicos electrónicos. Revista Ámbitos, Sevilha, p. 145-151, 2000.

QUADROS, C. I. Clinton-Lewinsky: el escándalo que comenzó en la Red, Revista Latina de Comunicación Social, La Laguna, Espanha, 1999.

QUADROS, C. I. . Ser digital: um novo desafio para os jornalistas . Jornal Brasileiro das Ciências da Comunicação, São Paulo, 1999.

7.2 Publicações de Elias Machado Gonçalves

Livros

GONÇALVES, E. M. . O ciberespaço como fonte para os jornalistas. 1. ed. Salvador: Calandra, 2003.

PALACIOS, Elias Machado Gonçalves e Marcos (Org.) ; GONÇALVES, E. M. (Org.) . Modelos de jornalismo digital. 1. ed. Salvador: Edições GJOL - Editora Calandra, 2003.

GONÇALVES, E. M. . La Estructura de la noticia en las redes digitales [Microforma] : un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo. Barcelona: Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2001.

GONÇALVES, E. M. ; PALACIOS, Marcos Silva . Manual de jornalismo na Internet - noções básicas, conceitos e um guia sobre as principais publicações jornalísticas digitais no Brasil e no Exterior. Salvador: Facom-Ufba, 1997.

Capítulos de Livro

GONÇALVES, E. M. ; BORGES, Clarrissa de Jesus ; MIRANDA, Milena Nunes de . Comunicação e Informação - O Global e o Local em Austin e Salvador. In: Othon

Jambeiro; Joseph Straubaahar. (Org.). Comunicação e Informação: O Local e o Global em Austin e Salvador. Salvador: EDUFBA, 2005,

GONÇALVES, E. M. ; JESUS, C. B. ; MIRANDA, M. N. . Modelos de produção de conteúdos no jornalismo digital baiano. In: Jorge Pedro Sousa. (Org.). Jornalismo de Referência. Actas do I Congresso Luso-. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2004.

MIRANDA, Elias Machado Gonçalves Clarissa Borges M ; GONÇALVES, E. M. . Modelos de produção no jornalismo digital baiano. In: Elias Machado; Marcos Palacios. (Org.). Modelos de jornalismo digital. 1 ed. Salvador: Edições GJOI - Editora Calandra, 2003.

GONÇALVES, E. M. . Changing concepts of time 50 anos depois - a contribuição de Harold Innis para o estudo do jornalismo digital. In: Denise Lavallé; Edgard Rebouças; Lícia Soares de Souza; Gaetan Tremblay. (Org.). América Terra de Utopias - Desafios da Comunicação Social. 1 ed. Salvador: Editora da UNEB, 2003.

Artigos

GONÇALVES, E. M. ; PALACIOS, Marcos . La experiencia de la enseñanza del periodismo digital en la FACOM/UFBA 1995/2005. Zer - revista de comunicación, Bilbao, Espanha, v. 20, n. 1, 2006.

GONÇALVES, E. M. ; SCHWINGEL, C. ; ROCHA, L. ; PALACIOS, Marcos . Um jornal multi-usuário, descentralizado e multimídia. O caso da Plataforma Panopticon. Pauta Geral, Florianópolis, v. 7, n. 7, 2005.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos; SWINGEL, Carla ; ROCHA, Lenadro . *Um Jornal Laboratório multimídia, multi-usuário e descentralizado. O caso da Plataforma Panopticon*. Razon y palabra, Monterrey México, v. 49, 2006.

MIRANDA, Elias Machado Gonçalves Clarissa Borges M ; GONÇALVES, E. M. . Gêneros narrativos no jornalismo digital baiano. Pauta Geral, Salvador, v. Vol 5, p. 105-117, 2003.

GONÇALVES, E. M. . A Intranet como modelo de gestão no jornalismo digital. Pauta geral, Salvador, v. 6, 2004.

GONÇALVES, E. M. . O jornal como epicentro das redes de circulação de notícias. Pauta Geral, Salvador, v. Vol 4, p. 51-69, 2002.

GONÇALVES, E. M. . Os enredados no ciberespaço. Pauta Geral, Salvador, v. Vol 4, 2002.

GONÇALVES, E. M. . La circulación de la noticia en las redes digitales. Scripta Nueva, Barcelona, v. 69, n. 33, 2000.

GONÇALVES, E. M. . O novo conceito de edição no jornalismo digital. Comunicação e Sociedade, Braga, Portugal, v. 2, , 2000.

GONÇALVES, E. M. . O jornalismo digital no mercado global. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, v. 29, 1998.

GONÇALVES, E. M. ; PALACIOS, Marcos Silva . Três modelos de jornalismo personalizado na Internet - Fishwrap, Pointcast e CRAYON. Textos de Cultura e Comunicação, Salvador - Bahia, v. 36, 1996.

GONÇALVES, E. M. . A produção verticalizada da notícia no jornalismo digital. Pauta Geral, Salvador - Bahia, v. Vol 5, n. Ano 5, 1996.

7.3 Publicações de Elizabeth Saad

Livros

SAAD CORRÊA, E. *Estratégias para a mídia digital, internet, informação e comunicação*. 1. ed. São Paulo: Editora Senac-SP, 2003.

SAAD CORRÊA, E.; KUCINSKI, B. ; LERNER, C. ; SAKAMOTO, L. M. . *Em Alta - O primeiro guia on-line de jornalismo econômico*. 1. ed. São Paulo: Plêiade, 1998.

Capítulos de livros

SAAD CORRÊA, E. *Linguagens da informação digital: reflexões conceituais e uma proposta de sistematização*. In: José Marques de Melo. (Org.). *Anuário Internacional de Comunicação Lusofona 2004/Lusocom*. São Paulo, Intercom, 2005.

SAAD CORRÊA, E. *A era do ciberjornalista*. In: Dirceu Fernandes Lopes; José Coelho Sobrinho. (Org.). *A edição em jornalismo eletrônico*. 1 ed. São Paulo: Edicon, 2000.

Artigos

SAAD CORRÊA, E. *O jornalismo contemporâneo no Brasil*. Pauta Geral, São Paulo, v. 7, 29 nov. 2005.

SAAD CORRÊA, E. *O jornalismo contemporâneo no Brasil: as mídias digitais como elo entre a crise e a busca de uma nova identidade*. Razón y Palabra, México, 2005

SAAD CORRÊA, E. *Contemporary journalism in Brazil: digital media as a link between the crisis and the search of a new identity*. Brazilian Journalism Research Journal Theory Research And Criticism, Salvador, Ba., v. 1, n. 2, 2005.

SAAD CORRÊA, E. *O direito à informação e o dever de informar*. Novos olhares, São Paulo, 2003.

SAAD CORRÊA, E. *Arquitetura estratégica no horizonte da terra cónita da informação digital*. Revista da USP, São Paulo, v. 48, 2001.

SAAD CORRÊA, E. *O jornalista brasileiro na sociedade da informação: repórter da realidade, arquiteto da virtualidade*. Revista Comunicações e Artes, São Paulo, v. 21, n. 34, 1999.

SAAD CORRÊA, E. *Jornalismo e competitividade: o caso da Agência Estado*. Revista de Comunicação, São Paulo, 1997.

8.4 Publicações de Marcos Palacios

Livros

PALACIOS, Marcos; GONÇALVES, Elias Machado. *Manual de Jornalismo Online*. 1996.

PALACIOS, Marcos; GONÇALVES, Elias Machado. *Manual de Jornalismo na Internet*. Salvador, UFBA, 1997.

PALACIOS, Marcos; LEMOS, André . *Janelas do Ciberespaço: Comunicação e Cibercultura*. Porto Alegre, Sulina, 2001.

PALACIOS, Marcos; MACHADO, Elias . *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calhandra/Edições GJol, 2003.

Capítulos de Livros

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, L. . *Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual*. In: FRANÇA, Vera;

MOTTA Luiz Gonzaga; PAIVA, Raquel; WEBER, Maria Helena. (Org.). *Estratégias e Cultura da Comunicação*. Brasília, 2002.

PALACIOS, Marcos. *Jornalismo Online, Informação e Memória: apontamentos para debate*. In: Fidalgo, Antonio; Serra, Paulo. (Org.). *Jornalismo Online: informação e comunicação online*. Covilhã, 2003.

PALACIOS, Marcos; MACHADO, Elias. *Três modelos de Jornalismo Digital*. In: Elias Machado. (Org.). *O Ciberespaço como Fonte para os Jornalistas*. Salvador, 2003.

PALACIOS, Marcos; MACHADO, Elias. *Três modelos de Jornalismo Digital*. In: Elias Machado. (Org.). *O Ciberespaço como Fonte para os Jornalistas*. Salvador, 2003.

PALACIOS, Marcos. *Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória*. In: Elias Machado; Marcos Palacios. (Org.). *Modelos de jornalismo digital*. Salvador, 2003.

PALACIOS, Marcos. *Jornalismo em ambiente plural? Notas para discussão da Internet enquanto suporte para a prática jornalística*. In: Brasil, André; Falci, Carlos Henrique; Jesus, Eduardo de; Alzamora, Geane. (Org.). *Culturas em fluxo. Novas mediações rede*. Belo Horizonte, 2004.

PALACIOS, Marcos ; PAULO, Munhoz . *O Uso da Fotografia no Jornalismo On-Line em Salvador e Austin: primeiros elementos de uma análise comparativa*. In: Jambeiro, Othon; Straubhaar, Joseph. (Org.). *Informação e Comunicação: O local e o global em Austin e Salvador*. Salvador, 2004,

Artigos

MACHADO, E. ; PALACIOS, Marcos . *O Jornalismo Personalizado Na Internet*. *Textos de Cultura e Comunicação*, Salvador, n. 35, 1996.

PALACIOS, Marcos ; MIELNICZUK, L. . *Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual*. *Pauta Geral*, Salvador, v. 9, n. 4, 2002

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, L.; BARBOSA, Suzana ; RIBAS, Beatriz ; NARITA, S. *Um Mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português*. *Comunicarte*, Aveiro- Portugal, v. 1, n. 2, 2002.

PALACIOS, Marcos. *Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas: Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático*. *Jornalismo Cultural*, PUC/ Minas, <http://www.fca.pucminas.br>, 2003.

PALACIOS, Marcos; MACHADO, Elias ; SWINGEL, Carla ; ROCHA, Lenadro . *Um jornal multi-usuário, descentralizado e multimídia. O caso da Plataforma Panopticon*. *Pauta Geral*, Florianópolis, v. 7, n. 7, 2005.

PALACIOS, Marcos; MACHADO, Elias . *La experiencia de la enseñanza del periodismo digital en la FACOM/UFBA 1995/2005*. *Zer Revista de Comunicación*, Bilbao, v. 20, n. 1, 2005.

PALACIOS, Marcos. *Natura non facit saltum: Promessas, alcances e limites no desenvolvimento do jornalismo on-line e da hiperficção*. *E Compós*, Brasília, v. vol.1, n. n.2, 2005.

PALACIOS, Marcos; MACHADO, Elias ; SWINGEL, Carla ; ROCHA, Lenadro . *Um Jornal Laboratório multimídia, multi-usuário e descentralizado. O caso da Plataforma Panopticon*. *Razon y palabra*, Monterrey México, v. 49, 2006.

8.5 Publicações de Sebastião Squirra

Livro

SQUIRRA, Sebastião. *Jornalismo Online*, Arte&Ciência, São Paulo, 1998.

Artigos

SQUIRRA, Sebastião. O telejornalismo na Internet. *Revista Comunicação & Sociedade*. S. Bernardo do Campo. p. 43-54, 2002.

SQUIRRA, Sebastião. Periodismo en el ciberespacio. *Revista Punto Certo*, Cochabamba-Bolívia, v.1, n.3, p.9-13. 1998.

SQUIRRA, Sebastião. O jornalismo do futuro. *Comunicação & Sociedade*. S.B. do Campo, v.28, 1998, p.75-100.

SQUIRRA, Sebastião. Jornalismo no ciberespaço. *Jornal da USP*, 1998.

SQUIRRA, Sebastião. Viagem ao mundo ciberespacial. *Revista Brasileira de Comunicação*. Intercom. São Paulo, 1998.

SQUIRRA, Sebastião. Internet. *Vale Paraibano*. S.J. dos Campos, 1995.

8.6 Publicações de Zélia Leal Adghirni

Capítulos de livros

ADGHIRNI, Zélia L. Jornalismo online: em busca do tempo real. In: Antonio Hohlfeldt; Marialva Barbosa. (Org.). *Jornalismo no século XXI : a Cidadania*. Rio de Janeiro: Mercado Aberto - UFF, 2002.

ADGHIRNI, Zélia L. La presse en ligne au Bresil. In: Beatrice DAMIAN; Daniel THIERRY; Denis RUELLAN. (Org.). Paris: l'Harmattan, 2002.

ADGHIRNI, Zélia L. Jornalismo online e identidade profissional do jornalista. In: Luiz Gonzaga Motta. (Org.). *Imprensa e Poder*. Brasília: Editora UnB, 2002.

Artigos

ADGHIRNI, Zélia L. La presse en ligne au Brésil: temps réel et réalité - INA. *Mediamorphoses*, Paris, n. n° 4, 2002.

ADGHIRNI, Zélia L. Ribeiro, Gisleno. Informação online: jornalista ou produtor de conteúdos? *Contracampo*, RJ - UFF, v. 6, 2002.

ADGHIRNI, Zélia L. Jornalismo online e identidade profissional do jornalista. *Comunicação e Espaço Público*, UnB - Brasília, v. 1, n. n° 1, 2001.

Itinerário da Mídia em São Paulo: Pesquisando as Fontes Paulistas

Gisely Valentim Vaz Coelho Hime ¹

Resumo: Este artigo pretende apresentar a pesquisa “História da Imprensa Paulista: Inventário Bibliográfico Analítico”, desenvolvida no Curso de Comunicação Social do UniFIAMFAAM e vinculada à Rede Alfredo Carvalho que pretende atualizar o inventário da imprensa brasileira até 2008 – aniversário dos 200 anos da Imprensa Brasileira -, completando as lacunas e interpretando os dados acumulados. Tem por objetivo dar continuidade ao inventário preliminar “Bibliografia da Imprensa”, realizado em 1984 pela equipe do Plano Nacional de Microfilmagem dos Periódicos Brasileiros/Biblioteca Nacional, analisando o conhecimento existente sobre o desenvolvimento da imprensa paulista. Estão sendo levantados – para posterior elaboração de uma Bibliografia Anotada - artigos de revistas científicas, livros, monografias, dissertações e teses que tratam da imprensa do Estado de São Paulo e sua história.

Palavras-chave: jornalismo – São Paulo, imprensa paulista, história da imprensa, fontes paulistas, inventário da imprensa

Ao assinar o prefácio da obra *Histoire Générale de la Presse Française* (coleção em quatro volumes, publicada sob a direção de Claude Bellanger, Jacques Godehot, Pierre Guiral e Fernand Terrou, Paris, Presses Universitaires de France, 1969), Pierre Renouvin, membro do Instituto Francês de Imprensa, formula a questão que deve orientar o trabalho de todo historiador da imprensa: “O que esperamos do estudo da imprensa para o conhecimento do passado?”². Ainda mais fundamental é a resposta:

A imprensa fornece um relato de acontecimentos dos quais, sem ela, não teríamos senão uma visão geral e esquemática; ela destaca fatos minúsculos que, fora dela, não deixaram nenhum traço escrito. Ora, são esses detalhes e esses fatos minúsculos que permitem medir a distância entre a vontade do legislador ou as ordens da administração e a aplicação prática da lei ou da circular; que permitem apreciar, no domínio econômico, a amplitude de uma crise de abastecimento ou de transportes, a eficácia prática de um plano econômico; que permitem conhecer, no funcionamento das instituições, os incidentes reveladores de uma carência ou de uma resistência. Seria fácil multiplicar os exemplos. Todos que se dedicam a recolher e explorar as notícias de imprensa sabem o interesse que podem apresentar, sobretudo em determinadas épocas, os pequenos anúncios e a seção de faits divers. Em suma, é graças ao estudo histórico da imprensa que conseguimos apreender um pouco mais de perto as realidades³.

Sendo assim, os estudos sobre a imprensa abrem caminhos para as mais diversas ciências do campo de Humanas:

“O sociólogo não se prende à singularidade das situações históricas; ele procura, nos exemplos fornecidos pela leitura dos jornais, discernir quais foram os caracteres dos fenômenos de opinião⁴”. O crítico literário encontra na imprensa meios de expressão cuja qualidade é original; ele aprecia a veia

¹ Mestre e Doutora pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, instituição onde também se bacharelou em Jornalismo. Membro do Conselho Científico do Núcleo Paulista da Rede Alfredo de Carvalho. Jornalista. Tradutora. Professora e líder de Pesquisa do Curso de Comunicação Social do UniFIAMFAAM. Coordenadora do Programa de Atividades Complementares do UniFIAMFAAM.

² Claude Bellanger *et al.* *Histoire Générale de la Presse Française*, Paris, Presses Universitaires de France, 1969, vol. 1, tomo I, p. VII, em tradução por mim realizada.

³ C. Bellanger. *Histoire Générale de la Presse Française*, *opus cit.*.

⁴ Jean Stoetzel. *Contribution à l'étude expérimentale des opinions*, Paris, 1943, p.9, *apud.* C. Bellanger. *Histoire Générale de la Presse Française*, *opus cit.*.

de um polemista e descobre, às vezes, o talento de um escritor. O historiador da língua nela recolhe uma massa de observações de grande importância para seus trabalhos. O estudo do movimento das idéias é singularmente ampliado pelas investigações atuais que, graças ao despojamento da imprensa, se aplicam a determinar as noções familiares dos homens do século XVIII. Mas é sobretudo ao conhecimento da vida política, social, econômica e das mudanças sobrevindas às mentalidades que a leitura dos jornais agrega um extremo enriquecimento⁵.

Nessa perspectiva, a avaliação constante das fontes bibliográficas disponíveis sobre a História da Imprensa torna-se premente e de importância incomensurável. E, por esse motivo, tem sido um dos projetos empreendidos pelos diversos núcleos da Rede Alfredo de Carvalho (RedeAlcar), desde a sua fundação. Em São Paulo, concretizou-se na pesquisa de iniciação científica “História da Imprensa Paulista: Inventário Bibliográfico Analítico”, por mim coordenada, desde fevereiro de 2002, no Curso de Comunicação Social do Centro Universitário das Faculdades Integradas Alcântara Machado (UniFIAM-FAAM). Seu principal objetivo é dar continuidade ao inventário “Bibliografia da Imprensa”, realizado nos anos 1980 pela equipe do Plano Nacional de Microfilmagem dos Periódicos Brasileiros da Biblioteca Nacional, no Rio de Janeiro, analisando, porém, especificamente a imprensa paulista.

Iniciado em outubro de 2001, sob a orientação do Prof. Dr. José Marques de Melo e coordenação da Profa. Dra. Eula Dantas Taveira Cabral, o projeto “História da Imprensa Paulista: Inventário Bibliográfico Analítico” foi por mim redirecionado, determinando:

- na primeira fase da pesquisa, serão avaliadas as dissertações e teses das instituições acadêmicas do Estado, classificadas pela importância de sua produção neste campo. Esta fase está sendo executada em diversas etapas:
 - em 2002, foi avaliada a produção da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), tendo em vista a notória importância deste centro nas pesquisas de História da Imprensa;
 - em 2003, passou-se ao Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH/USP);
 - em 2004, foram considerados os demais departamentos da FFLCH/USP, bem como a Pontifícia Universidade Católica (PUC); também se procedeu uma atualização das etapas anteriores;
 - em 2005, passou-se à Universidade Metodista de São Paulo (Unimep) e também se procedeu uma atualização das etapas anteriores;
- na segunda fase, serão catalogados os livros disponíveis sobre o assunto e que não resultaram de dissertações e teses;
- na terceira fase, serão consideradas as demais categorias de produção acadêmica, como os artigos publicados em revistas especializadas ou em anais de congressos;

⁵ C. Bellanger. *Histoire Générale de la Presse Française*, *opus cit.*, p. VII, em tradução por mim realizada.

- na quarta fase, passaremos aos artigos e reportagens em jornais e revistas, em geral.

Do Material E Dos Métodos

Na execução de cada fase, observam-se três etapas de trabalho: levantamento do material disponível; constituição de uma Bibliografia Anotada e elaboração de um inventário analítico. Para a elaboração da Bibliografia Anotada utiliza-se o seguinte modelo, proposto pelo Prof. Dr. José Marques de Melo, baseado no modelo adotado pela CIESPAL:

1. Ficha catalográfica;
2. Identificação do autor (titulação, vinculação institucional naquela circunstância, nacionalidade, outros dados identificadores);
3. Objetivo (breve enunciação dos propósitos do estudo);
4. Metodologia (métodos e técnicas usados pelo autor durante a produção do estudo ou ensaio);
5. Conteúdo (descrição ampliada do objeto pesquisado e do seu desenvolvimento analítico-reflexivo, destacando as partes da narrativa etc);
6. Referentes (situar a narrativa no tempo e no espaço, destacando personagens ou instituições focalizadas no estudo);
7. Conclusões (síntese dos resultados da pesquisa ou corolários das reflexões efetuadas);
8. Aplicações (recomendações feitas pelo autor ou ilações retiradas pelo analista sobre eventuais usos e significações do estudo para as práticas profissionais, a pesquisa acadêmica ou simplesmente para a vida cotidiana);
9. Palavras- chave (Cinco palavras, das quais a principal deve estar ligada ao objeto de estudo e as secundárias devem ancorar a análise na geografia midiática – imprensa, rádio, TV, cinema, Internet etc, e na taxonomia acadêmica – história, política, economia etc).

Para ilustrar o processo, incluo aqui um exemplo da Bibliografia Anotada, elaborada pelos alunos-bolsistas, por mim corrigida e que, posteriormente, será disponibilizada aos pesquisadores.

1- Ficha catalográfica	
AUTOR(ES) DA DISSERTAÇÃO/TESE	Coelho Hime, Gisely Valentim Vaz.
TÍTULO DA DISSERTAÇÃO/TESE	<i>A Hora e a Vez do Progresso - Cásper Líbero e o Exercício do Jornalismo nas Páginas d'A Gazeta</i>
IMPRENTA	São Paulo, 1997
DESCRIÇÃO FÍSICA	254 págs.
GRAU	Dissertação de Mestrado
AUTOR SEC.	Profa. Dra. Alice Mitika Koshiyama
UNID.USP	Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/ USP)
2. Identificação do autor	
Mestre e Doutora pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, instituição onde também se bacharelou em Jornalismo. Membro do Conselho Científico do Núcleo Paulista da Rede Alfredo de Carvalho. Jornalista. Tradutora. Professora e líder de Pesquisa do Curso de Comunicação Social do UniFIAMFAAM. Coordenadora do Programa de Atividades Complementares do UniFIAMFAAM.	

3. Objetivo

A partir da análise do vespertino paulistano, *A Gazeta*, no período em que foi dirigido por Cásper Líbero (1918-1943), estudar o conteúdo do jornal como expressão da mentalidade de uma época, ou ainda, como expressão da mentalidade de um determinado grupo ou grupos nela inseridos. Propõe-se ainda o estudo da relação do jornalismo com as mudanças sociais, analisando a repercussão nos movimentos sociais da amplificação de determinados valores pela imprensa. Este trabalho também tem por objetivo preencher algumas lacunas da História da Imprensa Paulistana e Brasileira, tais como: considerando a importância que *A Gazeta* teve no período, por que foi praticamente esquecida nos tratados de História da Imprensa, cedendo os louros a jornais como *O Estado de S.Paulo*? sendo Casper Líbero um pioneiro na reflexão da prática jornalística por que também foi praticamente esquecido nos mesmos trabalhos que omitem a trajetória da sua *Gazeta*? mais ainda: sendo o fundador da primeira escola de jornalismo do País, por que jamais mereceu um estudo de sua trajetória como jornalista e empresário do setor? ou ainda: exercendo um papel estratégico durante a Era Vargas, principalmente no que se refere à difusão cultural e às relações exteriores, por que ainda hoje sua memória se mantém à sombra de Assis Chateaubriand?

4. Metodologia

A metodologia de trabalho adotada fundamenta-se em instrumentais típicos da reconstituição histórica (evidências demonstradas na bibliografia disponível, interpretações a partir dos depoimentos de contemporâneos etc), como também em processos peculiares da reprodução jornalística (como a leitura e interpretação dos registros da imprensa da época: leitura de jornais da época (edições d'*A Gazeta*, no período de 1918 a 1943: para levantamento dos assuntos retratados em editoriais e reportagens, tratamento dado às notícias, posicionamento do vespertino e atuação política e social de Casper Líbero; edições dos principais jornais paulistas e cariocas, no mesmo período: para caracterização da moral da época e, se possível, verificação da cobertura dada à atuação política e social de Casper Líbero); depoimentos de personalidades da época (jornalistas que trabalharam n'*A Gazeta* ou em veículos concorrentes; políticos; empresários; intelectuais e artistas que tenham ou não recebido algum tipo de apoio d'*A Gazeta*; líderes estudantis que tenham se relacionado com Casper Líbero); documentos (registros do funcionamento administrativo d'*A Gazeta*; registros dos negócios de Casper Líbero em outras atividades além do jornalismo; registros do relacionamento de Casper Líbero com entidades e associações como: a Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo; a Aeronáutica; a Federação das Indústrias de São Paulo; a União Cultural Brasil-Estados Unidos; o Sindicato dos Jornalistas e o Clube dos Proprietários de Jornais e Revistas; a igreja); embasamento teórico (leitura de livros que contribuam para a compreensão da época ou para a análise do material coletado, de acordo com os objetivos propostos; entrevista com especialistas em História, Jornalismo e Análise do Discurso, que contribuam para a compreensão da época ou para a análise do material coletado, de acordo com os objetivos propostos).

5. Conteúdo

Entre o final dos anos 20 e o início dos 40, um vespertino destacou-se no cenário jornalístico nacional pela modernidade de suas instalações, equipamentos, linha editorial e administração - modernidade que o equiparou aos melhores jornais do mundo. Estamos falando d'*A Gazeta*, vespertino paulistano, dirigido, na época, Cásper Líbero. Toda essa modernidade, porém, não encontrou registro na História do Jornalismo, caindo assim no esquecimento. Daí a proposição deste estudo: analisar o projeto jornalístico de Cásper Líbero a partir d'*A Gazeta* e, dessa forma, preencher lacunas significativas da História da Imprensa Brasileira. Qual o interesse do projeto jornalístico de Cásper Líbero? Ao estudar *A Gazeta* no seu período de grande efervescência - de 1928 a 1943, ano da morte de Cásper Líbero -, somos apresentados a um veículo que agrega uma série de inovações ao panorama jornalístico, como por exemplo, o uso da rotogravura colorida e da radiofoto ou o lançamento da página feminina ou do suplemento infantil. Tal modernização visa acompanhar o progresso que se impõe à sociedade no século XX, ideal que se impõe a São Paulo. Nessa medida, o vespertino busca ser identificado como o jornal dos paulistanos. A identificação entre *A Gazeta* e São Paulo, contudo, não se limita à modernidade das instalações, mas também se dá na pauta do jornal, na sua orientação editorial, no tratamento dado à notícia. O vespertino participa ativamente da vida de São Paulo, seja pelo à urbanização, seja pelo incentivo ao meio universitário, seja pela participação em eventos políticos. *A Gazeta* integra-se não somente à vida política de São Paulo, como à vida política do Brasil, passando de forte opositora à franca aliada de Getúlio Vargas. Por outro lado, estimula a discussão do exercício do jornalismo, valorizando as discussões da classe e investindo na formação profissional. Nesse sentido, Cásper Líbero foi jornalista e empresário de vanguarda. Previu que o futuro de seus empreendimentos estava na modernização: dos equipamentos à estrutura administrativa. Investiu alto e chegou longe. Transformou o "abacaxi" que era o jornal, quando foi por ele adquirido, em um veículo respeitado internacionalmente. E mais longe iria se não fosse a morte precoce em um acidente de avião. Sem o líder, *A Gazeta* perdeu a força. Mas suas páginas ficaram o registro de um exemplo, muito atual, para quem quiser refletir sobre o jornalismo e o seu papel na sociedade.

6. Referentes

O vespertino paulistano *A Gazeta* e o jornalista Casper Líbero. Período: de 1918, ano em que Casper adquiriu *A Gazeta*, a 1943, quando morreu em um acidente de avião.

7. Conclusões

O ideário de Cásper Líbero, revelado nas páginas d'A *Gazeta*, é composto de seis princípios básicos, profundamente relacionados entre si:

- progresso - Esta é a palavra-chave d'A *Gazeta*, a partir do momento em que Cásper Líbero se torna seu proprietário, assumindo a direção da empresa. Tanto o progresso das instalações e maquinário, quanto o progresso nas idéias transmitidas, no conteúdo, colocando-a sintonizada com a vanguarda cultural. O progresso é a tecnologia, os transportes, as comunicações, as metrópoles, a velocidade que gradativamente se imprime no cotidiano. É o codinome do século XX;
- nacionalismo - traduzido no lema "Para um Brasil cada vez maior e melhor", tantas vezes invocado por Cásper. Enxerga na cultura nacional, os elementos necessários para impulsionar o progresso do País, tornando-o uma Nação grande e respeitada perante o mundo. Sintoniza uma corrente de pensamento muito forte a partir dos anos 20, no Brasil e no mundo, que tomará a forma de ideologias totalitárias, como o nazismo e o fascismo, movimentos culturais, como vários grupos constituintes do Modernismo, e grupos políticos como a Ação Integralista Brasileira;
- regionalismo - manifestado no imenso amor por São Paulo, visto como a locomotiva do País na construção de uma Nação maior e melhor. Nesse sentido, regionalismo e nacionalismo encontram-se e deixam de ser uma contradição. Os interesses regionais tornam-se interesses nacionais, à medida que compreendidos como o melhor para a Nação. Para Cásper, a União Nacional com progresso só é possível tendo São Paulo à frente desse processo. Por isso afirma que o vespertino está "a serviço de São Paulo, do Brasil". Para ele, estar a serviço de São Paulo é estar a serviço do Brasil;
- jornalismo, enquanto função social - para Cásper, exercer o jornalismo não é apenas uma maneira de ganhar dinheiro ou de se projetar política e socialmente. É, antes de tudo, exercer uma função social. E esta função seria a de colaborar no fortalecimento do espírito cívico, que fundamenta os sentimentos de nacionalismo, patriotismo e regionalismo, tornando possível o engajamento do indivíduo no projeto de construção da Nação;
- coletividade - como fator decisivo na formação da opinião pública, o jornalismo torna-se responsável pelos interesses da coletividade. Nessa perspectiva, é ele quem canaliza os interesses da sociedade, que devem ser orientados para o engrandecimento da Nação em benefício da coletividade. Por esse motivo, Cásper Líbero proclama-se patrono dos interesses da coletividade e sentinela dos princípios da ordem e da justiça;
- juventude - ao voltar o olhar para a coletividade, Cásper depara-se com a força que representa a juventude, enquanto poder de realização. Para ele, a juventude simboliza a concretização desse Brasil maior e melhor, desde que bem orientada. Por isso, busca aproximar-se dos jovens. Acredita que o segredo do progresso de um país está na formação cultural de suas elites e a juventude encerra as elites do futuro.

8. Aplicações

Estudo da História da Imprensa Brasileira e Paulista; estudo de Ética Jornalística.

9. Palavras-chave

Cásper Líbero; A *Gazeta*; Jornalismo; Imprensa Paulista; História - Imprensa

A cada ano, são selecionados dois alunos pelo Programa de Bolsas de Iniciação Científica da instituição para participar o projeto.

Dos Primeiros Resultados

Comentaremos aqui brevemente os resultados obtidos na execução das duas primeiras etapas da primeira fase do projeto, considerando o espaço exíguo para avaliações mais complexas.

■ Avaliação da produção da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP)

• Quanto ao período de produção

A produção acadêmica da ECA/USP sobre a História da Imprensa ainda é bastante recente: as pesquisas começam a surgir apenas a partir da década de 1990 e oscilam entre um e dois estudos por ano, com picos de quatro estudos em 1992 e seis, em 2000. Em 1990

e em 1991, foram produzidos dois estudos, respectivamente. Em 1992, a produção dobrou. Em 1993, caiu novamente para dois. Em 1994 e em 1995, foram produzidos apenas um estudo por ano. Em 1996, cresceu para três. Em 1997, novamente caiu para um. Em 1998, chegou-se a dois e, em 1999, retornou-se à marca de um. Em 2000, um recorde: seis estudos. Em 2001, caiu novamente para dois e, em 2002, registra-se apenas um estudo neste campo.

• ***Quanto ao período estudado***

As pesquisas concentram-se todas no século XX, com especial destaque para os anos 1980 e 1990: nove estudos registrados. Em segundo lugar, estão as pesquisas sobre a primeira metade do século: sete. Em terceiro, sobre a segunda metade: seis. Em quarto, aparecem os estudos sobre a Ditadura Militar, quatro. E, em quinto, sobre as décadas de 1950 e 1960, dois apenas.

• ***Quanto à temática***

Consideramos aqui não os objetos de pesquisa, em sua especificidade, mas a temática mais ampla a que se referem, podendo inclusive ser classificados em mais de uma categoria. Temos assim:

1. Monografias (sobre um veículo específico, entidade ou profissional) – 11;
2. Análise de discurso (considerações sobre um veículo ou mais, num momento histórico bem definido) – 10;
3. Imprensa Sindical (estudo de um ou mais veículos) – 6;
4. Práxis Jornalística e Discurso – 4;
5. Práxis Jornalística e Gênero – 3;
6. Panoramas – 3;
7. Práxis Jornalística e Ensino – 2;
8. Condições de trabalho – 1.

• ***Quanto aos pesquisadores***

Também os pesquisadores merecem nosso interesse, enquanto produtores de conhecimento e, portanto, referência na pesquisa sobre História da Imprensa. Apenas duas pesquisadoras produziram mais de um estudo nesta categoria⁶: Gisely Valentim Vaz Coelho Hime, com a Dissertação de Mestrado *A Hora e a Vez do Progresso - Cásper Líbero e o Exercício do Jornalismo nas Páginas d'A Gazeta* e a Tese de Doutorado *Página*

⁶ Deve-se ressaltar que consideramos aqui apenas dissertações e teses. As demais categorias de produção acadêmica serão avaliadas na terceira fase da pesquisa.

Feminina: O Ponto de Encontro Da Mulher Moderna - Estudo analítico da pauta feminina do vespertino paulistano A Gazeta (1929-1943), e Ivani Ribeiro da Silva, com a Dissertação de Mestrado *Movimento Operário De Santos No Início Do Séc. XX: O Jornal Como Fonte Documental Histórica* e a Tese de Doutorado *Internet Globaliza Ação Sindical: O Uso Da Rede Para Intercâmbio De Informações, Apoios E Mobilização Dos Trabalhadores Em Um Mundo Globalizado*.

No tocante à orientação de trabalhos, aparece em primeiro lugar a Profa. Dra. Alice Mitika Koshiyama, com sete estudos. Em segundo lugar, está o prof. Dr. José Marques de Melo, com cinco. Em terceiro, o prof. Dr. Dirceu Lopes Fernandes, com três. Na seqüência, temos os professores doutores José Coelho Sobrinho e Maria Aparecida Baccega, com dois cada um. Os demais registram a orientação de um estudo: professores doutores Ciro Marcondes Filho, Cremilda Medina, Dulcília Schroeder Buitoni, José Luís Proença, Maria Nazareth Ferreira, Sebastião Squirra, Terezinha Tagé e Virgílio B. Noya Pinto.

■ **Avaliação da produção do Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH/USP)**

• ***Quanto ao período de produção***

Neste campo, a produção do Departamento de História (FFLCH/USP) iniciou-se na década de 1970, mas só se intensificou nos anos de 1990, com pico de 10 registros. Em 1974, foram produzidos dois estudos. Na década de 1980, a temática foi esquecida: apenas em 1986, registra-se uma produção. A retomada se dá na década de 1990. Em 1991, temos dois estudos. Pulamos 1992 e temos mais dois em 1993. Em 1994, apenas um estudo. Nada em 1995 e em 1996. Em 1997, o recorde: três trabalhos. Em 1998 e em 1999, retornou-se à marca de um por ano. Na década de 2000, produção baixa, mas constante: em 2001 e em 2002, registra-se apenas um estudo por ano neste campo.

• ***Quanto ao período estudado***

A maioria das pesquisas concentram-se no século XX: dos 15 estudos registrados, onze tratam da primeira metade do século e quatro da segunda metade. Três referem-se ao século XIX e um cobre a passagem do século XIX para o XX.

• ***Quanto à temática***

Consideramos aqui não os objetos de pesquisa, em sua especificidade, mas a temática mais ampla a que se referem, podendo inclusive ser classificados em mais de uma categoria. Temos assim:

1. Monografias (sobre um veículo específico, entidade ou profissional) – 7;
2. Trajetória e idéias de personalidades – 5;
3. Liberalismo – 3;
4. Ditadura Militar – 3 (sendo dois comparativos: um sobre Brasil e Chile e um sobre Brasil e Argentina);
5. Imprensa Negra – 2;
6. Cidadania – 1;
7. Fotorjornalismo – 1;
8. Trabalhador – 1;
9. Filologia e Língua Portuguesa – 1;
10. Artes Gráficas – 1.

• *Quanto aos pesquisadores*

Na produção⁷, destaca-se a professora Livre Docente do departamento avaliado, Maria Helena Capelato, com a Dissertação de Mestrado *Ideologia Liberal De O Estado De São Paulo (1927-1932)* e a Tese de Doutorado *Intérpretes Das Luzes: Liberalismo E Imprensa Paulista*. Aparecida Maria Nunes também registra duas produções: a Dissertação de Mestrado *Clarice Lispector Jornalista* e a Tese de Doutorado *Páginas Femininas De Clarice Lispector*.

No tocante à orientação de trabalhos, aparece em primeiro lugar o prof. Dr. Carlos Guilherme Mota, com três registros, sendo dois deles produzidos pela profa. Dra. Maria Helena Capelato, esta na segunda posição, com a orientação de dois trabalhos.

Algumas Reflexões Gerais

Os primeiros resultados do projeto “História da Imprensa Paulista: Inventário Bibliográfico Analítico” permitem-nos algumas considerações sobre a bibliografia hoje disponível. Começamos pela classificação do material disponível quanto ao objeto e aos objetivos do estudo. Sejam eles livros, dissertações, teses ou ainda textos publicados na imprensa, podemos organizá-los em: estudos panorâmicos ou monográficos.

Entre os estudos panorâmicos a obra central de referência é, sem dúvida, *História da Imprensa no Brasil*, de Nelson Werneck Sodré (3ª edição, São Paulo, Martins Fontes, 1983.). Na

⁷ Idem.

mesma linha, encontramos *História da Imprensa em São Paulo*, de Freitas Nobre (São Paulo, 1950), *História da Imprensa em São Paulo*, de Paulo Duarte (São Paulo, ECA/USP, 1972), *Contribuição à História da Imprensa Brasileira*, de Hélio Vianna (Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1945), *História da Imprensa de São Paulo*, de João Nery Guimarães (s.l.p., s.c.p., s.d.p.), e *A Evolução do Jornalismo em São Paulo*, coordenado por Dirceu Fernandes Lopes (São Paulo, ECA/USP e Edicon, 1996), para citar alguns exemplos. O objetivo principal dessas obras é traçar um espectro amplo, que ofereça as principais características, veículos e personagens de cada período. Sendo assim, ajudam-nos a traçar o contexto geral de cada época, permitindo nos lançar em questionamentos mais específicos. Observe-se que nenhum deles foi resultado de pesquisas para dissertação ou tese. Apenas a obra coordenada por Dirceu Fernandes Lopes está vinculada à disciplina ministrada na pós-graduação do Departamento de Jornalismo e Editoração (CJE) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP).

São tais questionamentos que levam aos estudos monográficos, como os da professora Maria Helena Capelato, *Os Arautos do Liberalismo - Imprensa Paulista 1920-1945* (São Paulo, Brasiliense, 1989), *História da Folha de S.Paulo (1921-1981)*, em parceria com Carlos Guilherme Mota (São Paulo, Impres, 1980), e *O Bravo Matutino: Imprensa e Ideologia no Jornal O Estado de S.Paulo*, em parceria com Maria Lígia Prado (São Paulo, AlfaOmega, 1980). Trata-se de obras que permitem o aprofundamento de características e comportamentos específicos, que, em comparação com outras dedicadas ao mesmo período, levam ao detalhamento profundo e cuidadoso de determinadas épocas. No caso, numa leitura comparativa de Capelato, usando como contraponto *Império de Palavras: Estudo Comparado dos Diários e Emissoras Associadas, de Assis Chateaubriand, e Hearst Corporation, de William Randolph Hearst*, de Jacques Alkalai Wainberg (Tese de Doutorado, São Paulo, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), 1996), e *A Hora e a Vez do Progresso - Cásper Líbero e o Exercício do Jornalismo nas Páginas d'A Gazeta*, de Gisely Valentim Vaz Coelho Hime (São Paulo, dissertação de mestrado, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), 1997), teremos um rico panorama da constituição das empresas jornalísticas nos moldes capitalistas. Ressalte-se que todas essas monografias foram resultado de dissertações ou teses.

A segunda consideração a fazer diz respeito ainda à classificação das obras. Partindo dessa classificação inicial, encontramos obras específicas a cada especialidade jornalística - esporte, gênero, economia, política, lazer e cultura. Em cada qual encontramos estudos cujo objetivo é traçar de maneira geral ou específica o perfil dos veículos que nela se enquadram. É o caso, por exemplo, das duas grandes obras de referência no jornalismo feminino: *Mulher de Papel: a Representação da Mulher na Imprensa Feminina Brasileira* (São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas/USP, 1980) e *Imprensa Feminina* (São Paulo, Ática,

1986), ambas de autoria de Dulcília Helena Schroeder Buitoni, conseqüentemente, sendo de leitura obrigatória para quem se arrisca nesse campo – até mesmo por serem únicas no gênero. Aliás, todas as publicações brasileiras que consultamos sobre o tema remetem às pesquisas de Buitoni, que, sem dúvida, acabaram por se constituir em marco nos estudos do jornalismo feminino no País. São complementares. Se uma traça um panorama geral da Imprensa Feminina Brasileira, desde o surgimento, a outra identifica as imagens de mulher que vão sendo contruídas por essa imprensa, em seus diversos momentos. Outra observação importante: ambos os trabalhos resultam de dissertação e tese.

Em cada uma das diferentes especialidades jornalísticas poderíamos refletir sobre vários outros exemplos. Tendo em vista, porém, a brevidade deste ensaio, optamos por passar à terceira consideração, que diz respeito à multiplicidade dos meios de comunicação. Ao considerarmos a história da imprensa paulista, devemos considerar o desenvolvimento de cada meio de comunicação por si só e também em relação aos demais. A leitura de obras como *Comunicação: Do Grito Ao Satélite*, de Antonio Costella (São Paulo, Ed. Mantiqueira, 1984), *Do Jornalismo Político À Indústria Cultural*, de Gisela Taschner Goldenstein (São Paulo, Summus Editorial, 1987), e *História Da Comunicação: Rádio E TV No Brasil*, de Maria E.B. Federico (Petrópolis, Vozes, 1982), apresentam-se como referenciais nessa categoria de reflexão, principalmente quando cotejadas com a leitura das obras ressaltadas nos outros grupos classificatórios.

Uma vez concluída, a bibliografia anotada do projeto “História da Imprensa em São Paulo: Inventário do conhecimento histórico” propiciará ao estudioso do assunto fontes fundamentais para orientar seu questionamento e conduzi-lo. Da mesma forma, também contribui para o aperfeiçoamento da formação do aluno de Comunicação Social, aguçando seu interesse sobre a História da Mídia, capacitando-o a atuar como pesquisador e aprimorando, assim, seus conhecimentos no Campo das Ciências da Comunicação.

Bibliografia

ALMEIDA, Gastão Tomás de. *Imprensa do interior; um estudo preliminar*, São Paulo, IMESP, 1983. 59 p.

BAHIA, Juarez. *Jornalismo, Informação, Comunicação*, São Paulo, Martins, 1971.

_____. *Jornal, História E Técnica. Volume 1: História da Imprensa Brasileira*, 4ª ed., São Paulo, Editora Ática, 1990.

BELLANGER, Claude *et al. Histoire Générale de la Presse Française*, Paris, Presses Universitaires de France, 1969, vol. 1, tomo I.

BITONI, Dulcília Helena Schroeder. *Imprensa Feminina*, São Paulo, Ática, 1986.

- _____. *Mulher de Papel: a Representação da Mulher na Imprensa Feminina Brasileira*, São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas/USP, 1980.
- CAPELATO, Maria Helena. *Os Arautos do Liberalismo: Imprensa Paulista, 1920-1945*, São Paulo, Brasiliense, 1989
- CAPELATO, Maria Helena & PRADO, Maria Lígia. *O Bravo Matutino: Imprensa e Ideologia no Jornal O Estado de S.Paulo*, São Paulo, AlfaOmega, 1980.
- COSTELLA, Antonio. *Comunicação: Do Grito Ao Satélite*, São Paulo, Ed.Mantiqueira, 1984.
- DUARTE, Paulo. *História da Imprensa em São Paulo*, São Paulo, ECA/USP, 1972.
- FEDERICO, Maria E.B. *História Da Comunicação: Rádio E TV No Brasil*, Petrópolis, Vozes, 1982.
- FERREIRA, Maria Nazareth. *Imprensa Operária no Brasil, Série Princípios*, São Paulo, Editora Ática, 1988.
- GOLDENSTEIN, Gisela Tachner. *Do Jornalismo Político à Indústria Cultural*, São Paulo, Summus Editorial, 1987.
- GUIMARÃES, João Nery. *História da Imprensa de São Paulo*, s.l.p., s.c.p., s.d.p.
- HIME, Gisely Valentim Vaz Coelho. *A Hora e a Vez do Progresso - Cásper Líbero e o Exercício do Jornalismo nas Páginas d'A Gazeta*. São Paulo, dissertação de mestrado, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), 1997.
- IPANEMA, Marcelo. *História Da Comunicação*, Editora da Universidade de Brasília, Brasília, 1967.
- JOBIM, Danton. *Espírito do Jornalismo*, Rio de Janeiro, Livraria São José, s.d.
- _____. *Introduction au Journalisme Contemporain*, Paris, Nizet, 1957.
- LEUENROTH, Edgard. *A Organização dos Jornalistas Brasileiros: 1908-1951*, São Paulo, COM-ARTE, 1987.
- LIMA, Alceu Amoroso. *A Imprensa a Serviço do Desenvolvimento*, Porto Alegre, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Faculdade dos Meios de Comunicação Social, 1970.
- _____. *O Jornalismo como Gênero Literário*, Rio de Janeiro, Agir, 1960.
- LIMA SOBRINHO, Alexandre José Barbosa. *O Problema da Imprensa*, 2ª edição, São Paulo, COM-ARTE, 1988.
- LOPES, Dirceu Fernandes et al. *A Evolução do Jornalismo em São Paulo*, São Paulo, ECA/USP e Edicon, 1996.
- MARCONI, Paolo. *A Censura Política Na Imprensa Brasileira: 1968-1978*, São Paulo, Global, 1980.

- MATTOS, Sérgio. *A Televisão No Brasil:50 Anos De História (1950-2000)*, Salvador, PAS: Ianamá, 2000.
- MOREIRA, Sonia V. *O Rádio No Brasil*, Rio de Janeiro, Rio Fundo Editora, 1991.
- MOTA, Carlos Guilherme & CAPELATO, Maria Helena. *História da Folha de S.Paulo (1921-1981)*, São Paulo, Impres, 1980.
- NOBRE, Freitas. *História da Imprensa em São Paulo*, São Paulo, 1950.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A Informação No Rádio: Os Grupos De Poder E A Determinação Dos Conteúdos*, São Paulo, Summus, 1985.
- RIZZINI, Carlos. *O Jornalismo Antes Da Tipografia*, Rio de Janeiro, Cia. Editora Nacional, 1968.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*, 3ª edição, São Paulo, Martins Fontes, 1983.
- SQUIRRA, Sebastião. *Jornalismo On Line*, São Paulo, ECA/USP, 1998.
- VIANNA, Hélio. *Contribuição à História da Imprensa Brasileira*, Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1945.
- WAINBERG, Jacques Alkalai. *Império de Palavras: Estudo Comparado dos Diários e Emissoras Associadas, de Assis Chateaubriand, e Hearst Corporation, de William Randolph Hearst*, São Paulo, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), 1996.

O estatuto da História Oral e as fronteiras com o Jornalismo: possibilidade metodológica e proposta de um novo fazer

Suely Maciel ¹

Resumo: O diálogo entre a História Oral e a pesquisa e a práxis jornalísticas pode e deve ser estabelecido, dada a similaridade metodológica, temática e de propósitos entre os dois campos. As particularidades do trabalho do oralista, porém, devem ser resguardadas, sobre o risco de este ser transformado em mero ‘apêndice instrumental’ para a obtenção de dados na reconstrução histórico-memorialista do Jornalismo e/ou da trajetória de jornalistas. A História Oral aponta para novos e intrigantes procedimentos que, certamente, podem contribuir para uma renovação profícua dos processos de investigação, num sentido mais dialógico e democrático

Palavras-chave: Metodologia científica, história oral, jornalismo, entrevista, memória

O presente texto visa apresentar algumas considerações acerca das fronteiras entre Jornalismo e História Oral, destacando as possíveis colaborações desta para o fazer jornalístico e as pesquisas históricas na área. Para tanto, faço primeiramente uma descrição sucinta do estatuto da História Oral para, em seguida, propor um diálogo entre a disciplina e o Jornalismo.

As reflexões em torno das aproximações entre as duas áreas começaram a tomar corpo a partir da leitura da obra do jornalista Carlos Rogê Ferreira (2001) *Literatura e Jornalismo, práticas políticas: discursos e contradiscursos, o Novo Jornalismo, o romance-reportagem e os livros-reportagem*. Ferreira discute a configuração de obras diferentes em termos de procedimentos de coleta das informações, tematização e textualização, porém rica e intrigantemente articuladas quanto aos objetivos, ao tratamento com as fontes de dados e à discussão de problemas da contemporaneidade. O autor se

¹ Jornalista, mestre em Semiótica e Linguística Geral e doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. É docente do ensino superior e ministra disciplinas das áreas de produção textual, técnicas de reportagem e radiojornalismo.

concentrou sobre a análise do que ele chamou “narrativas literário-jornalísticas”, notadamente as que se inserem no Novo Jornalismo e na seara do romance-reportagem.

Em determinado trecho da obra, Ferreira reúne, sob um mesmo prisma, os livros *Rota 66*,² de Caco Barcelos, *Vozes da Marcha pela terra*,³ de José Carlos Sebe Bom Meihy, Andrea Paula dos Santos e Suzana Lopes Salgado Ribeiro, e *A princesa*,⁴ de Fernanda Farias de Albuquerque e Maurizio Jannelli. Segundo ele, as três obras são manifestações atuais do romance-reportagem e do Novo Jornalismo e estabelecem relações entre **os fatos noticiosos, a história-processo e as narrativas literárias**⁵, que são os três campos analisados. Ou seja, elas permitem problematizar as fronteiras entre as formas de produção cultural, em iniciativas que englobam os discursos da história, do Jornalismo e da Literatura.

Ao reuni-las, o pesquisador usa como critério características comuns às três obras, ainda que elas apresentem formas composicionais e tematizações diferentes. Entre tais características, ou “imbricações narrativas”, estariam (a)abordagem a partir de fatos comprováveis na realidade; (b)apresentação da memória desses fatos (especialmente por

² Rota 66 é o nome de uma equipe do 1.º batalhão da Polícia Militar de São Paulo, unidade de elite batizada de Rondas Ostensivas Tobias de Aguiar. O livro-reportagem de Caco Barcelos abrange o período que vai de 1975 a 1992 e discute, a partir de dados coletados por meio de entrevistas e pesquisa documental, as ações polêmicas do Batalhão (principalmente na década de 70), cuja linha-mestra de atuação era o abuso de poder, a eliminação sumária de suspeitos e a instauração do horror, notadamente sobre pessoas da classe baixa e moradoras das regiões periféricas da capital. (BARCELOS, Caco. *Rota 66*. São Paulo, Globo, 1992).

³ O livro aborda a Marcha Nacional por Reforma Agrária, Emprego e Justiça, promovida pelo Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra, em 1997. Foram elaboradas textualmente as narrativas de 19 trabalhadores rurais, pela prática da história oral de vida. Os autores são oralistas e participam do Núcleo de Estudos em História Oral (Neho), da Universidade de São Paulo. (MEIHY, José Carlos.S.B. *et. al. Vozes da Marcha pela terra*. São Paulo, Loyola, 1998).

⁴ Trata-se da história do travesti brasileiro Fernanda Farias de Albuquerque, preso na Itália por ter esfaqueado alguém, e que, na cadeia, estabelece uma relação de cumplicidade com Maurizio Janelli, condenado à prisão perpétua por sua participação no grupo italiano Brigadas Vermelhas, na década de 70. É a partir da forma inusitada de alteridade que se estabelece entre os dois que a obra toma corpo: uma narrativa ‘autobiográfica’, em primeira pessoa, mas escrita pelo ‘repórter-terrorista’ a partir de anotações feitas por Fernanda em um caderninho que circulava entre as duas celas, além de uma entrevista, também efetivada via essa forma singular de comunicação. (ALBUQUERQUE, F.F; JANELLI, M. *A princesa: a história do travesti brasileiro na Europa escrita por um dos líderes das Brigadas Vermelhas*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1995).

⁵ Os grifos em negrito foram feitos por mim.

meio da denúncia); (c) construção baseada em testemunhos de quem viveu os acontecimentos enfocados ou tem indícios/provas deles.

Segundo ainda Ferreira, embora tais obras mantenham suas particularidades quanto à forma de organização e coleta das informações, ao estilo narrativo e aos temas, apresentam também uma significativa similaridade em relação a esses mesmos parâmetros, tanto que ele as reúne sob um mesmo foco de análise e classificação. Resumidamente, entre os aspectos que poderiam ser discutidos estão:

- As três obras são exemplos distintos da produção jornalístico-literária, desde as mais próximas de um estilo ficcional até as mais afeitas a uma ‘cientificidade’ de forma e conteúdo. Dessa maneira, práticas narrativas que se aliam, a princípio, à última vertente, adquirem, porém, uma feição diferente da tradicional. Daí justamente o fato de serem elencadas pelo autor como exemplo de uma estratégia possível de construção narrativa que, embora apegada aos ‘fatos’ e acontecimentos da realidade, foge à receita canônica da objetividade, do distanciamento, do efeito de neutralidade e isenção prescritos para o Jornalismo e o discurso científico, que também trabalham sobre tais objetos.
- A análise identifica os livros como manifestações de produção discursiva, no caso literárias, que trazem à tona um “outro discurso”, em especial dos grupos mantidos à margem tanto da produção midiática quanto do acesso à cidadania por meio das esferas institucionais, políticas e governamentais. As obras analisadas permitem que a ‘voz’ de indivíduos e grupos se mostre para além do silenciamento a que tradicionalmente é submetida. Esse ‘tornar público’ é levar os acontecimentos ao

conhecimento geral, por meio da ‘tradução’ de eventos e de pontos de vista particulares sobre a realidade.

- Todas as obras, em maior ou menor medida, constituem uma modalidade de relato de problemas da contemporaneidade e, ao discuti-los, acabam apresentando parâmetros para compreendê-los no curso da história. Além disso, situam os acontecimentos num contexto que não é isolado, mas, ao contrário, é decorrente de processos socioculturais e políticos que não apenas remetem a um passado como também projetam novas problemáticas para a realidade futura. Dessa forma, constroem memória e história.
- As discussões trazidas pelos autores têm como fonte privilegiada de informações as narrativas apresentadas por sujeitos sociais. Seja na forma de testemunho de terceiros ou depoimento pessoal, como no caso de *Rota 66*, seja por meio das histórias de vida em *Vozes da Marcha pela terra*, ou, ainda, na ‘autobiografia’ em *A princesa...*, a ‘voz do outro’ é a mola-mestra das produções. A subjetividade de cada um, manifesta em diferentes graus, é, portanto, o fio condutor da apreensão e atribuição de sentidos para os eventos e experiências narrados.
- As obras constituem projetos especiais e inovadores em termos estilísticos e temáticos passíveis de serem enquadrados nas classificações postas por Ferreira. Ainda que ele as tenha reunido sob o parâmetro do livro-reportagem — já que todas estão calcadas em fatos e personagens reais e se desenvolvem por meio de procedimentos relativamente semelhantes aos da reportagem jornalística tradicional, como o uso, em especial, da entrevista —, as particularidades de cada obra fazem

com que elas sejam narrativas únicas, que podem até mesmo servir de parâmetro inspirador para outras produções.

Foram justamente esses apontamentos de ordem estilística, temática e composicional feitos pelo autor que suscitaram os questionamentos desencadeadores do presente texto, em especial o fato de ele classificar *Vozes da Marcha pela terra*, um livro notadamente produzido por oralistas e sob os parâmetros da História Oral, como um “livro-reportagem”. Acerca da caracterização da obra, em determinado momento ele afirma, por exemplo: “Vejam os próprios autores dizem a respeito desse trabalho — **nem Jornalismo nem literatura**, mas de certa maneira, de nosso ponto de vista, **também ambos...**” (Ferreira, 2003:230). Num outro trecho, diz: “(...) Este, em resumo, é o discurso da história que permeia o **Jornalismo** e a literatura construídos em *Vozes da Marcha pela terra*” (Ferreira, 2003:261). Além disso, ao longo do debate sobre o mesmo livro, ele coloca o fazer dos oralistas na seara do documentário. Ou seja, o autor estabelece uma proximidade curiosa entre os campos da História Oral e do Jornalismo, ao analisar a obra quanto à tematização, à discussão dos problemas da contemporaneidade e aos procedimentos de coleta de dados.

Em vista disso, fiquei intrigada sobre o que haveria no trabalho da História Oral que faria com que o livro *Vozes...* fosse considerado uma manifestação jornalística, embora se apresente como um trabalho assumidamente de oralistas. Por outro lado, que pontos de interseção e/ou distanciamento ocorreriam entre o fazer jornalístico e o método da História Oral, já que tanto aquele e especialmente este baseiam-se na coleta de informações a partir de fontes humanas e visam à reconstrução dos acontecimentos por meio destas?

De imediato, é possível responder que, apesar das similaridades que poderiam ter servido de base para as observações de Ferreira (2001), História Oral não deve ser confundida com Jornalismo. E isso se deve ao fato de que ela se constitui numa proposta de investigação da realidade que tem um estatuto próprio, com método e objetivo definidos. E estes, embora possam, em algum momento, fazer fronteira com diversas áreas, como o Jornalismo, efetivam-se numa outra dinâmica, caso contrário ela deixa de ser um lugar específico de investigação e construção do conhecimento para se tornar ‘apêndice instrumental’ de outras formas de pesquisa social e de produção de discursos na contemporaneidade.

Apesar disso, não é descabido pensar nas contribuições que, no diálogo com o Jornalismo, a História Oral pode oferecer, já que é possível identificar alguns traços relativamente comuns às duas áreas, no universo da interdisciplinaridade que, de certa forma, atravessa os dois campos.

Primeiramente, como processos de apreensão e atribuição de sentidos para a realidade, Jornalismo e História Oral se constituem a partir do presente. No caso do Jornalismo, a atualidade é o seu foco e é só para compreendê-la, num recorte sincrônico, que se apresentam os fatos do passado e se projetam os acontecimentos no futuro. No trabalho dos oralistas, por sua vez, também o cotidiano e os fatos se entrelaçam para garantir a lógica da vida coletiva, mas a atenção está voltada para as experiências do passado atualizadas pela memória no presente.

Um segundo aspecto é o de que todos os personagens, trazidos pela História Oral ou pelo do Jornalismo, são sujeitos históricos, diretamente envolvidos tanto com a realidade imediata em que se situam quanto com um ‘passado’ que constitui suas referências e sua

memória. Além disso, as duas áreas trabalham a partir de fontes humanas, embora com pesos diferentes: enquanto elas são a razão de ser da História Oral, compõem com os dados documentais e a observação do repórter o tripé que sustenta o levantamento de informações no Jornalismo.

Poderia ser citado também o fato de que História Oral e Jornalismo são “variantes do conhecimento”, ou seja, não tão delimitadas para constituírem uma Ciência, nem tão pouco sistematizadas para serem meras técnicas de coleta de dados, sem peso na compreensão da realidade. São, portanto, diferentes formas do conhecer.

Talvez por causa de paralelismos como esses é que Ferreira (2001) tenha considerado indiscutível o fato de que História e Jornalismo compartilham uma fronteira na construção da memória e da história e que, vistas de um determinado ângulo, as práticas do jornalista e a do historiador oral se aproximam. No entanto, mais que as aproximações, são as diferenças profundas no tratamento dos dados, na relação com os entrevistados, na produção dos textos e nos objetivos da pesquisa que impedem a associação apressada entre as duas práticas.

Mesmo quando se está partindo de formas diferenciadas de Jornalismo, como as discutidas ao longo da obra de Ferreira, é preciso manter um distanciamento crítico pertinente, pois só assim pode-se entender o lugar de cada uma das produções e identificar possíveis colaborações do método dos oralistas para a pesquisa e o fazer dos jornalistas.

Nesse sentido, faço a seguir algumas considerações em torno desse debate que visam contribuir para uma melhor delimitação em torno dos dois campos. Além disso, busco estabelecer um diálogo entre a História Oral e o Jornalismo no sentido de identificar como possíveis práticas naquela podem suscitar uma discussão sobre o fazer nesta.

Ressalto, porém, que tais observações se dão muito mais como ‘provocações’ para se pensar as dinâmicas da pesquisa e da atuação jornalísticas do que como ponto de vista e afirmação acabados e estanques.

1. A História Oral busca trazer a experiência social de pessoas e grupos e proceder à análise de processos do presente para compreender o meio imediato; é história do tempo presente e ‘história viva’ e surge como alternativa para estudar a sociedade por meio de depoimentos, questionando a tradição historiográfica centrada nos documentos oficiais. Essa perspectiva, portanto, apresenta uma mudança no conceito de história, entendido na aproximação com uma idéia de ‘verdade’ dos fatos e de cientificidade e neutralidade tanto na coleta quanto na significação dos dados sobre os acontecimentos.

A fundamentação documental em História Oral se justifica por três motivos: quando não há documentos, quando existem versões diferentes da história oficial e quando se elabora uma outra história. Ela pode também preencher lacunas documentais, ou estabelecer diálogos com outros documentos ou simplesmente se justificar pela necessidade/interesse de trazer as narrativas individuais para se pensar a realidade. Neste caso, ela se apresenta como um “discurso independente, sustentado por uma série de entrevistas”. E ela não é usada apenas no caso de discursos calados pela censura, ou desaparecimento/inexistência de registros, mas pode também tratar dos “excluídos de processos de reconhecimento histórico.

Ela se apresenta menos numa posição de confronto com os documentos históricos, cartoriais, consagrados e/ou oficiais, do que como uma espécie de “curiosidade paralela”, de desconfiança construtiva e de complementação. “Essa postura se faz não apenas para ser

uma visão de combate à oficial, mas principalmente para garantir o caráter democrático da versão do povo, que quer para si uma ‘outra história’”. (Meihy, 2005:30)

2. Embora, assim como o Jornalismo, parta da realidade no presente, a História Oral se preocupa com o aparecimento dos fatos a partir da memória de indivíduos e grupos. Não interessa, na sua abordagem, a comprovação e afirmação da ‘verdade’, mas sim a atribuição de sentidos para os acontecimentos a partir do relato dos indivíduos, com todas as marcas próprias da subjetividade, como interditos, emoções, esquecimentos, rupturas etc.

Isso significa que, nessa forma particular de abordagem e de compreensão do real, os oralistas não buscam confrontar ‘verdades’ com ‘mentiras’, mas identificar aspectos que permitam trazer à tona outras formas de entendimento dos fatos do mundo, normalmente apagadas, negligenciadas, desprezadas, esquecidas ou simplesmente desconhecidas.

O Jornalismo, ao contrário, ergueu o seu estatuto, principalmente a partir do século passado, sobre os preceitos da objetividade, da neutralidade, da isenção, da imparcialidade e da veracidade (Lage, 2001). Como, na prática, isso é impossível, desenvolve-se sob dinâmicas que visam justamente garantir esses **efeitos** quanto aos discursos que constrói (Maciel, 2001).

3. A História Oral também se apresenta como uma forma alternativa de compreensão da sociedade a partir de documentos de uma outra ordem: a oralidade assume a primazia frente aos registros escritos e passa a constituir as fontes orais, sobre as quais se desenvolverá a investigação dos oralistas. E nesse trabalho, tornam-se objeto da pesquisa tanto as experiências individuais quanto as coletivas, de pessoas anônimas ou não. E isso

porque o propósito da História Oral é trazer para o conhecimento e o debate públicos a realidade da vida social que se faz sempre a partir de múltiplos sujeitos e não apenas daqueles que ganham visibilidade por meio dos relatos históricos tradicionais, pelos meios de comunicação etc. A postura da História Oral, portanto, mostra sua gênese democrática e dialógica.

Fatos notáveis e acontecimentos corriqueiros mostram que a noção de vida social apreendida pela História Oral é relevante em sua plenitude. Como que garantindo que ‘tudo é história’, ela decorre da vontade de registrar, guardar e propor análises fundadas em um conceito de conhecimento que se dobra ao *continuum* da vida. Com uma vocação para tudo e para todos, a História Oral respeita as diferenças e facilita a compreensão das identidades e dos processos de suas construções narrativas. Todos são personagens históricos, e o cotidiano e os grandes fatos ganham equiparação na medida em que se trançam para garantir a lógica da vida coletiva (Meihy, 2005:25)

4. A História Oral muitas vezes é confundida como ferramenta (notadamente por aqueles que a utilizam sem conhecer seu estatuto) talvez porque nos seus primórdios não houvesse uma sistematização de procedimentos entre os pesquisadores que a empregavam. Porém, a partir do momento em que se passou a problematizar e a estabelecer os critérios de elaboração de documentos, que são determinantes na diferenciação entre a História Oral e qualquer outro procedimento de entrevista, não é mais possível entendê-la, nem dela valer-se da mesma forma, a não ser por ignorância ou má-fe.

Ao se fazer História Oral, alguns procedimentos são imprescindíveis: a elaboração de um projeto; o contato humano e o estabelecimento da mediação por parte do oralista (daí, por exemplo, não ser permitida gravação por telefone, coisa que o Jornalismo faz, até por e-mail); a transcrição do diálogo e posterior transcrição da narrativa; a devolução particular, ou seja, a conferência por parte do colaborador e sua anuência sobre o texto, bem como sua autorização para publicação; a devolução pública do relato, ou seja, a sua publicação na forma de livros e/ou outros documentos. Sem a observância desses preceitos,

pode-se estar fazendo entrevista, coleta de depoimentos, registros sonoros ou seja lá o que for, mas não História Oral.

Qualquer pesquisa que se pretenda uma investigação nessa linha deve ter, portanto, a preocupação com a inscrição dos depoimentos num projeto, o cuidado com a transposição da enunciação falada para a escrita e o compromisso com a devolução da narrativa, primeiramente para seus protagonistas e, depois e com a aquiescência destes, para o público mais amplo.

Nesse sentido, embora seja interessante o fato de Ferreira inserir em suas discussões um livro de História Oral e se preocupar em apresentar os aspectos diferenciados da área, seus apontamentos podem confundir quem não tem familiaridade com o fazer do oralista ou conhecimentos mais aprofundados sobre ele. Daí o risco de interpretações rasas sobre o modo de trabalhar da História Oral e de se incorrer nos equívocos para os quais alerta Meihy (2005:14):

O uso indiscriminado de aspectos do que se chama vulgarmente de História Oral e a confusão de sua prática com entrevistas comuns, feitas sem os enquadramentos convenientes à História Oral, revelam a perversidade de certas investidas que, valendo-se de fórmulas tradicionais, se apresentam como uma “nova alternativa”. **Entrevista sem projeto não é História Oral.**

Seja a História Oral utilizada como técnica — para a obtenção de depoimentos que complementariam uma investigação mais ampla, calcada também em documentação paralela —, seja como método, em que a primazia no estudo é da narrativa oral, é imperioso que determinados procedimentos sejam seguidos. E nestes, a entrevista é central e é em torno do trabalho com ela que todo o processo se estabelece.

No círculo dos usuários da História Oral, o grupo mais adensado tem sido o que parte do princípio de que ela [a entrevista] se constitui como um objeto definido, com procedimentos

claros e preestabelecidos que a justificam como um método. Nesse caso, ela encerra o fundamento da pesquisa. É com base nela que se organiza o projeto do trabalho. Na eventualidade do uso de outras fontes, elas se sujeitam ao debate central decorrente das fontes orais (Meihy, 2005:51)

5. A construção narrativa em História Oral se dá por meio do processo da transcrição, que não é mera reprodução da entrevista gravada, mas uma outra textualização, com estilo e forma composicional particulares. Tal construção se dá ‘a quatro mãos’, ou seja, ela é totalmente acordada entre o oralista e o colaborador (‘testemunha’), o que reforça a idéia de não-reprodução distanciada do relato e instaura um estatuto diferenciado para a autoria, que deixa de ser ‘individual’.

Uma outra característica é a de que não há a preocupação em manter uma ordem cronológica na obtenção dos dados; a narrativização dos relatos ocorre de forma subjetiva e, portanto, aberta à exposição não linear da memória das experiências. O oralista pode sim buscar chamar a atenção para determinados aspectos da exposição memorialista, mas não pode influenciar ou estabelecer uma alteração da ordem em que os fatos foram/são compreendidos e apresentados pelo colaborador.

6. A História Oral não se propõe a produzir ‘documentos’ afirmativos estanques, mas a trazer para o conhecimento público versões diferentes da historiografia oficial, para a qual, aliás, o Jornalismo contribui significativamente⁶. Busca contar ‘outra história’ e o mote disso pode ser a observação de aspectos não revelados pela objetividade dos documentos escritos. Isso porque ela é uma forma de estudo que se baseia na experiência

⁶ “A mídia vem sendo cada vez mais utilizada pelos historiadores como fonte em suas pesquisas. Do total de trabalhos que abarcam o séc. XX apresentados, em 1995, no Encontro nacional de Pós-graduandos em História, cerca de 70% utilizavam meios de comunicação (sobretudo jornais) como fonte histórica”. (RIBEIRO, Ana Paula G. Jornalismo e história: ambigüidades e aparentes paradoxos. In: *Revista Eco*. Pós-graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ, vol. 4, n.1, 1999. p. 5)

social de indivíduos e grupos, para, a partir daí, empreender uma investigação alternativa em relação ao método historiográfico tradicional (baseado na convencionada documentação oficial) sobre a sociedade que emerge no tempo presente, a partir da memória dos sujeitos sociais.

Segundo Meihy (2005, 17), “a História Oral implica uma percepção do passado como algo que tem continuidade hoje e cujo processo histórico não está acabado”. É isso que marca a História Oral como ‘história viva’. Por meio dessa investigação, mais que trazer uma outra possibilidade de compreensão dos eventos, a mudança de perspectiva da história “garante sentido social à vida de depoentes e leitores, que passam a entender a seqüência histórica e se sentir parte do contexto em que vivem” (Meihy, 2005:19)

7. É pertinente atentar para a necessidade de se pensar que a História Oral não é exclusividade de nenhum campo, mas pode ser um caminho de investigação e atuação profícuo para diversas áreas do conhecimento, como o Jornalismo. Na investigação científica, por exemplo, pode ser utilizada como um conjunto de procedimentos, um processo sistemático de obtenção de dados sobre a história do Jornalismo e/ou dos jornalistas a partir da vivência daqueles que estiveram ou estão de alguma forma envolvidos com o campo.

Já quanto à prática jornalística no dia-a-dia, pode contribuir para desencadear questionamentos, incrementar procedimentos ou até mesmo levar a uma mudança de comportamento no trato com as fontes e na coleta de dados. Especificamente quanto a este aspecto, a cooperação mútua entre oralista e entrevistado assinala um desafio para certas tradições de pesquisa e práticas de levantamento de informações baseadas na relação

interpessoal. Enquanto, por exemplo, a História Oral trata o interlocutor como colaborador, no Jornalismo ele é a “fonte humana”. Isso não encerra uma mera polêmica lexical, mas revela, na verdade, uma profunda dissonância de perspectiva na dinâmica entrevistador↔entrevistado.

O conceito-chave, na História Oral, é o de mediação, instituindo para o oralista o papel de sujeito norteador de todo o processo de pesquisa, mas numa atitude de total respeito às expectativas, desejos e limitações de ordem prática e afetiva do colaborador. No Jornalismo, por sua vez, a fala torna-se ‘dado concreto’ e o entrevistado deixa de deter o controle sobre ela assim que a pronuncia durante a entrevista. Quem, com raríssimas exceções, define **o que** vai para conhecimento público e **como** é o jornalista e/ou pesquisador.

O oralista tem a clareza de que não é o ‘dono’ da palavra, mas, ao contrário, é aquele que vai elaborar a narrativa a partir de uma total imersão no universo do colaborador e de uma relação dialógica profunda com ele. A conferência do relato depois de escrito, com primazia do colaborador na definição do texto final, é um procedimento que marca diferenças significativas em relação às narrativas jornalísticas e/ou histórico-científicas conservadoras, pois estabelece uma nova discussão sobre os lugares de enunciação, a autoria e a produção textual.

Uma perspectiva mais consciente sobre pensar e fazer Jornalismo, distante dos dogmas da objetividade e da neutralidade, reconhece o jornalista como ‘mediador simbólico’, ou seja, como um sujeito social que vai apreender o cotidiano e, por meio da atribuição de sentidos a ele, fará os acontecimentos chegarem ao conhecimento do público.

Tal compreensão, porém, não tem sido suficiente para provocar uma mudança de paradigma na organização e veiculação dos textos midiáticos e científico-acadêmicos, ainda controlados pelas instâncias de produção/emissão. O jornalista, seja na posição de repórter/redator ou editor, seja no papel de pesquisador, é quem normalmente controla a produção do texto e a ele dá versão final, mesmo que, para tanto, tenha se valido da fala dos entrevistados, que, na maioria esmagadora das vezes, ficam completamente alijados do processo.

No caso especialmente da atuação profissional, a dinâmica da produção e o ‘controle’ da informação são as principais justificativas para a não devolução do texto para a fonte ou o não-conhecimento prévio desta sobre o que vai ser efetivamente publicado/transmitido. A prática da História Oral lança luz sobre uma nova faceta nessa mediação, ao trazer para a produção do texto o ‘outro’ com quem se dialogou, compartilhando com ele a autoria. A organização é conjunta, tanto num nível da produção textual propriamente dita, como da apresentação da ‘interpretação’ dessa experiência, isto é, da atribuição de sentidos para o relato.

Além disso, o estatuto do depoimento em História Oral é de outra ordem, diferente da idéia de ‘testemunho’ que permeia a historiografia e o Jornalismo, no qual a informação fornecida por pessoas normalmente é apresentada para afiançar a ‘verdade’ dos dados⁷. Na História Oral, por sua vez, a ‘verdade’ do relato, ou seja, sua adequação aos acontecimentos, é profunda e efetivamente relativizada em nome da subjetividade, das emoções, da compreensão particular de cada sujeito sobre o mundo.

⁷ Um exemplo do valor atribuído à declaração de entrevistados pode ser conferido no Manual do jornal *O Estado de S. Paulo*: “Procure usar declarações textuais a cada um ou dois parágrafos da matéria. Uma frase por parágrafo já seria uma boa medida e ela funcionaria quase sempre como *uma testemunha que confirmasse a história ou o fato que o repórter quer levar ao leitor*”. (MARTINS, Eduardo. *Manual de redação e estilo*. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1990. p. 25).

Tendo em vista, enfim, a discussão aqui posta, pode-se considerar que a História Oral e o Jornalismo apresentam-se como formas especiais de emersão de discursos diferenciados no meio social e, em vista disso, é possível estabelecer aproximações pertinentes entre as duas áreas desde que resguardadas as especificidades processuais de cada uma. O diálogo entre elas deve sim ser estabelecido, com repercussões certamente proficuas para ambas as áreas, ainda mais tendo em vista que a História Oral apresenta-se como uma dinâmica de pesquisa intrigante e estimulante.

Ressalte-se mais uma vez, porém, que tal diálogo tem de ser feito com total observância das especificidades de cada campo. Quando, por exemplo, se lança mão da História Oral como técnica coadjuvante nas pesquisas em Jornalismo, comumente enfoca-se apenas uma de suas facetas, que é a entrevista. Desconsidera-se, portanto, que o método engloba procedimentos como o projeto, a entrevista, a transcrição, a devolução individual e pública etc. Tem-se, nesse caso, a perversa atitude, tão corriqueira, da apropriação indevida, incompleta, inconseqüente, de propostas de investigação científica, reduzidas, então, a meros ‘apêndices instrumentais’ ou “ferramentas”, como afirma MEIHY (2005).

Também é comum a ocorrência de pesquisas que se apresentam como realizadas segundo o método da História Oral, especialmente quanto à coleta de dados via entrevista, mas que resultam em textos que passam ao largo do conhecimento do colaborador. Isso revela uma grave transgressão a aspectos essenciais do método em História Oral, que são a total inter(-)ação entre pesquisador e colaborador (que não é mero ‘informante’ ou ‘testemunha’) e a devolução do texto transcrito, tanto para que o colaborador faça suas observações quanto para que dê seu aval sobre a transcrição.

A História Oral, portanto, pode ser uma valiosa coadjuvante nas pesquisas em Jornalismo — sem falar na própria práxis jornalística — e sua utilização deve ser

considerada dependendo do tipo de investigação, em especial as de reconstrução memorial-histórica. Na interação com outras disciplinas, fica marcado o seu peso no cenário da cultura contemporânea como lugar específico, mais do que de uma prática, de uma forma especial de ‘ver o mundo’, muito mais democrática, dialógica, dialética e, por que não dizer, humana. Olhar para essa proposta pode ser uma estratégia bem interessante por parte de outras práticas, entre elas o Jornalismo e as pesquisas na área, no sentido de uma renovação positiva.

4. Bibliografia

- FERREIRA, Carlos Rogé. *Literatura e Jornalismo, práticas políticas: discursos e contradiscursos, o Novo Jornalismo, o romance-reportagem e os livros-reportagem*. São Paulo: Edusp, 2003.
- LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. São Paulo/Rio de Janeiro: Record, 2003.
- MACIEL, Suely. *Manuais de estilo, notícia e subjetividade*. São Paulo: FFLCH/USP, 2001. Dissertação (Mestrado).
- MARTINS, E. *Manual de redação e estilo*. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1990.
- MEDITSCH, Eduardo. *Jornalismo como forma de conhecimento*. Florianópolis/SC, Insular, 1995.
- MEIHY, José Carlos S. B. *Manual de História Oral*. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- RIBEIRO, Ana Paula G. Jornalismo e história: ambigüidades e aparentes paradoxos. *Revista Eco*. Pós-graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ, vol. 4, n.1. 1999. (pp. 5 -11).

Deu no blog jornalístico: é notícia?

Claudia Irene de Quadros ¹ e Liriam Sponholz ²

Resumo: São muitos os diários digitais na web que abrigam blogs de jornalistas que fazem parte de seu quadro funcional. A idéia deste artigo é tentar responder as seguintes questões: O que é notícia para esses blogs? Por que recebem a denominação de blogs? Quais são as principais tendências desse sistema que provocou transformações no jornalismo? A partir de modelos de classificação já existentes e conceitos apresentados por diversos autores, pretende-se verificar a intenção de jornais digitais que mantêm blogs.

Palavras-chave: jornalismo digital, blogs, notícia, comunicação.

1. Introdução

O blog torna-se popular nos Estados Unidos no final da década de 90.³ Em julho de 2006, a *Technorati*⁴ – uma empresa especializada em blogs – registrava 47,2 milhões de endereços. A cada dia são disponibilizados 75 mil novos blogs na internet. Mas, quais são os assuntos desses sistemas comunicacionais que têm atraído tantos usuários/leitores? São os mais variados: podem ser instrutivos, pessoais, promocionais, jornalísticos etc. Alguns estudos⁵ (Recuero, 2003a; Scott, 2004; Quadros, 2005) apresentam classificações de blogs na tentativa de compreender esse fenômeno que também tem despertado o interesse de diversos empresários da comunicação. Neste trabalho, o foco são os blogs criados por jornais presentes na web há mais de uma década.

¹ Doutora em Jornalismo pela ULL (Espanha), é professora do Programa MCL - Mestrado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Faz parte dos grupos de pesquisa JOR XXI (UTP) e MEDUC (UFPR).

² Jornalista e mestre em História pela UFPR. Está concluindo o seu doutorado em Comunicação na Universidade de Leipzig (Alemanha).

³ Blog significa registro na web. A história desse sistema comunicação pode ser encontrada em Quadros, Claudia I. ; Rosa, Ana Paula da; Vieira, Josiany. Blogs e as transformações do jornalismo, Salvador, E-compós, número 3, agosto de 2005. O blog é reconhecido pelo estilo informal e pessoal, pela freqüente atualização e pelos *posts* - textos curtos disponibilizados em blocos. Pode possuir ou não a ferramenta de comentários (Recuero, 2003b).

⁴ <http://www.technorati.com>.

⁵ Consultar:

RECUERO, Raquel da Cunha. Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais, 2003, disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel/webrings.pdf>.

SCOTT, D. T. Blog Invasion! What are they? Where did they come from?, Writing & Presentation for Digital Media, CMU597, 26 de maio, 2004, disponível em <http://students.washington.edu/travers/blogs/BlogsScott.pdf>.

No Brasil, o blog começou a ganhar força entre usuários da internet em 2000, mas somente três anos depois que os jornais digitais brasileiros decidiram implantar esse sistema de comunicação adotado pelo público. A *Folha Online* lançou em 2003 o *Diário de Bagdá* na cobertura da Guerra do Iraque, seguindo uma estrutura semelhante aos blogs (Recuero, 2003b). O jornal *O Globo Online*, entre os anos de 2003 a 2005, criou blogs para todos os seus colunistas, “acreditando no poder individual e no interesse do público que busca notícias na internet pelos blogs” (QUADROS, ROSA e VIEIRA, 2005).

Atualmente, cresce o número de jornais na web que adotam esse sistema de comunicação. Até o *The New York Times*, que proibia qualquer colunista de manter um blog na área em que era responsável pela cobertura, decidiu no segundo semestre de 2005 aderir a esse fenômeno. Seu diretor, Arthur Sulzberger (apud Alves, 2006), enfatiza que os empresários da comunicação começam a compreender as ramificações sociológicas e antropológicas dos blogs e redes sociais. “Eu não quero ser exagerado, mas não tenham dúvidas sobre esse fenômeno: o nosso firmamento cultural está mudando e nós precisamos fazer ajustes de forma muito rápida”. Em julho de 2006, *The New York Times* oferecia 16 blogs ao usuário/leitor, com RSS⁶ e Atom⁷.

Na Alemanha, blogs de jornalistas não são tão comuns como no Brasil, Estados Unidos ou em outros países europeus. Nenhum jornalista famoso tem o seu próprio blog. As razões para isso seriam a falta de tempo e de uma remuneração extra por esse trabalho, além da desconfiança e falta de conhecimento sobre o assunto. No entanto, alguns jornais digitais estabelecidos oferecem blogs temáticos em suas páginas web. O pioneiro, em 2001, foi o periódico semanal

QUADROS, Claudia et alli. Blogs e as Transformações no Jornalismo. Revista da *E-Compos* número 3, agosto de 2005, disponível em <www.compos.com.br/e-compos>.

⁶ O RSS (*Real Simple Syndication*), baseado na linguagem XML, permite mostrar as atualizações recentes de um blog ou de um site ao usuário.

⁷ Atom é um formato XML similar ao RSS. .

*Die Zeit*⁸ (Dörner, 2004). Enquanto no Brasil e nos Estados Unidos predominam os blogs individuais nos jornais digitais, na Alemanha a aposta, ainda que tímida, é por blogs temáticos.

Diversos estudos, como *Mediamorphosis* (Fidler, 1998) e *Remediation* (Bolter e Grusin, 1999), observam os efeitos de um novo meio de comunicação sobre os existentes. Fidler destaca que toda forma de comunicação emergente sofre influência dos meios convencionais, que por sua vez se adaptam, evoluem e sobrevivem em um ambiente variável. Bolter e Grusin também defendem que uma nova mídia provoca transformações em todos os meios existentes. Segundo os autores, a remediação, uma das características definidoras da mídia digital, significa a remodelação de meios predecessores. “Nenhuma mídia parece poder funcionar independentemente e estabelecer seu próprio espaço cultural de modo separado”. (1999:55).

Aqui os blogs são apresentados como um sistema de comunicação que influencia e é influenciado pela televisão, rádio, jornal, experiência pessoal, espaço urbano etc. O jornalismo digital tenta adaptar-se com a inclusão de sistemas comunicacionais que permitem a participação do público e, por isso, adotados por usuários da internet. O blog tornou-se popular entre os seus usuários justamente pela facilidade em disponibilizar conteúdo e, sobretudo, por permitir tratar de assuntos de interesses desse público de modo bastante informal. A proposta deste artigo, com caráter predominantemente teórico, é observar, de forma aleatória, o uso de blogs por jornais digitais presentes na web, com a intenção de tentar responder como tem sido as suas transformações no que se refere ao papel do jornalista e ao modo como entende a notícia e a mídia. Nesse sentido, o trabalho é dividido em duas partes. Na primeira, destaca-se a notícia e a sua relação com blogs jornalísticos. Na segunda parte, tendências da *blogosfera* são acompanhadas na tentativa de apontar possíveis transformações do jornalismo digital.

⁸ <http://www.zeit.de/>

Para estudar a relação dos blogs com o jornalismo digital é necessário revisitar alguns conceitos de notícias e destacar algumas características desse sistema de comunicação.

2. O que é notícia?

“Notícia é tudo aquilo que jornalistas definem como tal”, pontua Walter Gieber, um dos pioneiros dos estudos de *gatekeeper*. O conceito de Gieber revela que notícia não é algo com existência própria, mas sim uma convenção estabelecida por seu produtor. (Gieber, 1964: 175).

Graber (1989) amplia o círculo dos que decidem o que é notícia ou não, demonstrando que esta é construída da interação entre jornalistas, políticos e outros tipos de fonte. Para ele, os produtores de notícias não decidem sozinhos se algo deve receber a atenção da mídia ou não, mas sim juntamente com os fornecedores de informações.

Sigal (1986) vai mais longe e diz que notícia não é o que jornalistas entendem como tal, mas sim o que as suas fontes dizem. A definição do que é notícia sofre ainda a influência das organizações midiáticas, das rotinas produtivas e das regras jornalísticas, que muitas vezes contradizem as vontades pessoais dos jornalistas. Segundo Sigal, portanto, jornalistas têm uma influência restrita sobre o que é estabelecido como notícia.

Baerns (1985), ao analisar as fontes das notícias políticas em *Nordrhein-Westfalen*, o estado mais populoso da Alemanha, verificou que dois terços das notícias tinham como fontes assessorias de imprensa. Ela chegou à conclusão de que o trabalho de relações públicas, que no Brasil neste caso corresponde ao trabalho de assessorias de imprensa, determina tanto os temas quanto o tempo do jornalismo. Seguindo esse raciocínio, pode-se dizer que aquilo que se denomina notícia não é estabelecido pelas fontes, mas sim por suas assessorias de imprensa.

Todos esses estudos estão concentrados nas fontes e pertencem à tradição de pesquisas sobre *gatekeeper*. O conceito de notícia, no entanto, não pode ser reduzido às fontes. Além disso, essas investigações não oferecem muita contribuição aos jornalistas, obrigados a selecionar

diariamente alguns eventos – entre uma oferta abundante - que valham a pena ser noticiados. Por outro lado, jornalistas se orientam em determinadas idéias sobre aquilo que o público deseja. (Schultz, 1976). Essas idéias podem ser denominadas de valores-notícia (critérios utilizados para selecionar eventos).

Como resultado do processo de produção jornalístico, pode-se definir notícia como gênero ou formato de texto em oposição a comentários ou a textos de opinião. Melo (1994) afirma que o jornalismo se articula em função de dois núcleos de interesse, a informação (saber o que passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que se passa). A notícia, assim como a nota, a reportagem e a entrevista, pertence ao núcleo de interesse da informação

Chaparro (1998), por sua vez, diferencia notícia de outros gêneros através da sua estrutura formal. Enquanto comentários têm uma estrutura argumentativa de texto, notícias seguem uma estrutura narrativa de texto. “Notícia é o resumo informativo para a descrição jornalística de um fato relevante que se esgota em si mesmo, e para cuja compreensão bastam as informações que o próprio fato contém”. (CHAPARRO, 1998:125).

2. 1. Notícia do ponto de vista da teoria do conhecimento

Do ponto de vista da teoria do conhecimento, pode-se afirmar que notícia é o resultado do processamento de informações advindas da realidade social de acordo com regras jornalísticas. Notícias são, portanto, partes constituintes da realidade midiática que o jornalismo produz.

O processamento de informações ocorre dentro do processo de conhecimento, que inicia por meio da exposição da pessoa aos estímulos do mundo exterior. Enquanto estímulos podem ser denominados de informações, “mundo exterior” deve ser entendido como realidade. E realidade é tudo aquilo cuja existência não depende de um único sujeito conhecedor.

A percepção humana é sistematicamente guiada pelo mundo exterior ou pela realidade (Früh, 1994). Se isto não acontecesse, o ser humano não teria sobrevivido. Se o ser humano não

tivesse reagido e se adaptado ao frio ou aos perigos naturais, não teria tido a menor chance de sobreviver. (Vollmer, 1985).

Percepção, no entanto, não é a única fonte de conhecimento, já que as pessoas não são expostas passivamente aos estímulos da realidade, ou seja, às informações. O ser humano expõe a si próprio a estas quando busca o contato com o mundo exterior. Não se observa simplesmente a maçã cair da árvore, como também joga-se a maçã para observar o que e como acontece. Quando se observa a maçã cair da árvore, há uma intenção ou interesse por trás disso. Portanto, não é a natureza que nos diz que há uma força de gravidade, mas sim nós é que reconhecemos isto através de observação ou de experiência.

Conhecimento como processo não se constitui apenas pelo espelhamento passivo do mundo na nossa consciência, também não é formado simplesmente por vivências, mas resulta do processamento e da estruturação dos conteúdos vivenciados e da posterior comparação daquilo que foi recebido e processado com os esquemas já gravados no cérebro. (Vollmer, 1985)

Por meio do processo de conhecimento, as informações não são simplesmente transportadas, mas sim transformadas. Os estímulos do mundo exterior são processados e estruturados. Nesse processo, estão presentes tanto características do objeto como do sujeito. Conseqüentemente, nenhum processo de conhecimento resulta em algo absolutamente diferente da realidade. O resultado de um processo de conhecimento não é, portanto construção, mas sim reconstrução da realidade.

O ser humano processa as informações de acordo com determinados esquemas ou princípios. O mais conhecido deles é a seleção (Früh, 1994), o que explica porque jornalistas precisam de critérios para escolher informações do ambiente onde vivem. Esses critérios são analisados pela teoria dos valores-notícia. Estratégias de processamento de informações não são somente redutivas, mas também elaborativas. (Früh, 1994, 39) Ou seja, os estímulos do mundo

exterior não são somente selecionados, mas também transformados quando reconstruídos em um novo contexto. Este novo contexto é o do pré-conhecimento que se tem sobre o tema ligado à informação. Por isso, o conhecimento resulta da comparação e adaptação da nova informação com aquilo que já se sabe sobre o assunto.

O processo de conhecimento em jornalismo também é marcado por estratégias cognitivas de processamento de informações, mas não se deixa reduzir a estas. A transformação da realidade social em realidade midiática precisa atender exigências técnicas e normativas. Portanto, a seleção de informações não segue só de acordo com o interesse dos jornalistas, mas também com a adaptação do tema às rotinas produtivas e com o meio em que eles trabalham, entre outros fatores técnicos.

Do ponto de vista normativo, o jornalista tem uma tarefa a cumprir, que lhe é atribuída pelas funções sociais da mídia. Mais do que isso: ele não só produz realidade midiática, como, por exemplo, diretores de cinema também o fazem, mas sim uma parte desta realidade cuja característica principal é a obrigação de uma semelhança estrutural entre as realidades social e a midiática⁹.

Dessa forma, notícia é o resultado do processamento de informações não só de acordo com *scripts* cognitivos, mas também com a obrigação de produzir o grau mais alto possível de correlação entre realidade social e midiática. Em outras palavras, notícias precisam ser – do ponto de vista da teoria do conhecimento – objetivas.¹⁰

Essa obrigação tem como conseqüência o fato de que jornalistas devam investigar por si próprios os fatos (em vez de receber passivamente informações das fontes), de que o

⁹ Consultar: BENTELE, Günter. Wie objektiv können Journalisten sein?. In: ERBRING, Lutz; RUß-MOHL, Stephan. *Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik*. Berlin: Argon-Verlag, 1988, 196-225. GUERRA, Josenildo. O contrato fiduciário entre o jornal e o público. Paradoxos da crítica à objetividade. *Comunicação e Política*, v.5, n. 1. Rio de Janeiro: Cebela, 1998, 197-214.

levantamento das informações deva ocorrer de forma livre de juízos de valores, de que informações precisem ser checadas com mais de uma fonte, entre outros critérios. Esses procedimentos não representam uma garantia de que um alto grau de correlação com a realidade social seja alcançado, mas sim um passo nesta direção que precisa ser respeitado. Caso contrário, o jornalismo não pode cumprir sua tarefa como mediador de realidade e sua função social.

3. A notícia na era dos blogs

Alonso e Martínez (2003) associam o blog a um espaço de comunicação pessoal, onde a criação, composição e tratamento é privilégio dos próprios usuários. Na opinião deles, o estilo livre dos blogs e a ausência de uma política midiática empresarial permite ao blogueiro competir com os diários digitais. Nessa rivalidade informativa, como definem os autores, ele é, muitas vezes, testemunha direta de um fato também tratado por um jornal digital. Para exemplificar, Alonso e Martínez recordam o grande número de acessos que recebeu o blog *Where is Raed?*, de um suposto jovem iraquiano que assinava suas mensagens com o pseudônimo de Salam Pax (paz, em árabe e latim) durante a Guerra do Iraque. A credibilidade desse blog, no entanto, foi questionada em vários fóruns e discutida pela mídia, como recorda Recuero (2003b) num estudo sobre os *warblogs*. “Várias pessoas questionaram Salam Pax sobre a possibilidade de seu *blog* tratar-se de um *hoax* (boato)” (p.9). Ainda que a sua credibilidade tenha sido colocada em xeque, *Where is Raed?* entra para a história como um dos símbolos dos blogs que rompem com paradigmas do jornalismo. O livre fluxo de informação desse sistema comunicacional permite que o cidadão ganhe voz e decida por ele mesmo quais são os pontos mais importantes de um fato. Salam Pax conseguiu, com seu blog, mostrar ao mundo o seu ponto de vista sobre a Guerra do Iraque sem depender de meios de comunicação convencionais ou de jornais digitais. Porém,

¹⁰ Ver SPONHOLZ, Liriam. Objetividade em jornalismo: uma perspectiva da teoria do conhecimento. *Revista Famecos*, n.21, agosto 2003.

não permitiu que os seus leitores manifestassem opiniões sem a ferramenta de comentários em seu blog. O diálogo realizado por meio de *posts* (mensagens enviadas pelos leitores/usuários) é utilizado por diversos tipos de blogs e pode torná-los mais interativos. No entanto, é importante lembrar que nem sempre a disponibilização da ferramenta de comentários permite a interação entre o dono de blog e o leitor. Essas mensagens podem ser ignoradas, editadas ou descartadas. Num estudo sobre mensagens ofensivas nos blogs (Amaral e Quadros, 2006), observou-se os seus efeitos em donos de diários pessoais, mas também apontou a irritabilidade de jornalistas blogueiros. Ricardo Noblat (2006), do *Blog do Noblat*¹¹, chegou a anunciar que desistiria de manter a ferramenta de comentários: “É muito cansativo ficar pedindo respeito ao meu trabalho, deletando comentários, repetindo regras.” Noblat ainda mantém o sistema de comentários e, muitas vezes, as mensagens enviadas por seus leitores/usuários são importantes fontes de uma notícia.

Segundo Rosental Alves (2006), os blogs já passaram por três fases. Na primeira, foram menosprezados pela mídia convencional. Na segunda, passaram a ser temidos. Quem não lembra do escândalo sexual envolvendo Bill Clinton, então presidente dos Estados Unidos, com Monica Lewinski, ex-bolsista da Casa Branca? Ele foi denunciado por Matt Drudge, um jornalista que mantém um blog até hoje (Castells, 2003; Quadros, 1999). Na terceira, serviram de modelos para os diários digitais. Este trabalho concentra-se na terceira fase com a intenção de registrar as transformações dos blogs criados em diários digitais.

A pergunta inicial deste trabalho – Deu no blog jornalístico: é notícia? – poderia ser formulada de maneira diferente: aquilo que essa categoria de blog produz é o resultado de um processamento de informações de acordo com regras jornalísticas?

¹¹ <http://noblat1.estadao.com.br/noblat>

Uma resposta positiva a essa pergunta parte do pressuposto, portanto, de que o que é feito nos blogs é jornalismo. Portanto, poderia se levantar uma segunda questão: No caso dos blogs jornalísticos, há a obrigação de que o próprio blogueiro levante as informações, cheque-as com diferentes fontes e ainda por cima sem juízos de valor?

Neste contexto, para fazer jornalismo, não basta que um blogueiro seja jornalista profissional, seja ele proeminente ou não, ou que um blog esteja ligado à mídia estabelecida. Em muitos blogs denominados jornalísticos informações são tiradas de outros veículos, sem que haja pesquisa própria ou que aquelas sejam checadas. Quadros et alli (2005:11) apontam para isto quando escrevem que “os blogs [...] são um novo tipo de jornalismo, onde o mais importante não é como a matéria foi produzida, se foi um repórter que apurou os dados diretamente com a fonte, se é uma cópia do que os demais veículos publicaram...**O que importa é a informação.**” [grifo das autoras].

Ao voltar à pergunta inicial, seria possível responder que o que os blogs produzem não são notícias, mas sim informações. Ou seja, os blogs “jornalísticos” são na realidade **blogs informativos**. Suas informações podem ter valores-notícia altos e conseqüentemente resultar em notícias, mas não são notícias per se.

É evidente que na mídia convencional também podem ser encontradas informações que não foram nem levantadas nem checadas pelos seus produtores, como no caso do uso geral e acrítico de *press releases*. A diferença reside na obrigação do jornalismo de ser objetivo, o que faz com que estas situações sejam retratadas como algo errado. Blogs – inclusive os feitos por jornalistas ou por meios de comunicação estabelecidos – podem, mas não precisam necessariamente conter notícias. No jornalismo, essa ordem se inverte.

Em alguns blogs ligados aos diários digitais ou sites de outras formas convencionais de mídia, os *posts* são tratados como quaisquer outros textos da redação. É o caso dos textos de

Daniel Weintraub¹², que comentou as eleições para o governo da Califórnia em 2003 no seu blog. Depois que um de seus comentários provocou reações críticas dos leitores, o jornal para o qual Weintraub trabalhava decidiu fazer uma investigação interna sobre o assunto. Desde então, os seus *posts* precisam ser revisados para que o jornal possa garantir os “*standards* éticos e jornalísticos”. (Rabe, 2004)

Há muita controvérsia sobre essa e outras formas de controle, já que muitos leitores entendem isto como uma intervenção intolerável no espírito dos blogs, cuja particularidade consiste exatamente na espontaneidade.

4. Tendências da *blogosfera* e alguma considerações

Roger Fidler (1998) recorda que é necessário ajustar a oferta de conteúdo de acordo com a demanda do público. Nesse sentido, observa-se que os jornais digitais têm adotado blogs com a intenção de atrair a atenção do leitor/usuário e, talvez num segundo plano, permitir a sua participação. A incorporação dos sistemas emergentes interativos pelos diários digitais vem sendo cautelosa. É realizada, normalmente, de um a três anos depois de lançadas. Desse modo, verifica-se experiências em outros ambientes virtuais, reais e híbridos antes de adotá-las. Isso, no entanto, não é garantia de êxito. Em 2005, “quando(...) o *Los Angeles Times* decidiu tentar deixar os leitores inserirem suas próprias idéias em seus editoriais *online*, o experimento terminou dias depois de imagens obscenas terem sido incluídas em seu site” (BUTTERWORTH, 2006: 5).

Os blogs presentes em jornais estabelecidos na internet sofrem adaptações de outras tendências do ciberespaço. Nesse primeiro momento, retêm características do jornal impresso, das evoluções do diário digital e de blogs disponibilizados em outros endereços. Por exemplo, a linguagem dos blogs desses jornais digitais quase nunca é informal como nos pessoais. São em blocos de texto e possuem links, como em suas versões na web, e também mantém algumas

¹² <http://www.sacbee.com/static/weblogs/insider/>

regras do jornalismo tradicional. Fidler (1998) defende que durante muito tempo as pessoas ainda vão preferir um conteúdo com marca e “que tenha um começo e um fim bem definidos” (p. 349). Dessa forma, a cautela dos diários digitais estabelecidos no momento de implantar um blog tem procedência. Ana Marie Cox (in Butterworth, 2006: 5), responsável pelo blog *Wonkette*¹³, enfatiza que “nós, como cultura, gostamos de ter uma narrativa sobre a qual temos uma espécie de consenso.(...) Existe o consenso de que é bom contar com *New York Times* porque precisamos saber que essa é a versão dominante da história, hoje”. Nesse sentido, infere-se que blogs de jornalistas respeitados pelo público e apresentados por jornais digitais estabelecidos tendem a ganhar mais leitores/usuários na internet.

É evidente que o blog como sistema de comunicação alternativo não pode ser desconsiderado, pois já provou que enfrenta a mídia centralizadora e governos autoritários com certo êxito. Na sua carreira em evolução, o blog continua apontando possibilidades para o jornalismo digital. Em sua primeira fase, prevaleceu os registros de quem sabia escrever bem e teve persistência e fôlego para continuar atualizando o conteúdo de um blog. Mas outras fases surgem com o desenvolvimento da tecnologia, o que permite a renovação do blog através de outras formas de expressão. Tratam-se das variações desse sistema de comunicação (audioblogs, fotoblogs, videoblogs e moblogs)¹⁴ que priorizam o uso de áudio, de fotografia, de vídeo e de todos os recursos citados, com maior ou menor intensidade, por meio da telefonia móvel.

O jornalismo digital, ao experimentar esses recursos, não faz uso apenas de novas tecnologias, mas também aproxima-se de fenômenos socioculturais. Mas, será que a única intenção é conquistar audiência? Numa fase inicial, possivelmente sim. No entanto, os efeitos provocados pelos novos sistemas de comunicação tendem a transformar as rotinas produtivas e,

¹³ <http://www.wonkette.com/archives/wonkette-does-boston-017394.php>

consequentemente, o conteúdo final. Para Alves (2006), o jornalismo digital passa por um período de transição de produtos a serviços, de monomídia a multimídia. “Entre as transformações mais importantes em curso, estão os processos de desintermediação e desconstrução da comunicação jornalística tradicional.” A participação do público, de passiva a ativa, tem sido incentivada pelos blogs e pelo jornalismo de fonte aberta, onde o cidadão pode pautar, acrescentar ou alterar uma notícia (Quadros, 2005). O processo de transição de leitor passivo a usuário ativo não tem sido fácil, até porque está atrelado a fatores de ordem política, econômica, social e cultural.

O blogueiro John Hiler, que propõe um código de ética especial para os redatores de blogs, levanta por isso a seguinte questão: “Se todos os blogueiros seguirem códigos de ética jornalística, seus blogs se tornarão mais objetivos e editados. Mas depois disso eles ainda serão blogs?” (Hiler, s.d.)

Além disso, investigação, pesquisa ou reportagem exige não somente profissionalismo, como também recursos que até mesmo a mídia convencional não quer investir. Como é que um blogueiro – em muitos casos, um único jornalista, que escreve seus *posts* no final de um dia de trabalho – poderá cumprir algo que as próprias organizações midiáticas frequentemente não o fazem?

Nesse sentido, a exigência do cumprimento de regras jornalísticas pode significar a destruição de algumas características centrais desse meio. A apuração acurada de uma informação pode ameaçar a sua atualidade. Como blogs não tem essa obrigação, atualidade e espontaneidade não significam um problema, mas sim uma oportunidade. Enquanto no

¹⁴ Ver Fumero, Antonio. Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog, Madrid, Telos, n. 65, ago 2006, disponível em <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=1&rev=65>.

jornalismo deve-se seguir a regra de que comentários são livres, mas notícias são obrigatórias, nos blogs esta separação não precisa ser tão clara.

A influência sobre o jornalismo se baseia no fato de os blogs oferecerem informações que não só foram processadas nos mesmos *scripts* cognitivos que os do jornalismo, mas pelo fato de obedecerem as mesmas regras técnicas, como, por exemplo, a seleção de acordo com os valores-notícia. Para ser notícia, no entanto, falta atender às reivindicações que o jornalismo precisa fazê-lo.

Por detrás de blogs de diários digitais há jornalistas experientes, que seguem, na maioria das vezes, as rotinas produtivas de sua profissão na construção de uma notícia. O blog é usado como um suporte amigável e conhecido do público, cujos *posts* podem ser utilizados ou não pelo jornalista. No caso do “The Public Editor’s Journal”¹⁵, o blog mantido por Byron Calame no *The New York Times*, praticamente todas as mensagens do leitor/usuário são comentadas. O conteúdo revela que juntos - o público e o mediador – podem construir um diário mais completo, com diferentes pontos de vista. O público não só aprende regras de construção da notícia, mas também aponta erros e soluções no conteúdo do diário digital. O mediador, ao abrir mão de uma posição centralizadora, obtém novas fontes de informação que têm o direito de efetivamente interagir com o jornalista e a notícia. Dessa forma, “o jornalismo deixa de ser um sermão para ser uma conversação, como pregam os gurus do jornalismo participativo”. (Alves, 2006).

Novas interfaces devem surgir com o desenvolvimento da comunicação móvel e, conseqüentemente, mudanças devem acontecer nas relações sociais e nos seus espaços. “A mudança, proporcionada por tecnologias móveis, do ciber ao híbrido nos chama a atenção para o fato de que o espaço digital nunca foi, na verdade, separado de espaços físicos e pode ser um elemento essencial para a promoção de sociabilidade e de comunicação em espaços urbanos.”

(Silva, 2006: 49). Nesse sentido, o jornalismo digital – resultado de todas essas transformações citadas anteriormente – segue o seu rumo em busca de uma narrativa multimídia e interativa da notícia.

Referências:

ALVES, Rosental Calmon. **El diario en transición: de producto a servicio; de monomedia a multimedia**, Reunión de la Sociedad Interamericana de Prensa, Quito, Equadros, 17 de março de 2006. Disponível em <<http://www.institutodeprensa.com/ponencias/monomedia.ppt>> Acesso em jul. de 2006.

AMARAL, Adriana e QUADROS, Claudia Irene de. **Agruras no Blog: jornalismo cor-de-rosa no ciberespaço**, comunicação apresentada no VII Lusocom, em Santiago de Compostela, abril de 2006.

BAERNS, Barbara. *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus. Zum Einfluss im Mediensystem*. Köln: Wissenschaft und Politik, 1985.

BENTELE, Günter. Wie objektiv können Journalisten sein?. In: ERBRING, Lutz; RUß-MOHL, Stephan. *Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik*. Berlin: Argon-Verlag, 1988, 196-225.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: Understanding new media**. Cambridge: The MIT Press, 1999.

BUTTERWORTH, Trevor. **A pornografia da opinião**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 14 de maio de 2006, pp 4 -6.

CASTELLS, Manuel – **A Galáxia da Internet**, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2003.

CHAPARRO, Manuel. **Sotaques d´aquém e d´além mar**. Santarém: Jortejo, 1998.

DÖRNER, Andi. **Journalistische Weblogs. Mehr als ein Experiment**. *onlineJournalismus.de*, 26.07.2004. Disponível em: <http://goa2003.onlinejournalismus.de/forschung/interview_richter.php>. Acesso em jul. de 2006.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis:comprender los nuevos medios**. Buenos Aires, Granica, 1998.

FRÜH, Werner. **Realitätsvermittlung durch Massenmedien: die permanente Transformation der Wirklichkeit**. Opladen: Westdt. Verlag, 1994.

GIEBER, Walter. **News is what newspapermen make it**. In: LEWIS, A, Dexter; WHITE, David Manning. *People, society and Mass Communication*. New York: 1964.

GRABER, Doris. **Mass Media and American Politics**. Washington, DC: Congressionale Quarterly Press, 1989.

¹⁵ <http://publiceditor.blogs.nytimes.com/>

HILER, John. **Are Bloggers Journalist? On the rise of Amateur Journalism and the need for a Blogging Code of Ethics.** Disponível em: <<http://www.microcontentnews.com/articles/bloggingjournalism.htm>>. Acesso em jul. de 2006.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1994.

NOBLAT, Ricardo. *Calçada da Fama – Para Frank Rosolini*. Post enviado em 17/01/2006, disponível em <<http://noblat1.estadao.com.br/noblat/index.html>> Acesso em jan. de 2006.

QUADROS, Claudia Irene; ROSA, Ana Paula e VIEIRA, Josiany. **Blogs e as Transformações no Jornalismo**. Revista da *E-Compos* número 3, agosto de 2005, disponível em <www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em jul. de 2006.

QUADROS, Claudia Irene de. **Clinton-Lewinski: el escándalo que comenzó en la Red**, en Revista Latina de Comunicación Social, número 20, de agosto de 1999, La Laguna (Tenerife), disponible en <www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/54cla.htm> Acesso em jul. de 2006.

QUADROS, Claudia. **A Participação do Público no Webjornalismo**. Revista da *E-Compós*, número 4, dezembro de 2005, disponível em <www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em jul. de 2006.

RABE, Tobias. **Weblogs von Journalisten. Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser.** *onlineJournalismus.de*, jul de 2004. Disponível em: <http://goa2003.onlinejournalismus.de/forschung/weblog_von_journaliste_haupt1.php>. Acesso em jul. de 2006.

RECUERO(a), Raquel. **Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais**, 2003, disponível em <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/webrings.pdf>> Acesso em jul. de 2004.

RECUERO(b), Raquel. **Warblogs: os blogs, a Guerra no Iraque e o jornalismo online**. Comunicação apresentada no XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 Set 2003. Disponível em <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4752/1/NP8RECUERO.pdf>> Acesso em jul. de 2006.

SCHULTZ, Winfried. *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien: Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg, München: Alber: 1976.

SIGAL, Leon. **Who? Sources make the news**. In: MANOFF, Robert Karl; SCHUDSON, Michael. *Reading the news. A pantheon guide to popular culture*. New York: Pantheon Books, 1986.

SILVA, Adriana de Souza. **Do ciber ao Híbrido: Tecnologias móveis como interfaces de espaços híbridos**. In: Araújo, Denize (org). *Imagem (IR) Realidade – Comunicação e Cibernética*, Porto Alegre, Sulina, 2006.

SPONHOLZ, Liriam. **Objetividade em jornalismo: uma perspectiva da teoria do conhecimento**. Revista *Famecos*, n.21, agosto 2003.

VOLLMER, Gerhard. *Was können wir wissen? Band I – Die Natur der Erkenntnis*. Stuttgart: Hirzel, 2. durchges. Auflage, 1985.

Sistemas de circulação no ciberjornalismo

Elias Machado Gonçalves ¹

Resumo: Nos diferentes períodos históricos a plena apropriação social do jornalismo pelas coletividades pressupôs a criação de quatro tipos de sistemas integrados – apuração, produção, circulação e de financiamento – indispensáveis para a institucionalização desta forma específica de conhecimento da realidade.

Neste capítulo trataremos das particularidades de um dos sistemas menos discutidos na bibliografia especializada, o de circulação de informações, e das características próprias e limitações dos mecanismos até aqui desenvolvidos pelo ciberjornalismo para disseminar os conteúdos produzidos pelas organizações jornalísticas.

Palavras-Chave: Jornalismo; digital; sistemas; circulação; tecnologia.

Os suportes, no mundo de hoje, são o sedimento de técnicas e objetos artificiais que recobrem a superfície da realidade física e social com que o homem tem contato.

Álvaro Viera Pinto, 1973

Apresentação

Mal um produto jornalístico fica pronto (jornal, revista, radiojornal, telejornal, noticiário para web) começa um dos maiores desafios existentes no jornalismo enquanto uma atividade industrial complexa: distribuir as informações pelos mais diversificados canais para que alcancem o máximo possível de pessoas. No ensaio *The Natural History of Newspapers*, Robert E. Park (1925) chegou a afirmar que a notícia somente ganha existência plena quando circula porque para que possa constituir-se enquanto um produto

¹ Jornalista e Doutor em Jornalismo. Professor do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e Presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

social necessita ativar as relações entre os indivíduos, contribuindo para estimular o processo de conversação.

O caráter crucial da circulação para a disseminação social das informações exige que a definição do sistema de circulação seja uma etapa prévia ao lançamento de qualquer projeto jornalístico a fim de evitar que, uma vez concluído o trabalho de produção, a informação disponível sofra restrições para chegar aos mais diferentes tipos de públicos. Nada poderia ser mais temerário para uma organização que montar sofisticados sistemas de apuração e produção sem uma adequada contrapartida na circulação.

Até aqui, mais de 300 anos depois da defesa da primeira tese de doutorado em jornalismo (1690), a circulação é uma das áreas menos tratadas pela literatura especializada, com prejuízos para a compreensão da dinâmica do jornalismo como um complexo de sistemas integrados (apuração, produção, circulação e financiamento). A multiplicação de plataformas de disseminação de informações existentes no ciberespaço ao mesmo tempo que diversifica as possibilidades de difusão, aumenta os riscos de fracasso de projetos específicos, caso o sistema de circulação adotado desconheça as particularidades dos atores envolvidos e as características constitutivas das redes de circulação de informações demandadas pelas organizações jornalísticas nas sociedades contemporâneas.

Neste capítulo, partimos de uma breve discussão histórica sobre a distribuição no jornalismo para depois definir e descrever as especificidades dos sistemas de circulação de informações desenvolvidos até o momento pelas organizações jornalísticas no ciberespaço. Em dez anos de existência como uma atividade aberta, que saiu dos restritos

círculos acadêmicos ou militares, veremos como a disseminação de informações no ciberespaço depende cada vez mais de sistemas dinâmicos, múltiplos e inteligentes de circulação, em contraposição aos sistemas estáticos e centralizados, adotados nos primeiros anos pelos ciberjornalistas.

1. Mudanças nos sistemas de distribuição

Com algumas exceções (PARK, 1955; SNYDER, 1968; BRADSNERG, 1969; MORGAINÉ, 1972; EPSTEIN, 1974; THORN & PFEIL, 1987), raros são os trabalhos dedicados aos sistemas edificadas para a difusão de informações jornalísticas. Em textos publicados antes (MACHADO & PALACIOS, 1996, MACHADO, 1999; 2000; 2002;2003) chamamos a atenção desta lacuna na bibliografia sobre jornalismo e buscamos como alguns colegas de outros países (HALL, 2002; DEUZE & PLATON, 2003; LARA, 2004; PAUL, 2005; NILES, 2005) identificar algumas das particularidades dos sistemas de disseminação adotados pelas organizações jornalísticas no ciberespaço.

A história do jornalismo revela que a incorporação de uma tecnologia acaba, muitas vezes, por estimular a abertura de oportunidades de negócio para as empresas, provoca profundas modificações na prática profissional e leva a diversificação das possibilidades de escolha de conteúdos jornalísticos da parte dos consumidores (SMITH, 1980; GORDON, 2005). Nos anos 30 do século XIX o aperfeiçoamento da tecnologia de impressão permitiu a produção de jornais diários, com altas tiragens, vendidos a baixos preços e financiados por publicidade, o que exigiu a contratação repórteres e editores fixos.

Quase cem anos depois, o aparecimento de impressoras mais modernas e câmeras fotográficas, garantiu as condições para o lançamento de revistas ilustradas, determinando a necessidade de incorporação de equipes de redatores, editores e fotojornalistas. Com o rádio e a TV ocorreu uma situação muito semelhante a atual, com as organizações jornalísticas utilizando a tecnologia para criar e distribuir conteúdos muito antes da definição de um modelo de negócios, o que somente viria muito depois com a adoção da publicidade (GORDON, 2005).

Como se trata de um instrumento chave de produção, circulação e de ação para a rede de disseminação de informações, inclusive antes da consolidação do *ciberespaço*, o jornalismo empreendeu um profundo processo de reestruturação para adaptar-se aos incipientes espaços nacionais e mundiais. Desde o começo da década dos 70, em alguns estudos (MORGAINÉ, 1972) previam-se os possíveis ajustes no mercado de produção das empresas jornalísticas. O trabalho do diário de grande tiragem nos anos 80 para contra-atacar a competição dos meios eletrônicos se baseava em cobrir de modo sistemático o mercado e se desenvolver em função das circunstâncias espaciais.

Para aproximar-se aos consumidores em todas as etapas do processo produtivo fazia-se imprescindível descentralizar as estratégias de difusão do jornal, vinculando-as a evolução da demanda em cada ponto específico do território. A descentralização possibilitaria aplicar uma nova concepção das redes de distribuição, planificadas como um componente da política geral de previsão da gestão empresarial. Em contraste ao centralismo histórico que favoreceu a expansão dos meios localizados no entorno das capitais nacionais ou estaduais, a evolução e a difusão dos diários de grande tiragem nos anos 80 incorporou as diversificações do meio circundante.

A mutação tecnológica que possibilitou a diversificação dos parques gráficos estimulou a vocação regional dos diários nacionais através da descentralização dos conteúdos. Mediante a impressão simultânea em pontos diferentes, a empresa jornalística a um mesmo tempo reforçou as relações com o mercado original (com aumento da cobertura local) e sentou as bases para a contínua expansão em todo o território nacional. Como nestas operações para descentralizar a produção dos jornais a meta prioritária era a ocupação espacial do mercado, o objetivo do sistema de distribuição consistia em que o produto chegasse às mãos dos leitores antes dos concorrentes. Para a empresa jornalística o diário de grande tiragem se trata de um produto de consumo e cada cidadão representa um comprador potencial. O diário do mesmo modo que os programas jornalísticos convencionais de rádio e televisão (em contraste com as publicações digitais) não era armazenável por um longo período devido à perda de atualidade e, como tal, condicionava a eleição dos circuitos de distribuição à capacidade de facilitar uma comodidade de aquisição ou difusão máximas (MORGAINÉ, 1972).

A constituição dos telejornais em rede desde o começo dos anos 60 nos Estados Unidos antecipou a política dos diários de cobertura ao largo de todo o território, com significativas conseqüências para o modelo de produção e distribuição da notícia (EPSTEIN, 1974). Com os telejornais em rede nasceu o conceito de notícia nacional, antes impensável. Em certo modo qualquer ocorrência pode ser transformada em notícia nacional através da associação de um conjunto de casos ao redor de um mesmo tema. Um produtor do *NBC News*, por exemplo, transformou a abertura do metrô de Cleveland em uma notícia nacional ao associá-la a imagens das obras nos metrôs de Chicago e São Francisco e apresentá-las como um relato sobre os transportes no país.

Na rádio a expansão do formato notícias 24 h desde a metade da década dos 80 reavivou a antiga modalidade das cadeias nacionais, com emissoras associadas distribuídas em todo o território de cobertura (MEDITSCH, 1999). O dispositivo das cadeias em certa medida reduz as vozes locais, uma vez que durante uma considerável parte do dia transforma as emissoras afiliadas em simples retransmissoras de uma mesma programação centralmente produzida. É bem verdade que, como a estruturação do fluxo discursivo da rádio necessita pactuar de alguma maneira com a variedade espacial, por uma parte, com o objetivo de constituir uma audiência nacional para a programação jornalística, a definição das pautas toma o país ou o estado como referência, e por outra parte, cada afiliada dedica determinados programas para a difusão de notícias locais.

É curioso como a difusão por satélite supôs um duplo movimento de centralização e descentralização no jornalismo. Nos meios eletrônicos reduziu os custos com os sistemas de transmissão por microondas e revitalizou as cadeias, enquanto que, nas publicações em papel, a redistribuição dos parques gráficos significou um aumento do controle da imprensa regional pelas empresas de corte nacional. A descentralização da produção é uma parte do processo contínuo de concentração do controle e da gestão da distribuição nas empresas jornalísticas. A verdade é que, ao final, a concessão aos conteúdos locais é um fator de uma política de difusão dos conteúdos agendados pelos meios nacionais.

Para as empresas jornalísticas os sistemas de distribuição são concebidos em função das sucessivas mutações do território no transcurso do tempo. Como vimos, o centralismo da imprensa, da rádio e da televisão fez parte de uma estratégia política de consolidação do território nacional. O lançamento dos telejornais nacionais na televisão

brasileira contou com o apoio dos ditadores militares (MATTOS, 1982). Em muitos países como Estados Unidos, por exemplo, a legislação impõe uma quota mínima de notícias nacionais nos meios eletrônicos. No caso francês respondeu a uma necessidade nacional e européia de desenvolver a vida regional e das províncias (MORGAINÉ, 1972). Com a constituição das redes digitais, acentua-se pelos quatro cantos do mundo a função exercida pelos sistemas de circulação de notícias como ativadores de espaços sociais. A agência *Reuters*, por exemplo, tomou parte no desenvolvimento da tecnologia para criar o mercado eletrônico mundial. O sistema de compra e venda de ações on-line em que se pode fazer investimentos em tempo real e que representa um 33% das receitas da empresa difere muito dos serviços tradicionais da agência (BOY-BARRET & RANTHANEN, 1997). No ambiente que enlaça os especuladores dos quatro cantos do planeta a um mesmo tempo, a *Reuters* edifica o espaço onde se faz possível estabelecer as transações e supre as notícias para orientar os investimentos no mercado financeiro mundial.

Como se fosse por um capricho da natureza, na medida em que o sistema de distribuição de notícias das empresas jornalísticas se implanta em uma comunidade passa a deter o poder de fixar ao largo do território o tempo e o espaço hegemônicos. A hora do telejornal, por exemplo, encarna um ritual litúrgico. Como uma espécie de dispositivo que ativa o espaço e o tempo hegemônicos, o sistema de circulação de notícias, em certo modo, dita o ritmo das intervenções das pessoas na esfera pública. A rede de circulação de notícias, portanto, é mais que os pontos de venda, um simples caminho ou via de acesso para distribuição de dados ou publicações porque atua como um instrumento que autoriza os contatos entre os atores sociais localizados em lugares remotos.

O que surpreende é ver como muitas vezes, na definição dos meios como fontes emissoras, o circuito de distribuição de notícias (imprensa, rádio e televisão) ganha a forma de canais por onde se transporta uma determinada mercadoria às bancas ou às casas das pessoas. Como se costuma considerar aos sistemas de circulação somente pelos elementos estáticos inerentes à função instrumental de comercialização da notícia se acaba por esquecer dos aspectos dinâmicos, manifestados através das relações ativadas e mantidas na área conformada ao redor de cada meio e do sistema de comunicação como um todo em determinado período.

A aparente condição do mercado como um produto natural da demanda, oculta a condição instável e volátil do pacto fiduciário dos meios com o público que requer uma permanente reativação por parte das empresas jornalísticas. Como a transmissão se apresenta como a totalidade da atuação dos meios, fazendo a paráfrase de Alsina no tocante à produção, poder-se-ia dizer que o espaço social constituído pelas redes de circulação de notícias é a face oculta da lua (ALSINA,1987).

É uma caracterização imperfeita reduzir o sistema de circulação aos pontos de venda porque é como tentar decifrar os segredos do corpo humano pelas particularidades do esqueleto. A identificação dos modos de funcionamento destes mecanismos complexos exige uma atualização do conceito de distribuição no campo do jornalismo até aqui utilizado de modo acrítico como sinônimo de circulação. No próximo tópico partimos da distinção entre distribuição e circulação para discutir as particularidades dos sistemas de disseminação de informações no jornalismo.

2. Diferentes sistemas de disseminação de informações

Neste trabalho adotaremos uma distinção entre os conceitos de distribuição e de circulação porque cremos seja essencial descrever os diferentes sistemas utilizados para disseminar informações jornalísticas em cada período histórico. Como o próprio termo define um sistema de distribuição opera de forma centralizada, mantém uma hierarquia rígida entre os participantes e tem como objetivo principal a entrega das informações ao consumidor final; Muito mais flexível, um sistema de circulação funciona sem necessidade de uma hierarquia rígida, adota a descentralização como modelo padrão e tem como objetivo principal a disseminação das informações produzidas nestes diferentes centros. Um simboliza a apologia ao consumo enquanto o outro simboliza a apologia da participação.

Convém lembrar que nenhum destes sistemas apresenta em si mesmo características capazes de centralizar ou descentralizar o processo de produção e disseminação de informações e tampouco resulta de determinações tecnológicas. Na verdade, os sistemas de produção e disseminação de informações são edificados pelas organizações jornalísticas em conjunto com os demais atores deste processo complexo, dentro das possibilidades tecnológicas, econômicas e culturais de cada sociedade para atender as demandas sociais de conhecimento sobre a atualidade. Como demonstra a descentralização dos parques gráficos para a impressão de jornais no final do século passado e como veremos no próximo tópico em que discutiremos diferentes modelos em desenvolvimento no ciberespaço, dependendo das circunstâncias, um sistema pode ser mais ou menos centralizado, mais ou menos flexível.

Uma rede de distribuição de periódicos supõe a organização de um conjunto de pontos de venda para alcançar aos leitores cada novo dia. Como o custo médio de

distribuição significa mais de um terço do preço de venda do exemplar, a manutenção de departamentos de distribuição de publicações sacrifica as finanças das empresas e acaba por estimular a cooperação entre as organizações jornalísticas. Neste caso, a descentralização da impressão representa um esforço para cortar gastos em transporte ao mesmo tempo em que reforça a presença institucional da publicação nas distintas regiões de um determinado território.

O sistema de distribuição de uma empresa jornalística, que tem como coluna vertebral à rede de pontos de venda, agrega um conjunto de partes em que cada nó acrescentado se articula com a matriz, exigindo uma atualização contínua na estrutura da organização. O artifício de imprimir conteúdos locais, por exemplo, é uma operação que ao assinalar a vontade do sistema de distribuição de incorporar os membros da coletividade afeta a cadeia produtiva do periódico. Como o conjunto das partes se associa por meio de relações voláteis, um jogo sutil comanda as conexões entre os envolvidos neste processo complexo no transcurso do tempo. No longo prazo a continuidade ou a morte dos sistemas de distribuição de notícias em cada lugar depende do saldo entre adesões, oposições e frustrações de expectativas existentes entre os diversos agentes relacionados.

Como a estrutura dos sistemas de circulação de notícias é fluida e condicionada pelos sucessivos enlaces entre os membros, a empresa jornalística que representa a parte atemporal da rede deve solidificar o potencial de conexão das pessoas. O sistema de circulação de notícias mantém uma relativa autonomia e está dotado de uma regulação própria que transforma em ordem funcional os ruídos provenientes do exterior. A

estrutura mutante dos sistemas de circulação supõe uma estratégia que incorpora uma ordem na desordem por meio de uma adaptação contínua ao meio circundante.

Nos sistemas de circulação de notícias a ausência de uma estrutura definida que poderia engendrar um limite cabal a uma atividade sistemática acaba por ser a fonte de toda estruturação possível. Como nem o mercado nem as redes de circulação são entidades com vida prévia às relações estabelecidas e a ativação do circuito pela empresa jornalística constitui sempre um passo em falso, existe a necessidade de recorrer-se a mecanismos tipo a credibilidade dos meios ou cifras de audiência para a um mesmo tempo cristalizar o espaço e impedir que toda a construção seja destruída devido à desarticulação entre os participantes deste pacto fiduciário.

Como a arquitetura dos meios reflete as relações de poder em uma determinada sociedade, o modelo de constituição tanto dos sistemas de distribuição quanto de circulação de notícias varia e, dependendo do jogo de forças envolvidas, pode assumir conformações simétricas o assimétricas. Contrário ao que se costuma pensar não é a tecnologia que determina a estrutura dos sistemas de circulação ou distribuição, mas os tipos de gestão dos meios ou de relação entre os jornalistas e os usuários é que são determinantes para a adoção de certo tipo de sistema de circulação ou distribuição de notícias em detrimento de outras alternativas.

O jornalismo na forma de publicações destinadas a audiências massivas, embora pudesse adotar formatos mais interativos com os membros do público, supõe a distribuição linear das notícias por meios centralizados para coletividades de leitores, ouvintes ou telespectadores. Como a habilidade para controlar o fluxo repousa totalmente nos jornalistas, o resultado é uma assimetria na divisão do poder social nos atuais

sistemas de disseminação de informações jornalísticas. Os complexos sistemas de produção massiva de notícias estão estruturados de uma maneira que requerem ao mesmo tempo, por uma parte, uma grande especialização e diferenciação, e, por outra, que o processo de circulação da notícia fosse concebido como um sistema de distribuição de dados previamente manufaturados.

A divisão do poder social se manifesta no grau de controle que cada instância tem sobre os dados em estado bruto. Na cadeia produtiva a diferenciação se dá por uma dupla diferenciação de funções. No nível interno entre os jornalistas divididos entre repórteres, redatores ou editores – uma diferenciação que se flexibiliza no ciberespaço, enquanto que no nível externo pela demarcação de fronteiras entre produtores e consumidores de notícias. Como o leitor, o telespectador, o ouvinte e, em muitos casos, o usuário, como veremos adiante, recebe somente uma dose diluída dos dados concentrados na forma de notícias publicadas, emitidas ou disponibilizadas, na era dos meios massivos e inclusive de certo tipo de personalização, de um modo distinto que nos primeiros tempos da imprensa, ampliou-se a distância social entre os produtores e os consumidores de mensagens. Com o desenvolvimento dos meios massivos o controle de qualidade da produção no jornalismo reforçou a função do público como uma audiência e assumiu largamente a forma de especialização dos profissionais em consonância com um aumento da complexidade do sistema jornalístico como um todo.

Nas redes conformadas pelas empresas jornalísticas o espaço se modula pela tecnologia que comanda a tipologia e a funcionalidade dos sistemas de distribuição ou de circulação de notícias. Enquanto a produção da notícia supõe sempre um lugar específico, tanto a distribuição quanto a circulação supõem uma extensão espacial. Como o processo

produtivo direto é adequado ao lugar e a circulação e a distribuição à extensão, as duas instâncias do trabalho jornalístico no espaço são unificadas por meio da tecnologia no transcurso do tempo.

A evolução tecnológica que marca as etapas do processo de trabalho e as relações sociais assinala ao mesmo tempo as particularidades dos sistemas tanto de distribuição quanto de circulação de notícias. É em consideração às funções do espaço e dos processos em que as redes são ativadas no tempo que um sistema jornalístico se distingue dos outros. Como ao longo do tempo um sistema disseminação de informações atua em consonância a um sistema de técnicas, o aparecimento dos satélites digitais supôs para as agências de notícias, por exemplo, novas formas de ações e funções dentro do ecossistema jornalístico nas sociedades contemporâneas. De vendedoras de informações no atacado, as agências passam a atender demandas específicas em nichos de mercado.

Como um produto provisório da teia de relações de formas espaciais em princípio virtuais um sistema de distribuição ou de circulação de notícias atualiza de modo sucessivo a contradição entre um presente invasor e ubíquo que nunca se realiza completamente e umas reminiscências do passado objetivadas nas formas sociais e nas formas geográficas encontradas (SANTOS, 1996). Quando um sistema de circulação ou de distribuição de notícias atua sobre o espaço, não o faz através de um meio isolado, mas como um conjunto de meios, onde as formas e os conteúdos de uns são determinados pelas articulações com os demais. A definição das funções das empresas jornalísticas e a constituição do espaço são assim ações contínuas e simultâneas.

As redes integrantes dos circuitos por onde passa a notícia são partes do espaço mundial articulado pela divisão internacional do trabalho. Na divisão territorial do

trabalho a totalidade da mercadoria notícia aparece distribuída social e geograficamente entre diferentes tipos de meios. Graças às sucessivas intervenções das organizações jornalísticas e dos atores políticos e sociais somente um pequeno porcentagem dos recursos disponíveis enriquece todo o dia às constelações de dados do sistema mundial. Como o espaço total reúne todas as formas locais e fora dos lugares as empresas jornalísticas são abstrações o valor real de cada uma e das notícias das áreas particulares depende de sua qualificação geográfica e das conexões que cada qual engendra por localizar-se em um dado lugar.

Enquanto que nos sistemas de distribuição de informações as notícias simultâneas sobre acontecimentos distantes são idênticas para os membros de uma mesma audiência, a arquitetura dispersa das redes digitais multiplica as sucessões espaciais virtuais em conformidade com as expectativas individuais das pessoas dos distintos lugares. A natureza aberta da navegação nas redes digitais multiplica de forma exponencial a circulação unificada como notícias dos eventos remotos porque o tempo do conhecer e o conjunto das ações sincrônicas são ao menos em parte variáveis dependentes das eleições dos usuários. No próximo tópico veremos as particularidades dos modelos de circulação em desenvolvimento no ciberespaço.

3. Modelos de sistemas de circulação no ciberespaço

Os sistemas de circulação ou de distribuição de notícias podem ser estáticos ou dinâmicos. Os sistemas dinâmicos tem como característica essencial ir ao encontro dos consumidores das informações, enquanto que nos estáticos o interessado necessita ir em busca das publicações para poder ter acesso às notícias. No primeiro caso, um bom

exemplo seria a venda na rua das publicações, a entrega em casa aos assinantes ou os serviços de envio de notícias por correio eletrônico. Já no segundo teríamos a venda em banca, a disseminação em emissoras de rádio e televisão em horários pré-determinados ou a disponibilização das informações em portais em que o interessado deve ir até o local de venda, sintonizar a emissora de rádio, o canal de televisão ou acessar o portal.

Dos diferentes modelos utilizados até aqui identificamos um predomínio na primeira fase, que vai de 95 a 98, dos sistemas estáticos; o desenvolvimento de sistemas dinâmicos centralizados e descentralizados a partir de 1999 e a multiplicação de sistemas ancorados em tecnologias dinâmicas e descentralizadas desde 2004 (GUILLMOR, 2004). Como os diferentes tipos de modelos são cumulativos e podem coexistir, sendo eleitos de acordo com as demandas concretas das organizações jornalísticas e as possibilidades técnicas, econômicas e culturais de cada lugar, a classificação apresentada mais que identificar modelos existentes em uma determinada sociedade, atende a um propósito analítico.

Na primeira fase raras vezes o mecanismo empregado estava em condições adequadas para promover a substituição dos modelos tradicionais por um sistema de circulação compatível com um jornalismo descentralizado (MACHADO E PALACIOS, 1996). O envio de notícias personalizadas por correio eletrônico, por exemplo, com notícias atualizadas e selecionadas de acordo com as preferências dos usuários, toma como padrão as redes de televisão onde um centro emissor distribui os dados para vários pontos e pelo visto nem sequer intuía que, talvez para os propósitos de uma relação simétrica, fosse pouco conveniente que o acesso a um grande número de reportagens

viesse a reduzir a capacidade de produzir e eleger conteúdos através da navegação pelas páginas de notícias do ciberespaço.

Em qualquer das frentes de atuação dos grupos jornalísticos, dos envios de notícias por correio eletrônico aos programas especiais de entrega de conteúdo, o mais notável, como ficava evidente no nome da tecnologia então utilizada – *push*, é a preocupação em enviar notícias personalizadas aos usuários em vez de estimulá-los a buscá-las no ciberespaço ou assumir alguma função no processo produtivo. Em que pese o incerto das previsões tudo indica que, em largo prazo, uma tecnologia que empurra notícias tenha mais interesse porque representa uma determinada filosofia de circulação da notícia que por sua contribuição ao desenvolvimento de redes simétricas (MACHADO, 2000).

O que acentua as limitações destes serviços de entrega de notícias por correio eletrônico é que somente se pode receber uma reserva previamente empacotada pelos meios, enquanto que um sistema que aproveite a virtualidade espacial fugiria ao predeterminado para estimular um processo criativo descentralizado. Na operação de envio de notícias a maior parte das tarefas corresponde a um programa de computador que organiza as informações dentro de um universo finito de possibilidades. A incorporação de uma lógica simétrica ao processo supõe que se conceba a produção da notícia como uma sucessão indeterminada de ações cooperativas entre os usuários do sistema que atualizam o espaço e os eventos.

Logo, se consideramos que as tecnologias de envio de notícias aos usuários são uma espécie de extensão do velho modelo de comunicação centralizado, soa temerária a atitude de defini-las como uma ferramenta a mais entre as tantas outras a disposição das

pessoas. A questão nem sequer é especular se no futuro o mecanismo pode mudar os hábitos de navegação das pessoas, mas calcular os riscos que supõe para a cultura das redes jogar todas suas fichas em um serviço de entrega de conteúdos. O que se pode deduzir da experiência de envio de notícias por correio eletrônico é que o ciberespaço por si só não significa a superação imediata do modelo de produção vertical no jornalismo.

Mais de cinco anos depois da adoção das tecnologias de envio de notícias, em trabalho que estuda a notícia audiovisual, Nogueira (2005) identifica três tipos de mecanismos de circulação das informações no ciberespaço: TV aberta com presença on-line; WebTV e Canal de conteúdo em vídeo. Destas três formas de transmissão das notícias audiovisuais apenas os canais de conteúdo em vídeo oferecem dispositivos capazes de fazer a informação em vídeo circular pelo espaço navegável. Neste caso, o material produzido transita pelo ciberespaço seja através de e-mails que os próprios usuários trocam entre si ou nos boletins periódicos que o veículo envia aos usuários cadastrados, transformando a notícia audiovisual em um produto dinâmico que vai até o usuário. Em contrapartida, na TV aberta on-line e na WebTV, o usuário necessita mover-se em busca das informações de que precisa porque a notícia – ainda que atualizada de forma contínua - fica estática no banco de dados (NOGUEIRA, 2005).

A dinamização dos conteúdos pode se dar de forma centralizada ou descentralizada. A primeira ocorre quando o usuário procura a organização jornalística e faz as opções do tipo de material que deseja receber periodicamente e-mail. A segunda ocorre quando os próprios usuários enviam entre si estes conteúdos ou quando são utilizadas tecnologias de compartilhamento de informações capazes de aumentar a produtividade da circulação (NOGUEIRA, 2005). Os sistemas dinâmicos e

descentralizados são muito mais aconselhados às características da estrutura reticular do ciberespaço, formada pela articulação de múltiplos centros de produção. Ocorre que, na condição de subsistema de um sistema mais amplo de produção de informações, o sistema de circulação acaba sendo condicionado pelas próprias limitações dos sistemas de produção existentes, por enquanto muito dependentes de modelos centralizados.

Depois de dez anos de existência o ciberespaço experimenta, neste momento, uma variedade de formatos de produção participativa de conteúdos. GILLMOR (2004) elaborou uma ampla resenha destas experiências, descrevendo as profundas conseqüências deste fenômeno para a prática do jornalismo. Entre as aplicações mais interessantes para ativar sistemas de circulação descentralizados está o RSS, uma espécie de agregador de conteúdos, que possibilita a recuperação imediata de informações previamente definidas pelos usuários e o Feedster, um indexador de arquivos RSS, que possibilita um retorno imediato sobre o conteúdo publicado no ciberespaço. Para GILLMOR o jornalismo participativo exige o contínuo desenvolvimento de novos instrumentos, muito mais complexos que o RSS, que poderão ser utilizados pelos participantes destes processos descentralizados para buscar, organizar, produzir e circular as informações (GUILLMOR, 2004) .

A natureza dos processos de circulação varia de acordo com o tipo de produto cultural e as especificidades dos usuários e as particularidades das relações de produção de cada sociedade. Uma importante questão na indústria jornalística é identificação da estratégia adequada para circulação das informações em conformidade com estes três aspectos. A questão é em que medida a circulação pode ser otimizada para melhor capitalizar a incorporação dos usuários na produção dos conteúdos da indústria

jornalística como um sistema complexo de intercâmbio compartilhado de informações. A principal premissa destas decisões é que a estratégia adequada de circulação necessita prever que a informação seja uma espécie de espaço de mediação que permita o aumento das conversações e estimule as ações produtivas dos envolvidos no sistema de relações articulado ao redor de uma determinada organização jornalística (FINN, MCFADYEN & HOSKINS, 1994).

A caracterização dos sistemas de circulação de informações jornalísticas depende da forma como os usuários são incorporados nos processos produtivos. As funções do usuário podem variar, indo da produção e consumo, até a de simples consumo. Nos sistemas mais simples o usuário somente consome as informações produzidas pelos profissionais enquanto que nos sistemas mais complexos o usuário tanto colabora na produção quanto consome as informações. A natureza do produto que circula nestes sistemas – a informação jornalística – possibilita que em função do tempo de consumo um mesmo fato possa ser compartilhado com diferentes tipos de público, utilizando redes de circulação distintas. Uma notícia sobre a aquisição de uma empresa de alta tecnologia, por exemplo, pode ser divulgada em diferentes tempos por diferentes canais, atingindo públicos mais ou menos especializados em mais ou menos tempo. Tudo porque este tipo de notícia que pode ser entregue ao cidadão comum no ciclo de 24 h para um investidor somente tem valor caso seja acessada de forma imediata em terminais nos escritórios de trabalho ou no celular.

A circulação de informações jornalísticas, que nas organizações jornalísticas convencionais, estava a cargo de profissionais especializados, vinculados aos departamentos de distribuição em conexão com as redes de postos de venda, tornou-se,

na atual etapa processo de produção, um fato social, descentralizado, pelo qual todos os participantes destes sistemas são responsáveis. Um detalhe que fica evidente nos dispositivo-padrão para envio de notícias para amigos ou conhecidos incorporados nos recursos de interação de quase todas as organizações jornalísticas existentes no ciberespaço. A quantidade de informações e as diferentes demandas dos múltiplos tipos de usuários exigiu a construção de sistemas automatizados, dotados com programas previamente definidos, que são capazes de adaptação a diferentes estímulos provocados, produzindo respostas adequadas.

Estes mecanismos são sempre resultantes de processos sociais mais amplos e as redes de circulação de informações jornalísticas uma espécie de subsistemas dos sistemas de circulações, que aproveitam as propriedades das substâncias e forças naturais disponíveis em cada sociedade e que são utilizados para compor maquinismos que atendam a finalidades sociais específicas (VIERIA PINTO, 2005, Vol 2). O fundamento destes sistemas auto-regulados, como demonstra VIERA PINTO, 2005, Vol 2, encontra-se em ações recíprocas entre estes e seus usuários, possibilitadas pela utilização de programas que permitem responder às ações sofridas da parte do meio, do resultado de operações de outros mecanismos ou mesmo de partes de seu próprio, ações essas que estabelecem o conceito e a construção do que Vieira Pinto define como “máquina auto-reguladora”. (VIEIRA PINTO, 2005, Vol 2, 29)

4. Conclusões

Ao final deste capítulo creio que alguns pontos devem ser reafirmados para evitar uma avaliação superficial e ingênua dos mecanismos utilizados para a circulação de

informações de natureza jornalística. O primeiro aspecto que vale a pena salientar é que, considerando a função estratégica exercida por estes mecanismos em sociedades complexas como as contemporâneas, existe a necessidade de estímulo a programas de pesquisa neste campo, preenchendo esta lacuna na bibliografia existente sobre o jornalismo no ciberespaço. Se, devido às particularidades da produção das informações em sistemas hierárquicos e centralizados, esta situação era aceitável, no caso atual, em que o sucesso na movimentação das informações depende da incorporação dos usuários, ocorre justo o contrário, e o desenvolvimento de sistemas auto-regulados de gestão das informações passa a ser um fator crucial para o atendimento das demandas sociais e a sobrevivência das organizações jornalísticas.

Em qualquer período histórico, a constituição do jornalismo como uma instituição social pressupõe o desenvolvimento de diferentes tipos de sistemas: apuração, produção, circulação e de financiamento. O que varia de um período para outro são os graus de complexidade de cada um destes subsistemas e os tipos de funções exercidas pelos produtores e pelos usuários das informações existentes. Antes da criação de complexos empresariais organizados como indústrias altamente hierárquicas e centralizadas no século XIX, os sistemas de circulação eram muito incipientes devido ao reduzido número de consumidores destas informações e a limitada área geográfica de alcance de cada jornal em decorrência das dificuldades de transporte e comunicações. O aperfeiçoamento das comunicações e dos transportes, em consonância com o crescimento dos centros urbanos e das condições de produção das informações, exigiu a construção de sistemas permanentes e contínuos de circulação. A estrutura vertical e centralizada destas verdadeiras fábricas de produção de informações acabou por condicionar os sistemas de

circulação, concebidos como sistemas de distribuição, que tinham como finalidade dar vazão a conteúdos centralmente elaborados para um conjunto massificado de leitores, definidos como consumidores de notícias, produzidas por profissionais especializados, os jornalistas (SMITH, 1980; MACHADO, 2000).

Como espaços abertos a variadas formas de relações as redes de circulação de notícias podem tanto se transformar em um campo de provas para novos modelos de intercâmbio de informações, como fazer das publicações do futuro um reflexo dos meios jornalísticos convencionais. A divisão assimétrica do poder entre as empresas, os jornalistas e os demais cidadãos fez que até agora, com raras exceções como no caso da *blogosfera* e de alguns instrumentos como o reenvio de informações, o movimento destas informações estivesse submetido a uma arquitetura central e hierárquica, contrariando a lógica do ciberespaço, em que a produtividade da informação depende da capacidade que tenha de circular e de ativar relações entre os participantes do sistema. Daí que se estamos de acordo que existe a necessidade de multiplicar as relações horizontais, precisamos ter claro que um sistema de circulação descentralizado necessita substituir aos atuais serviços de distribuição de notícias produzidas em poucos núcleos especializados.

Referências Bibliográficas

BOYED-BARRET, Oliver and RANTANEN, Terhi. **Globalization of news**, London, Sage Publications. 1998.

BRANDSNERG, George. **The Free Papers. A Comprehensive Study of America's Shopping Guide and Free Circulation Newspaper Industry**. Amies. Wordsmith Books, 1969.

BARBOSA, Suzana, MACHADO, Elias, MIELNICZUCK, Luciana, PALACIOS, Marcos; RIBAS, Beatriz Beyond Profecies. A critical to 'New News' retrospective: Is online news reaching its potential? of Nora Paul. Article submitted to **Brazilian Journalism Research**, 2005.

CHESNAIS, Pascal et al. **The fishwrap personalized system**. Boston, MIT, Media Laboratory. 1995.

DEUZE, Mark & PLATON, Sara. **Indymedia journalism** A radical way of making, selecting and sharing news? In *Journalism*, Vol. 4(3): 336–355, (2003).

EPSTEIN, Edward Jay. **News from nowhere. Television and the news**, Nueva York, Random House, 1973.

FINN, Adam, MCFADYEN, Stuart & HOSKINS, Colin. Marketing, Management, and Competitive Strategy in the Cultural Industries In **Canadian Journal of Communication** Vol. 19, No. 3 (1994)

GILLMOR, Dan. **We the media. Grassroots journalism by the people, for the people**. O'Reilly, Sebatopol, Canada, 2004.

GORDON, Rich. Online opportunities make journalism's future bright, despite gloomy feelings In **Online Journalism Review**
Disponível em <http://www.ojr.org/ojr/stories/051027gordon/> Acessado em 10.12.2005

HANLUAIN, Daithí O. Social networks: All around the Net, but underused by news sites In *Online Journalism Review*, 2005,
Disponível em <http://www.ojr.org/ojr/stories/050310ohanluain/> Acessado 12.12.2005

INNIS, Harold. **Empire & Communications**. GODFREY, David (ed.), Toronto, Press, 1986. Percepic.

INNIS, Harold. **The Bias of Communication**, Toronto, University of Toronto Pres, 1984.

LARA, Tíscar. Weblogs y periodismo participativo In **Pauta Geral** Vol 7 No 7 (2004) pp. 217-242, Salvador, Calandra.

MACHADO, Elias. La circulación de la noticia en el espacio digital. In **Scripta Nueva. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**. Universidad de Barcelona [ISSN 1138-9788] N° 69 (33), 1° de agosto de 2000.
Disponível em <http://www.ub.es/geocrit/sn-69-33.htm> Acessado em 10.12.2005

MACHADO, Elias. **La estructura de la noticia en las redes digitales**. Tese de Doutorado. Universidade Autônoma de Barcelona. Departamento de Jornalismo, Barcelona, 2000.

MACHADO, Elias. O jornal digital como epicentro das redes de circulação de notícias In **Pauta Geral** Vol 4 No 4, (2002), Salvador, Calandra. pp. 51-68.

MORGAINE, Daniel. **Dix ans pour survivre : Un quotidien grand public en 1980**. Paris. Hachette. 1972.

PAUL, Christopher A. Re-imagining Web analysis as circulation by Christopher A. Paul **First Monday**, volume 10, number 11 (November 2005)
Disponível em URL: http://firstmonday.org/issues/issue10_11/paul/index.html Acessado em 10 de dezembro de 2005.

PARK, Robert E. The natural history of the newspaper. In **The city. Suggestions for investigations of human behavior in the urban environment**. London and Chicago. Chicago University Press, 1984, 663-79. 1a ed. 1925.

NORA, Paul. 'New News' retrospective: Is online news reaching its potential? In **Online Journalism Review** Disponível em <http://www.ojr.org/ojr/stories/050324paul/> Acessado em 11.12.2005

SHAFER, Jack. Ghost Reader. Is everybody in the newspaper business inflating circulation? In **Slate** 18 August 2004 Disponível em <http://www.slate.com/id/2105344> Acessado em 10.12.2005

SMITH, Anthony. **Goodbye Gutemberg. Newspaper revolution in 1980's**, Oxford: Oxford University Press, 1980.

SNYDER, Henry. Circulation of Newspapers in the Reign of Queen Anne. In **Transactions of the Bibliographical Society The Library**, 5 Series, Volume 23, Issue 3 pages 206-235. Oxford. Oxford Univesity Press. 1968

THORN, Willian; & Pfeil, Mary. **Newspaper Circulation: Marketing the News**. London. Longman. 1987.

VIEIRA PINTO, Alvaro. **O conceito de tecnologia**. Vol 1. Rio de Janeiro. Contraponto. 2005.

VIEIRA PINTO, Alvaro. **O conceito de tecnologia**. Vol 2. Rio de Janeiro. Contraponto. 2005.

As agências de notícias e sua interação com o jornalismo na web: entre a permanência histórica e a mudança na era das redes digitais

José Afonso da Silva Junior ¹

Resumo: Esse trabalho procura indicar algumas perspectivas de posicionamento das agências de notícias levando em conta sua interação com a internet e outros veículos de natureza jornalística presentes na rede mundial de computadores. Assim abordamos o problema de modo a ilustrar a permanência de características vinculadas à própria operação de intermediação e o conseqüente balanceamento desse conjunto de atividades com as possibilidades permitidas por redes tecnológicas de informação mais flexíveis, abertas e participativas como a internet. No final, procuramos indicar algumas tendências que possam emergir da configuração das agências diante a necessidade de se manter o modelo de agenciamento de conteúdo em contextos de redes digitais.

Palavras Chave: Agências de notícias, Internet, jornalismo, jornalismo na web, redes digitais.

I – Apresentação.

Sobre o funcionamento interno das agências de notícias sabe-se pouco. Ou dizendo de modo mais preciso, sabe-se menos do que comparado a outros fenômenos vinculados ao jornalismo e à comunicação. Podemos afirmar isso em função do horizonte e pesquisas direcionados à abordagem desses organismos. No cenário dos últimos trinta anos as investigações dedicadas ao fenômeno das agências, se comparado aos estudos de jornalismo, tem progressivamente sofrido uma rarefação.

O quadro de abordagens nos anos 70 do século passado, por exemplo, tinha uma forte influência do debate entre a busca de um equilíbrio do fluxo de informação entre os países desenvolvidos e em desenvolvimento. Nesse esquadro, o papel das agências sofria

¹ Professor Assistente do Departamento de Comunicação Social da UFPE; Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela FACOM-UFBA, Doutorando na FACOM-UFBA.

uma atribuição importante por serem consideradas como organismos em parte responsáveis pela hegemonia e concentração da circulação de informações em torno de interesses e países dominantes econômica e politicamente no contexto internacional.

A preocupação em estabelecer um fluxo de informação menos desigual desdobrou-se para a criação nos anos 70, da criação da NOMIC, Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação, criada pelos países não-alinhados e que teve apoio da Unesco. A partir de fins dos anos 60 (SAVOIE, 1995, p.34), através de diversas reuniões de cúpula, se buscaram formas para reorganizar os sistemas de comunicação, de modo a estabelecer alternativas de contra-fluxos (BOYD-BARRET, 1992) ao “monopólio” do fluxo informativo entre as agências internacionais até os veículos periféricos, o que limita a estes ter atendidas as suas especificidades locais. Uma das resultantes da NOMIC, foi a geração do relatório MacBride, que, de modo geral, propunha mudanças para redistribuir e equilibrar os fluxos de informação entre países ricos e subdesenvolvidos (MELO, 2005, p.42-56; RUIZ, 2005, p.56-67)².

Se esse foi um contexto de discussão dominante até início do anos 80, após esse momento a abordagem de problemas que tinham como foco as agências, sofre digamos, uma ligeira mudança no centro de gravidade. As observações deixam de ter esses organismos como um núcleo central de problemas e passam a posicioná-las de modo tangenciais ou sobrepostos a outros fenômenos ligados ao fluxo da informação e ao jornalismo.

Nesse sentido, podemos indicar que temos algumas tendências de estudos que relacionam as agências com outras esferas que, de algum modo, se sincronizam através

² Cf. também: <http://pt.wikipedia.org/wiki/NOMIC>.

do fluxo de informações. Especificamente no cenário brasileiro, temos estudos voltados para a presença da informação, gerada pelas agências em veículos assimiladores, geralmente abordando a relação de dependência no fornecimento de conteúdos (FALCIANO, 1999; RIBEIRO, 2001). Existem abordagens sobre o papel das agências no direcionamento de informações para os meios de comunicação (AZEVEDO, 1992; PAIVA e SILVA, 2002; SAAD, 2003), ou para agentes do mercado financeiro (CRUZ, 1999; LIMA, 1999; ARRUDA, 2001; CARVALHO, 2001; NARDELLI, 2003); enfoque sobre os aspectos organizacionais de distribuição de conteúdos (SILVA JR, 2000) e reconfiguração interna de políticas editoriais (ROCHA, 2004). Há ainda estudos que colocam as mesmas como alimentadoras da notícia em tempo real (ARANHA, 2001; BRANDÃO, 2000; BRIGOLINI, 2001; MORETZSOHN, 2002; SOUZA, 2005) e da apropriação de material para uso em jornais (SANTANA, 2005).

No cenário internacional são perceptíveis ainda estudos nucleados em torno da atuação das agências nos efeitos do agendamento (MALEK e KAVOORI, 1999; WU, 2000; GIFFARD e RIVENBURGH, 2000; NOSSEK, 2004; FERNANDEZ, 2004; CAUDILL e MIXON, 2005); no processo de *gatekeeping* (FAHMI, 2005; KRUEGER, e SWATMAN, 2003, ROSENGREN, 2004); na produção da notícia (PALMER, 1998, 2003); e na vinculação com os serviços para os setores financeiro e de mercado (LYONS; 1997, PALMER, 1998b, KUNCZIK, 2000, BARTRAM, 2003; BERGER, CHABOUD, e CHERNENKO, 2005; FLORES, 2005).

O que nos parece claro é que no conjunto de abordagens citados acima há uma nítida preocupação em se perceber os efeitos que emanam do conjunto de operações das agências de notícias, sem, no entanto, observar que dinâmicas estão sendo condicionadas

internamente ao modelo de operação desses organismos. Dizendo de outro modo, o elencamento de pesquisas continua com a tendência manifesta durante mais de 40 anos de perceber as agências através das conseqüências e desdobramentos das suas práticas.

A atenção dada ao estudo dos mecanismos internos de operação desses órgãos permanece como sendo uma lacuna parcial de estudos. Talvez isso ocorra por se constatar a presença das agências como um fenômeno dado, um elemento que é de certo modo constante na sua interação com o jornalismo no cenário moderno. Essa importância pode ser percebida durante toda a sua história através da ação de circular notícias. É um cenário que remonta ao século XIX, quando o interesse dado pela expansão dos mercados, do público leitor, e a potencialidade de uma rede de comunicação, o telégrafo, reúnem condições de emergência das agências na intermediação de notícias e informações.

É, portanto, um fenômeno de comunicação, intimamente vinculado ao jornalismo e atrelado a uma lógica operacional em redes. Isso suscita algumas constatações. A primeira delas é uma lacuna de abordagens que atualize o objeto de pesquisa das agências para o ambiente das redes digitais.

II – Posicionamento das agências de notícias nas redes e sistemas digitais.

Ao abordarmos as possibilidades de configuração possíveis entre as agências de notícias e a sociedade da informação, temos, grosso modo, a presença de um fenômeno mais amplo que atua como um condicionante de profundas alterações nas dinâmicas sociais existentes nas sociedades complexas (CASTELLS, 1999).

Segundo Castells (2001, p.77), a convergência entre informática e telecomunicações, aliada ao alcance global, comodifica as condições essenciais para a nova sociedade em rede. Essa, segundo o autor, é estabelecida pela vinculação e integração de processos de comunicação em rede com atividades de produção e circulação de bens e serviços, tornando-se a base através da qual ocorrem modificações na cultura e nas atividades centradas no fluxo de informação.

Uma das alterações mais perceptíveis nesse contexto seria a passagem de um modelo serial e de fundamento industrial, baseado em rotinas rígidas de produção, para um modelo flexível, de base informacional. Isso estaria atrelado a pulverização do uso de computadores em instâncias de produção, circulação e consumo da informação. Esse estado de coisas, por sua vez, se sincroniza com o cenário, no qual a produtividade está associada ao processamento e fluxo da informação em níveis complexos, como, por exemplo, na organização em forma de rede e na utilização descentralizada dos recursos computacionais.

Ao pensarmos em processos de descentralização que de algum modo envolvam o trânsito, tratamento e direcionamento de informação, recuperamos de modo mais imediato o próprio trajeto histórico das agências de notícias no estabelecimento de redes de comunicação apoiadas em estruturas tecnológicas como o telégrafo. Evidentemente, para quem conhece a história das agências, pode-se perceber um posicionamento duplo em relação ao uso de redes.

O primeiro desses posicionamentos seria como clientes, onde esses órgãos atuam como geradores de volumes de informação suficientemente estáveis, constantes e regulares para a sustentação do modelo de negócios em rede como o telégrafo. O segundo

posicionamento seria como atores constituintes dessas redes primitivas, agindo por vezes na implementação direta de infra-estruturas de comunicação³.

Voltando a situar a utilização de redes em cenários contemporâneos, podem-se estabelecer paralelos entre o contexto histórico e o ambiente permeado pela microinformática e as redes digitais. Isso contribui para observar a geração de práticas mais descentralizadas de produção que, no caso das redes digitais, podem ser flexibilizadas e integradas através da circulação de dados. Assim, o processo de descentralização se apresenta como uma consequência permitida pela interconexão dos recursos digitais (CASTELLS, 1999, p.404).

O que ocorre, segundo Lemos (2002, p.110,112), é um movimento que leva a capacidade de processamento de uma instância fechada (sistemas militares, industriais e científicos) para uma adoção mais autônoma, inserindo os computadores na cultura contemporânea e sua progressiva adoção nas dinâmicas cotidianas. O autor define a cultura tecno-social em bases digitais como surgida na segunda metade dos anos 70, e isso se deu em duas frentes:

Ou prolongando e multiplicando a capacidade dos (meios) tradicionais (como satélites, cabos, fibras ópticas) ou criando novas tecnologias, na maioria das vezes híbridas (computadores, minitel, celulares, pagers, TV digital, PDAs etc). Podemos dizer que o termo multimídia interativa expressa bem o espírito tecnológico da época, caracterizando-se por uma hibridação de diversos

³ A formação paradigmática desse tipo de estruturação, pode ser vinculada ao caso da agência Reuters, no seu uso dos cabos submarinos. A partir de 1851, a primeira linha de cabo submarino ligando a Inglaterra ao continente começa a funcionar em 13 de novembro do mesmo ano, depois de duas tentativas malogradas em 1847 e 1850 (READ, 1992, p.13). A partir de 1857, a Reuters deixava de ser um usuário do telégrafo para ser empresa que operava o telégrafo como negócio. Através de um acordo com a coroa britânica, a agência teria o monopólio de uso dos cabos submarinos (STANDAGE, 1998, p.150-151,154). Na contrapartida, forneceria cópias dos telegramas e boletins regulares ao alto gabinete real, incluindo aí a própria Rainha Vitória (STOREY, 1951, p.277).

dispositivos, infiltrados em chips e memórias eletrônicas. As novas tecnologias são o resultado de convergências tecnológicas que transformaram as antigas através de revisões, invenções ou junções (LEMOS, 2002, p.84).

Há, nessa perspectiva, uma sobreposição de três níveis:

- a) O primeiro, pela popularização dos microcomputadores na teia social, levando ao surgimento de dinâmicas sociais próprias como formas de sociabilidade⁴;
- b) O segundo, pela migração para esse novo ambiente tecnológico e cultural de práticas dos modelos tradicionais e prévios, como, por exemplo, a migração de formas culturais para o ambiente das redes, através de transposições dos modelos preexistentes (FIDLER, 1997);
- c) O terceiro, pelo aparecimento de modos específicos de produção de formas de comunicação, face às condições das redes digitais, que não são mais transposições de modelos prévios e buscam um uso efetivo dos recursos dispostos (MIELNICZUK, 2003).

Para as agências de notícias os desdobramentos da sociedade de redes podem ser percebidos de modo mais imediato pelo fato de as mesmas se apresentarem como possuidoras de um conjunto de dinâmicas que estão sujeitas aos mesmos condicionamentos gerais impostos pela hegemonização do uso de recursos digitais em larga escala.

⁴ Podemos indicar, nesse caso, os *chats*, listas de discussão, comunidades virtuais, consumo (comércio eletrônico) e comunicação interpessoal (*blogs*, e-mail, programas de mensagens instantâneas como o ICQ e o MSN).

Em adição, justamente por possuírem um histórico próprio do uso de redes, há tanto uma contribuição do desenvolvimento das mesmas em modelos de rede, como também os desdobramentos dados através da sociedade da informação. É, portanto, um campo de atrito entre o prolongamento de atividades históricas das agências e busca de maximizações permitidas pelas redes digitais.

Desse quadro podemos trabalhar duas hipóteses principais para compreender o posicionamento das agências em redes digitais, como por exemplo, a internet.

A primeira hipótese estaria situada mais num contexto de desdobramento. Explicando melhor, haveria um prolongamento de um conjunto de características próprias das agências de notícias, que permaneceriam existindo de certo modo invariante independentemente do contexto tecnológico nas quais estivessem imersas. Seria, como podemos afirmar, a parte mesma da operação das agências, a parte da qual elas não podem fugir para manter o seu modelo de agenciamento como algo perceptível, reconhecível e presente na circulação de conteúdos e informações.

Nesse cenário, a perspectiva que adotamos é que, ao menos para as agências, ao invés do momento atual ser apenas uma passagem entre-tempos tecnológicos, a organização em redes digitais reflete um condicionamento permanente de suas dinâmicas. Há uma interação de elementos surgidos no modelo histórico, como a sociedade industrial, a mecanização, e o consumo de massas, com uma coabitação com outros ambientes tecnológicos. A intersecção criada entre o prolongamento do antigo e a assimilação do novo reconfigura constantemente o modo de gestão e circulação dos fluxos das agências.

Isso se desdobra tanto nas circunstâncias internas das agências, como na interação dessas com outros órgãos. Como exemplo, imaginemos que, para se manter uma agência interagindo com formas culturais (WILLIAMS, 1974) como o jornal impresso há, atualmente, a necessidade óbvia de se lançar mão de recursos da ordem digital. Em que pese as diferenças entre as dinâmicas de um jornal e de uma agência, o que se ilustra, nesse cenário, é a existência de sobreposições tecnológicas que se hibridizam (FIDLER, 1997), procurando localizar espaços de conciliação que mantenha a necessidade constante de fluxos de informação. Isso permite, de certo modo, uma sobrevida, ou permanência combinada entre processos tecnológicos de bases diferenciadas. É um processo que nitidamente se afasta da concepção de rotina de produção organizada segundo parâmetros fixos e de pouca variação. O que se teria, ao invés disso, seria a existência de diversos modelos de circulação e operação, organizados tanto pela necessidade de manutenção da operação de agenciamento, como pela necessidade de ajuste a conjuntos tecnológicos diversos, que propõem uma interoperabilidade sistêmica entre os agentes envolvidos na circulação de conteúdos.

A segunda hipótese ocorreria segundo uma lógica de apropriação de características específicas das redes digitais que orientariam mudanças nos modelos de agenciamento de notícias. Em outras palavras, seria um conjunto de dinâmicas proporcionadas em parte pela assimilação de potencializações cabíveis no contexto de operações das agências.

Essas dinâmicas estariam acompanhadas por um nível subsequente de posturas operacionais que levariam, por sua vez, a rupturas. Estabelecer marcos relativos a rupturas envolve perceber as mesmas como a interrupção ou rompimento deliberado de

ações vigentes até um certo momento, ou uma cessão voluntária de determinada atividade devido a novas possibilidades que se instauram. Os indicativos de rupturas são, deste modo, vinculados a aspectos da continuidade e de potencialização. Há, assim, a presença e manutenção de características que sofrem condicionamentos diante de um modelo gerado por uma nova base tecnológica. Nas agências, as rupturas se dão no prolongamento das características originadas historicamente, articuladas, subsequente, com o ambiente das redes digitais. Podemos indicar dois níveis principais de rupturas: pelo abandono voluntário de modelos arcaicos ou tecnologicamente obsoletos e pela criação de práticas e modelos não existentes previamente.

III – Entre a permanência e a mudança. Como as agências criam modelos na era do jornalismo na web.

Em um cenário que propõe a manutenção de um certo núcleo de operações e, ao mesmo tempo, busca aproveitar de modo mais consistente as potencialidades permitidas pelas redes digitais, temos, nas agências de notícias, diferentes modelos de balanceamento que, procuram equilibrar as tensões entre o que dever ser mantido e o que pode ser modificado.

Apesar da popularização da internet, em meados dos anos 90, ter dado visibilidade a uma série de experimentos em jornalismo on-line, não podemos confundir essa etapa como sendo a inauguração da utilização de recursos digitais nas esferas jornalísticas. Recursos dessa ordem vem sendo aplicados desde os anos 70 (LINS e

SILVA, 1988; QUINN, 2002; RANDALL, 1996; SMITH, 1980). O mesmo ocorre com as agências, em alguns casos, de modo pioneiro, como a instauração em 1973 do *Reuters Monitor*⁵.

O que se percebe, analisando esses primeiros usos das redes digitais, ainda nos anos 70, é uma predominância de adaptações de dinâmicas existentes em redes analógicas. Algo que progressivamente foi sendo mudado com a percepção de possibilidades permitidas pela nova base tecnológica. Essas modificações são mais nitidamente notadas nas seguintes esferas: a aceleração da velocidade de circulação de conteúdos, por se possuir uma infra-estrutura mais ágil; o crescimento da oferta e diversificação dos serviços oferecidos; a possibilidade de se ampliar e dar mais autonomia a uma produção descentralizada das sucursais das agências e, por fim, o aumento da capacidade de penetração de conteúdos dada pela possibilidade de encaixe de núcleos de informação diversos em contextos diferentes como jornais, e serviços de informação.

Contudo, apesar de as primeiras redes digitais possibilitarem modelos mais flexíveis de operação, percebe-se no desenvolvimento das agências nesse momento (notadamente as de cunho comercial), certa insistência em núcleos de produção tradicionalmente consolidados. Assim, segundo autores como Mooney e Simpson (2003), ocorria a predominância de uma cultura conservadora e pouca atenta as possibilidades de implementação de modelos diferenciados em face aos movimentos de inovação tecnológica.

⁵ Em breves termos, o *Reuters Monitor* foi o primeiro sistema de caráter jornalístico, e um dos primeiros mundialmente, fora do escopo militar e acadêmico, a constituir uma rede própria para fluxo de informações em tempo real. Para maior detalhamento cf. Boyd-Barrett, 1980, p.147; Read, 1992, p.406 ; Mooney e Simpson, 2003, p.84.

Quando esse quadro de cultura interna das agências alcança a internet o que se observa é, novamente, uma manobra de adaptação ao novo cenário tecnológico. Novamente, esse não é um movimento exclusivo das agências. A literatura especializada em jornalismo on-line é farta na ilustração desse momento inicial de entrada dos jornais na internet, gerando inclusive uma série de classificações e de conceituações de características presentes no jornalismo na web⁶. Porém, se há toda uma caracterização clara que indica a delimitação progressiva das etapas para o jornalismo na web, e a manifestação de características específicas ou adquiridas com a base tecnológica em redes, o mesmo não ocorre para as agências de notícias. Para estas, não há uma delimitação semelhante que aponte a adaptação e migração de um conjunto de características operacionais e de fluxo.

Todavia, a internet representou, no momento inicial da sua expansão para uso público, uma série de desdobramentos para as agências. Se para o jornalismo on-line em geral podemos depois de mais de 10 anos traçarmos alguns pontos consolidados ao longo do percurso estabelecido, para as agências esse caminho se deu com alguns percalços.

A primeira perspectiva de compreensão do que a internet poderia proporcionar para as agências de notícias é a adição de uma rede suplementar àquelas que tradicionalmente eram operacionalizadas. Obviamente, ao se adicionar o uso de redes digitais, desde os anos 70 e depois, a complexidade da Internet, há o crescimento significativo da expansão e alcance das suas atividades (PALACIOS, 2002). Isso é particularmente sensível em dois aspectos. Primeiro, no caso das agências comerciais, a Internet se soma às alternativas prévias para entrega de conteúdo ou obtenção de

⁶ Cf. Silva Jr, 2000; Bardoel e Deuze, 2000; Bastos, 1999; Milenickzuk, 2003; Palácios, 2002; Pavlik, 2001.

informações. No caso das agências sem ênfase em operações comerciais, como as estatais, essa possibilidade representou um canal extremamente viável para ampliação do alcance e penetração das informações, posto que se apresentava como alternativa eficaz de redução de custos.

No entanto, além de ser apenas uma rede a distribuição, a internet a Internet se apresenta como um ambiente tecnológico múltiplo, em que se evidencia principalmente em outras três possíveis aplicações de caráter mais generalista (KUCINSKI, 2004, p.73): uma mídia ou como mais um formato, como o rádio, a televisão e o impresso; uma ferramenta de trabalho; uma função de memória (PALACIOS, 2002). Em função de cada uma dessas aplicações, as agências manifestaram, alguns posicionamentos.

O que se tinha no momento de entrada inicial das agências na internet, era uma insistência da operação em cadeias de fluxo em um prolongamento de práticas historicamente estabelecidas. A exemplo do primeiro momento dos jornais na web, percebe-se que nesse estágio as preocupações eram mais voltadas para a projeção de modelos prévios e a ocupação do espaço virtual da internet sem estabelecer uma potencialização efetiva das características desse ambiente.

Essa persistência, ao passo em que procurava garantir um horizonte de mercado, reduzia os espaços de risco naquilo que poderia se constituir em novas estratégias para novos públicos. O que justifica tal posicionamento pode ser tomado como indicativo que a diversificação de produtos para a web não é interessante pois desloca o foco da operação em torno de negócios e privilegiamento de clientes que pagam suas assinaturas

em troca de conteúdo. Esse modelo, termina por engessar as agências no alcance mais direto com o público leitor (SILVA JR, 2005).

Todavia, permanece um descompasso. Ao atuar em áreas geográficas extensas e, ao menos hipoteticamente, possuir o conhecimento de como conduzir a circulação de informação em escalas descentralizadas, as agências teriam, em tese, condições extremamente favoráveis para concentrar boa parte das fluxos de interesse por notícias. Porém, a preferência foi adotar uma postura de fornecedor a “atacado” dos conteúdos, deixando a distribuição para o leitor final para os sites e portais especializados em uma distribuição no “varejo”, por assim dizer.

A resultante mais sensível desse eixo se estabelece entre a intermitência das agências e a atualização contínua dos sites e portais jornalísticos, sobretudo, para os setores denominados de “últimas notícias”. Isso, conforme se aponta (PAVLIK, 2001, p.126), ocorre pela ampliação da capacidade de sincronia de uma massa de informações produzida já no contexto de fluxo contínuo. Não é à toa que no cenário que no primeiro momento aderiu às agências da Internet, envolvia alianças com grandes portais, como *Yahoo!*, AOL, *Starmedia*, *Lycos* (MOONEY e SIMPSON, 2003, p.175) e, no Brasil o UOL, Terra e IG (VIEIRA, 2003, p.83).

Essa vinculação foi proveitosa para ambos, pois, para os portais, garantia material *prêt-à-porter* sem ter o custo de investimento em estruturas próprias de apuração e produção. Para as agências, garantia-se a penetração no ambiente da informação jornalística on-line em escalas muito mais amplas, sem ter que demandar estruturas complexas de entrada nesse mercado. Além, claro, da visibilidade proporcionada, por tratar-se, geralmente, de portais que concentravam grandes quantidades de usuários.

O cenário começa a mudar na virada do século XXI, onde a estratégia de fornecimento para órgãos suplementares, como jornais e portais, principia-se a mostrar-se insuficiente diante da potencialidade das agências e a extrema capilarização da internet. O que ocorreu, de modo geral, foi a percepção de uma perda de presença devido ao surgimento de concorrência em níveis globais, no papel de circulação de conteúdo, que não se organizavam mais em modelos de agenciamento. Isso pode ser percebido pelo uso de estratégias diferenciadas com presença, também na internet, como, por exemplo, as redes de notícias de alcance mundial, como a CNN; de agências nacionais fortes, como a EFE; de organizações internacionais baseadas na Internet como os Centros de Mídia Independente, e por vezes, de iniciativas como os blogs. Comparado a um quadro de 30 anos atrás, esses fenômenos tendem a atenuar mais o papel hegemônico que as agências tinham sobre a gestão dos fluxos internacionais de notícias e informações.

O que se percebe, no cenário atual das agências, é uma assimilação mais aguda das características que redes abertas, diversificadas e múltiplas, como a internet podem oferecer. Já observamos casos, por exemplo, de preparação de conteúdos em estratégia de apresentação em multimídia, da criação de sistemas que atendam a interesses específicos de usuários comuns, do oferecimento de conteúdo em estratégias compartilhadas através de licenças como a do *creative commons* e de serviços abertos a setores específicos da sociedade, como o exemplo do Reuters Alert Net⁷.

Dentro do contexto de relações das agências com a internet, a integração de operações gera, de modo mais evidente, duas dinâmicas de possíveis rupturas. Primeiro, a entrada em um novo campo de atuação, pela extrema capilaridade oferecida pela internet

⁷ CF. <http://www.alertnet.org/>. Esse serviço é estabelecido entre a agência e as organizações não-governamentais, sendo distribuído gratuitamente via Internet, desde que as ONGs também alimentem o sistema.

combinada com as redes das agências, ampliando, nos canais de fluxo, a distribuição e penetração do conteúdo no ambiente dos jornais na web. Segundo, pelo surgimento de novos canais de alimentação para as agências. Com a Internet, emerge uma série de horizontes informativos que antes seria impossível.

Pode-se deduzir, contudo, que esse balanceamento envolve um movimento cuidadoso e delicado por parte das agências sob pena de ocorrer uma canibalização dos mercados locais de assimilação de notícias. Se a atuação direta com os usuários finais de notícia pode representar um campo a ser explorado, pode transformar-se também em um tiro no pé no terreno de atuação clássico das agências, pois esvaziaria a razão de ser do agenciamento em intermediar a circulação de conteúdos.

Esse cenário, de qualquer maneira, ainda não apresentou. Se acontecerá ou não, pertence ao campo das hipóteses que, embora possíveis, são momentaneamente imponderáveis. O fato de não ter acontecido, de qualquer forma, revela um aspecto a ser tomado em conta. Podemos atribuir neste caso, por enquanto, uma leitura positiva, pela preservação de nichos de mercado, vinculados aos jornais locais. Permanece, desse modo, uma complementação de papéis exercidos por esses órgãos e as agências. Estas mantêm a sua circunstância de operação em âmbitos complementares, atuando como agenciadora e fonte indireta daquilo que não está ao alcance de espaço e de tempo impostos a quem assimila suas informações.

IV – Perspectivas e conclusões.

Podemos indicar que diante do ambiente das redes digitais, ocorrem basicamente duas tendências de adaptação das agências. A primeira tende a prolongar padrões remanescentes de operação, projetando um modelo de modo a adaptá-lo às circunstâncias e possibilidades presentes em redes mais abertas e capilarizadas como a Internet. A segunda tende de uma maneira mais radical reorganizar suas dinâmicas internas utilizando a Internet como uma espécie de vetor organizacional, que altera configurações pré-existentes de modo mais sensível.

Ambas tendências têm seus motivadores e possíveis méritos. O que fica claro é a possibilidade de adaptação dos modelos de organização. Nesse processo, contudo, perdas e equívocos podem ser notados devido a tensão existente entre alcançar espaços mais amplos e a limitação existente no potencial de flexibilizar soluções. Essas limitações são de ordem tecnológica, mas também são de ordem social e cultural refletidas na delimitação e atuação de cada agência.

São perspectivas que surgem, a princípio, como contradições. São choques que, para o quadro da pesquisa, refletem as próprias necessidades conflitantes, as indefinições, as oscilações presentes no próprio deslocamento veloz desse estado de coisas dado na sociedade da informação. Nesse sentido, procuramos sintetizar a seguir algumas tendências presentes para as agências de notícias para a situação que ora se desdobra:

- a) Uma maior flexibilização das alternativas de circulação de serviços e conteúdos, de acordo com a variedade de soluções, plataformas e produtos

disponíveis e ajustados à capacidade de assimilação e acesso do universo de clientes ou usuários receptores;

- b) Menor dependência ou influência, no caso das agências estatais, do papel do governo em determinar núcleos de trabalho, de geração de conteúdos e de distribuição dos serviços das agências, tendência a se tornar mais agências de interesse público, com um raio maior de penetração e aceitação dos seus serviços;
- c) Nas agências comerciais, estabelecimento de graus mais elevados de especificidade, de direcionamento e delimitação dos serviços, consoante a capacidade de combinação e associação de informações através de bancos de dados;
- d) Surgimento de um terceiro núcleo de produção nas agências comerciais. Além dos serviços para os setores de mídia e não mídia há a tendência de criação de modalidades de acesso direcionadas ao público aberto, como as páginas na web das agências. Mesmo que, pesem as limitações existentes nessas alternativas se comparadas aos serviços preferenciais, pagos e direcionados a nichos específicos;
- e) Criação progressiva de mais serviços, em face de uma maior capacidade processamento de dados e também pela circulação de informação em infra-estruturas mais ágeis, como as redes em banda-larga;
- f) Uso crescente da Internet como rede de distribuição e em paralelo, como rede de trabalho e rede de obtenção de material para apuração e criação de novos serviços;

- g) Menor dependência de redes de infra-estrutura própria, com o crescimento da capacidade técnica e confiabilidade operacional da Internet;
- h) Manutenção das vinculações entre agências e órgãos de imprensa no provimento de notícias, predominância do material das agências nos sites e portais on-line, sobretudo nas sessões de últimas notícias e notícias internacionais.
- i) Criação de formatação de conteúdos e serviços que contemplem as possibilidades da multimídia.

Essas tendências na verdade refletem um quadro que exigirá uma atenção redobrada dessas organizações para perceber configurações que mantenham a função de agenciamento harmonizada com necessidades crescentemente distintas de troca de informações em modelos que são cada vez mais flexíveis e mutáveis. Esse é o pano de fundo que, de certo modo, torna difícil o reconhecimento e tomada de decisão para continuidade do percurso.

V – Referências Bibliográficas e on-line.

ARANHA, Patrícia Regina de Paiva. **A televigilância do acontecimento:** análise da notícia em tempo real. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2001.

ARRUDA, Milene Bomfim de. **O papel dos ratings no mercado internacional de crédito.** Dissertação (Mestrado em Economia) – Faculdade de Economia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2001.

AZEVEDO, Francisco Fatima de. **O exterior e o jornal:** um estudo sobre o ritual da notícia internacional. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1992.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network journalism:** converging competences of old and new media professionals. 2000. Disponível em: <<http://home.pscw.nl/deuze/pub/9.htm>> Acesso em: 23 out. 2003.

BARTRAM, John. News Agency Wars: The battle between Reuters and Bloomberg. In: **Jounalism Studies**, v.4, n.3. Londres: Routledge, 2003. Disponível em: <[http://taylorandfrancis.metapress.com/\(nfwgqsbek3bx02bpyjpiuqba\)/app/home/contribution.asp?referrer=parentebackto=searcharticlesresults,3,3](http://taylorandfrancis.metapress.com/(nfwgqsbek3bx02bpyjpiuqba)/app/home/contribution.asp?referrer=parentebackto=searcharticlesresults,3,3)> Acesso em: 04 out. 2005. Disponível através do acesso ao Portal Periódicos Capes.

BASTOS, Helder. **Jornalismo eletrônico:** internet e a reconfiguração de práticas nas redações. Coimbra: Minerva, 2001.

BERGER, David W.; CHABOUD, Alain P.; CHERNENKO, Sergey V. Order flow and exchange rate dynamics in electronic brokerage system sata. **Board of Governors of the Federal Reserve System:** International Finance Discussion Papers, n.830, abr. 2005. Disponível em: <<http://ideas.repec.org/p/fip/fedgif/830.html>> Acesso em: 05 out. 2005.

BOYD-BARRETT, Oliver. **The international news agencies.** Beverly Hills: Sage Publications, 1980.

_____. **Contra flows in global news.** UNESCO, 1992.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Da ciência ao mercado, a informação em tempo real.** Tese (Doutorado em Ciências da Informação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2000.

BRIGOLINI, Kátia Milagres. **A influência do tempo real no poder da notícia.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2002.

CARVALHO, Natália Guiné de Mello. **Agências de notícias na internet como serviços de informação para negócios.** Dissertação (Mestrado em Ciências da Informação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação:** economia, sociedade e cultura. Vol 1: a sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **La Galaxia Internet:** reflexiones sobre internet, empresa y sociedad. Madrid: Arete, 2001.

CRUZ, Renato Bueno da. **Economia do excesso:** vendendo informações na rede mundial. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999. Disponível em:

<<http://njmt.incubadora.fapesp.br/portal/publi/renatoc/EconomiadoExcesso.pdf>> Acesso em: 21 nov. 2005.

CAUDILL, Steven B.; MIXON, Franklin G. **Do network news agencies play their dominant strategies?** Empirical evidence from lead news stories. Disponível em: <[http://journalsonline.tandf.co.uk/\(3rwojt45d2esujq3wsgcgb45\)/app/home/contribution.asp?referrer=parentebackto=searcharticlesresults,3,1000](http://journalsonline.tandf.co.uk/(3rwojt45d2esujq3wsgcgb45)/app/home/contribution.asp?referrer=parentebackto=searcharticlesresults,3,1000)> Acesso em: 16 out. 2005. Disponível através do acesso ao Portal Periódicos Capes.

GIFFARD, Anthony; RIVENBURGH, Nancy. **News agencies, national images, and global media events.** Disponível em: <<http://proquest.umi.com/pqdlink?TS=1128519560eclientId=26596eRQT=305eSSM=OFFequerySyntax=PQsearchInterface>> Acesso em: 04 out. 2005. Disponível através do acesso ao Portal Periódicos Capes.

FAHMY, Shahira. **Emerging alternatives or traditional news gates:** which news Sources were used to picture the 9/11 attack and the afghan war? Disponível em: <<http://gaz.sagepub.com/cgi/content/abstract/67/5/381>> Acesso em: 28 set. 2005. Disponível através do acesso ao Portal Periódicos Capes.

FALCIANO, Flávio. **Fluxo internacional da notícia na rádio cbn de São Paulo.** Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 1999.

FERNANDEZ, Virginia Luzón. Nuevas voces, nuevos ámbitos: acceso y consolidación de las fuentes de información en Internet. **Ámbitos**, Barcelona, n.11-12, 2004. Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/11-12/archivos11_12/luzon.pdf> Acesso em: 01 out. 2005.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis:** comprender los nuevos medios. Buenos Aires: Ediciones Granica, 1998.

FLORES, Juan. **Information structure and financial crises:** why didn't Lombardi street sound the alarm. Disponível em: <http://www.ata.boun.edu.tr/ehes/Istanbul%20Conference%20Papers-%20May%202005/Article_EHES.pdf> Acesso em: 01 out. 2005.

KRUEGER, Cornelia; SWATMAN, Paula. **Who are the internet content providers?:** identifying a realistic taxonomy of content providers in the online news sector. 2004. Disponível em: <<http://www.cimne.upc.es/simweb/formacion/IFIPI3E.pdf>> Acesso em: 05 out. 2005. Disponível através do acesso ao Portal Periódicos Capes.

_____. **Globalization:** news media, images of nations and the flow of international capital with special reference to the role of rating agencies. Disponível em:

<http://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-R&lr=&q=cache:mrDkSkmrddkJ:www.rrz.uni-hamburg.de/duci/AP4-online_version.pdf+news+agencies+%22kunczik%22> Acesso em: 29 set. 2005.

MALEK, Abbas; KAVOORI, Anandam P. **The global dynamics of news: studies in international news coverage and news agenda.** [S.l.]: Greenwood pub, 1999.

MELO, José Marques de. A participação latino-americana na concepção das teses sobre a democratização da comunicação: re-visitando MacBride e a NOMIC. **Revista de economía política de las tecnologías de la información y comunicación**, v.8, n.6, set.-dez. 2005. p. 42-56. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br>> Acesso em: 14 jan. 2006.

MIELNICKZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual.** Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

MOONEY, Brian; SIMPSON, Barry. **Breaking news: how the wheels came of at Reuters.** Oxford: Capstone, 2003.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em "tempo real": o fetiche da velocidade.** Rio de Janeiro: Revan, 2002.

NARDELLI, Stela Lachtermacher. **Portais verticais: a informação segmentada no complexo mundo da Internet.** Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

NOSSEK, Hillel. **Our news and their news: the role of national identity in the coverage of foreign news.** Disponível em: <<http://jou.sagepub.com/cgi/content/abstract/5/3/343>> Acesso em: 27 set. 2005. Disponível através do acesso ao Portal Periódicos Capes.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2002.

LIMA, Samuel Pantoja. **Informação e mercado de capitais na era da economia virtual.** Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1999.

LINS E SILVA, Carlos Eduardo. **Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal.** São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.

LYONS, Richard K. **Profits and position control: a week of FX dealing.** Haas School of Business, U.C. Berkeley. Disponível em: <<http://ideas.repec.org/p/ucb/calbrf/rpf-273.html>> Acesso em: 05 out. 2005.

PAIVA E SILVA, Jaqueline. **A broadcast, o mercado financeiro e a cobertura da economia da grande imprensa.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2002.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória:** apontamentos para debate. 2002. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/covilha_palacios.doc> Acesso em: 19 ago. 2003.

PALMER, Michael. Global financial news. In: **The globalization of news.** Londres: Sage publications, 1998.

_____. Parisian newsrooms in the late nineteenth century: how to enter from the agency back office, or inventing news journalism in France. In: **Journalism Studies.** Londres: Routledge, 2003. v.4, n.4. Disponível em: <[http://journalsonline.tandf.co.uk/\(3rwojt45d2esujq3wsgcgb45\)/app/home/contribution.asp?referrer=parentebackto=searcharticlesresults,5,1000](http://journalsonline.tandf.co.uk/(3rwojt45d2esujq3wsgcgb45)/app/home/contribution.asp?referrer=parentebackto=searcharticlesresults,5,1000)> Acesso em: 02 out. 2005. Disponível através do acesso ao Portal Periódicos Capes.

PAVLIK, John. **Journalism and new media.** Nova Iorque: Columbia University Press, 2001.

QUINN, Stephen. **Knowledge management in the digital newsroom.** Oxford: Focal press, 2002.

SANTANA, Adriana Maria Andrade. **Ctrl+c ctrl+v:** o release nos jornais pernambucanos. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

SILVA JR, José Afonso. **Jornalismo 1.2:** características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.

_____. **As agências de notícias e Internet, possibilidades e contradições.** In. Anais da 4º. Congresso anual da SBPJOR. Florianópolis/ SC. 2005. 1 CD ROM.

SAVOIE, José Angel Castro. **Impacto del nuevo orden mundial de la información y de la comunicación em los objetivos informativos de las grandes redes periodísticas.** Tese (Doutorado em Jornalismo) – Universidade Complutense de Madrid, Madri, 1995.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Seja o primeiro a saber:** a CNN e a globalização da informação. São Paulo: Summus Editorial, 2005.

STANDAGE, Tom. **Victorian internet:** the remarkable story of telegraph and the nineteenth century on-line pioneers. Nova Iorque: Walker Publishing, 1988.

RANDALL, David. **The Universal journalist**. Londres: Pluto Press, 1996.

READ, Donald. **The power of news: the history of Reuters**. Oxford: Oxford University Press, 1992.

RIBEIRO, Wagner Salles. **All News e a identidade da CBN: um estudo de caso**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2001.

ROSENGREN, Karl Erik. **Different sides of the same coin: access and gatekeeping**. Nordicom, 2004. Disponível em: <http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/29_rosengren.pdf> Acesso em: 22 out. 2005.

RUIZ, Enrique E. Sánchez. Actualidad del Informe MacBride, a 25 años de su publicación. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v.8, n.6, set.-dez. 2005. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br>> Acesso em: 14 jan. 2006.

ROCHA, Débora Xavier. **Mudança de orientação editorial na Agência Brasil: a objetividade jornalística como proposta de comunicação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2004.

SAAD, BETH. **Estratégias para a mídia digital**. São Paulo: Senac, 2003.

STOREY, Graham. **Reuters: the story of a century news gathering**. Nova Iorque: Crown Publishers, 1951.

SMITH, Anthony. **Goodbye Gutenberg: the newspaper revolution of the 80s**. Nova Iorque: Oxford University Press, 1980.

VIEIRA, Eduardo. **Os bastidores da internet no Brasil**. Barueri: Manole, 2003.

WILLIAMS, Raymond. **Television: technology and cultural form**. Nova Iorque: Schocken Books, 1974.

WU, Denis. Systemic determinants of international news coverage: a comparison of 38 countries. **Journal of Communication**. Oxford, v.50, n.2, p.110-130, 2000. Disponível em: <<http://joc.oxfordjournals.org/cgi/content/abstract/50/2/110>> Acesso em: 29 set. 2005. Disponível através do acesso ao Portal Periódicos Capes.

Ambientes para interação no ciberjornalismo em redes digitais

Luciana Mielniczuck ¹
Iuri Lammel Marques ²
Fabiane V. Grossmann ³
Paulo G. Roehrs Filho ⁴

Resumo: Partindo da idéia de ferramentas e de sistemas de publicação para produção de conteúdos a serem disponibilizados na web, o artigo apresenta diversos aspectos que pontuam as discussões sobre o assunto. Propõe-se que tais recursos sejam pensados a partir da concepção de ambientes para interação no ciberjornalismo em redes digitais.

Palavras-Chave: ciberjornalismo – jornalismo digital – sistemas de publicação – plataformas de publicação – ambientes virtuais

Introdução:

O texto sistematiza informações sobre sistemas publicadores para webjornais e propõe que esses sejam pensados como ‘ambientes para interação no ciberjornalismo em redes digitais’.

Dividido em quatro partes, primeiro abordamos definições de sistemas publicadores. Na segunda parte apresentamos a discussão de diversos autores – Schwingel, Barbosa, Machado e Fidalgo – sobre os sistemas publicadores no jornalismo. Em terceiro, discorremos sobre os aspectos já desenvolvidos para esses sistemas e, por último, introduzimos a idéia de ambientes de interação.

1. O que é uma ferramenta para publicação?

¹ Professora do curso de jornalismo da UFSM. Doutora em Comunicação e Culturas contemporâneas pela UFBA. Coordenadora do Grupo Jornalismo Digital.

² Jornalista, formado pela UFSM.

³ Designer, formada pela UFSM. Professora do curso de Publicidade e Propaganda da UNIJUÍ e Mestranda em Comunicação Midiática na UFSM. Integrante do Grupo Jornalismo Digital.

⁴ Acadêmico do curso de Ciência da Computação da UFSM. Grupo Jornalismo Digital.

Uma ferramenta de publicação pode ser estruturada em formulário escrito apenas em HTML, porém as possibilidades de tratamento dos dados obtidos ficam muito limitadas. Agregando linguagens de programação e bancos de dados, é possível tratar de maneira diversificada os dados inseridos nos formulários. Os sistemas publicadores (ou sistemas de publicação)⁵, agrega um conjunto de soluções (ou ferramentas) que facilitam o serviço daqueles que necessitam disponibilizar informações na web, mas não possuem o conhecimento necessário para programar um sítio, como é o caso de grande parte dos jornalistas que atuam no webjornalismo. Dessa forma, o usuário torna-se um agente criador do sítio, sem precisar conhecer códigos HTML ou linguagens de programação.

Na imagem a seguir mostramos um formulário, que exerce a função de interface do publicador para a inserção de dados no sítio. Trata-se de um exemplo simples, já que esses formulários podem apresentar muitos outros campos para preenchimento, a depender de como e para qual finalidade são desenvolvidos. Os conteúdos inseridos não se limitam aos textos, podem também ser arquivos de sons ou de imagens.

⁵ Uma ferramenta de publicação é uma solução, por exemplo, um formulário. Já um sistema de publicação ou sistema publicador é um conjunto de soluções. Um sistema possui várias ferramentas. Grupo Jornalismo Digital

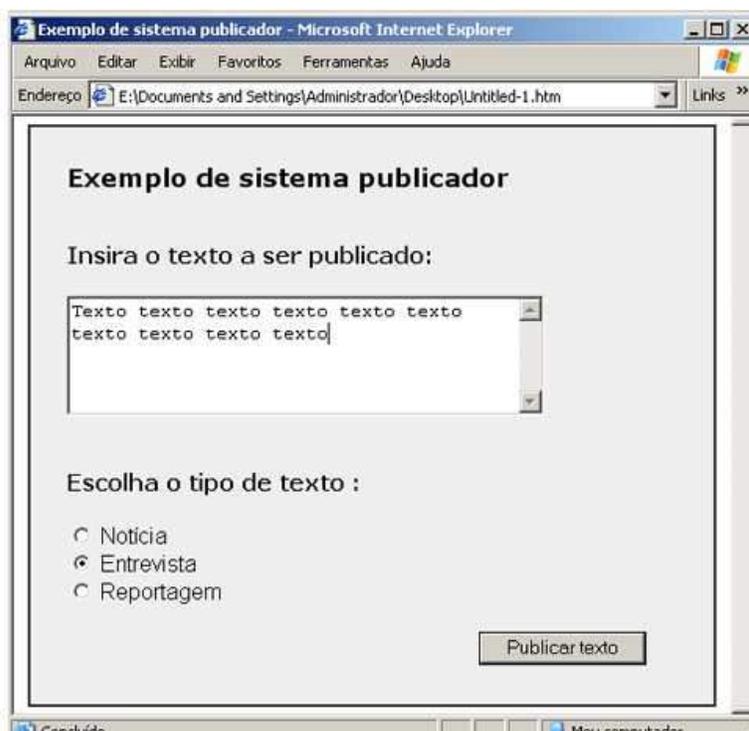


Figura 1 - Exemplo de formulário empregado em um sistema publicador.

Um exemplo extremamente difundido é o blog, que é alimentado a partir de um publicador. Segundo Komesu (2005),

Os blogs surgiram em agosto de 1999 com a utilização do software Blogger, da empresa norte-americana Evan Williams. O software fora concebido como uma alternativa popular para publicação de textos online, uma vez que a ferramenta dispensava o conhecimento especializado em computação. A facilidade para a edição, atualização e manutenção dos textos em rede foram – e são – os principais atributos para o sucesso e a difusão dessa chamada ferramenta de auto-expressão (KOMESU, 2005, p. 111).

Os sítios que necessitam de sistemas de publicação devem ser dinâmicos, pois somente assim podem acessar bancos de dados. Logo, os sistemas de publicação não inserem informações no sítio, e sim no banco de dados. O sítio dinâmico, por sua vez, acessa e disponibiliza as informações armazenadas no banco de dados. Por esse motivo os sistemas publicadores não são aplicáveis a qualquer sítio dinâmico, pois o sítio deve

‘entender’ a forma como as informações estão organizadas em um banco de dados, e esta organização é definida pelo sistema publicador. Essa é a justificativa para as empresas jornalísticas desenvolverem seus próprios sistemas publicadores: eles são feitos sob medida para o sítio da empresa.

Podemos observar esse aspecto na Figura 2. Na parte superior, é representada a inserção dos dados pelo usuário no sistema publicador: o cliente envia as informações para o servidor, onde está localizado o banco de dados e esse, por sua vez, armazena as informações no banco de dados. Na parte inferior da ilustração, é representado o acesso do leitor ao sítio dinâmico: o servidor envia as informações do banco de dados para o computador cliente; que apresenta as informações para o leitor em um navegador.

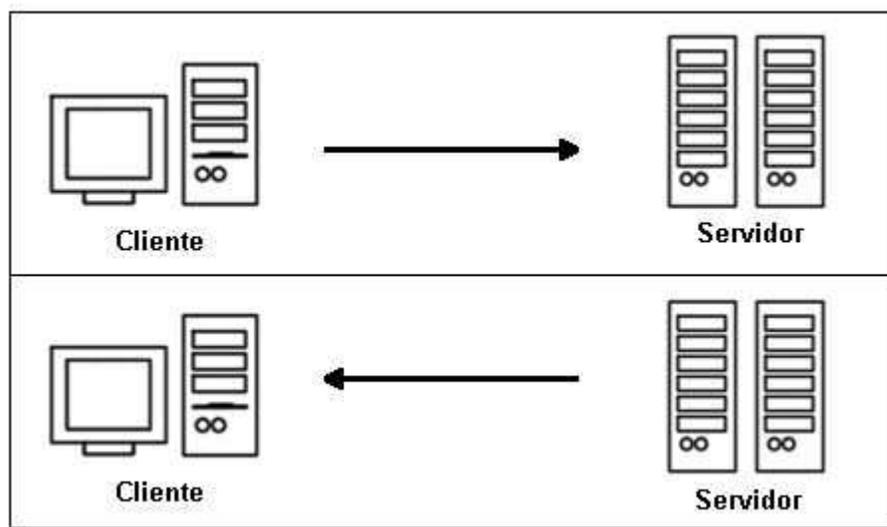


Figura 2 – Relação entre cliente e servidor para a disponibilização na web de dados alimentados na ferramenta de publicação.

Na ilustração anterior temos um esquema simplificado onde: a parte superior demonstra o envio de dados pelo sistema publicador ao servidor e a parte inferior demonstra o envio de dados pelo servidor para ser disponibilizado em um sítio no cliente.

2 Sistemas publicadores no jornalismo

As ferramentas de publicação dos *blogs* permitem inserir vários textos e imagens em uma mesma página, além de *links* para outros sítios ou *blogs*; porém elas ferramentas não exploram outros recursos possíveis de serem inseridos em um sítio. Para Schwingel (2004a), um sistema publicador é uma ferramenta muito mais complexa do que as ferramentas de publicação utilizadas em *blogs*, “pois visam incorporar efetivamente as características do Jornalismo Digital tanto na concepção do sítio (na arquitetura da informação do produto) quanto na estrutura da notícia (na arquitetura da informação de cada matéria)” (SCHWINGEL, 2004, p. 5).

Para a autora, há tipos de ferramentas para publicação, como o CMS (*Content Management System* – sistema de administração de conteúdos), que é utilizado para selecionar, aprovar, editar e publicar conteúdos. Outro tipo de ferramenta é o *Portal System* – sistema de gerenciamento de portais –, utilizado para facilitar a manipulação dos módulos do sítio. Os dois tipos são utilizados no webjornalismo; porém, um sistema publicador para o webjornalismo deve ser capaz de realizar outras tarefas além de possibilitar a seleção manual, edição, aprovação e publicação da matéria. Em outro texto, a autora diz que:

Anteriormente pensávamos que um sistema de publicação fosse um *Content Management System* (CMS), sistemas de administração de conteúdos, ou um *Portals System*, sistemas de gerenciamento de portais, considerando-os como tecnologias que facilitavam a publicação do conteúdo em páginas Web ou em outras plataformas de acesso, com rotinas de seleção, aprovação e edição. No entanto, com o avanço da pesquisa, compreendemos que sistemas de publicação são ambientes tecnológicos que possuem as potencialidades dos sistemas de administração de conteúdos e de gerenciamento de portais adaptados às rotinas produtivas do Jornalismo Digital (SCHWINGEL, 2004c, p. 9-10).

Além dos aspectos apontados por Schwingel, Fidalgo afirma que “é a estrutura de base de dados que determina a forma como as diferentes notícias aparecem conjugadas na apresentação on-line” (FIDALGO, 2003, p. 7). Com a estrutura do banco de dados, o conteúdo é segmentado em vários campos, divididos em tabelas; a relação destas tabelas permite que o conteúdo seja apresentado de variadas formas e conforme as

diferenças relações solicitadas pelos interagentes, de acordo com as regras pré-estabelecidas pelo programador.

Se o banco de dados determina a forma como o conteúdo é apresentado, é o sistema publicador que determina como o conteúdo é inserido no banco de dados. O sistema publicador oferece um formulário com campos de texto, onde o usuário insere o conteúdo que será armazenado no banco de dados; porém um sistema publicador mais complexo pode oferecer outras ferramentas ao usuário para facilitar ou até incrementar as capacidades de produção do conteúdo jornalístico. Um sistema publicador pode oferecer, por exemplo, ferramentas que localizam notícias antigas referentes ao assunto tratado na notícia em produção, ou ainda permitir ao jornalista inserir opções de caminhos de leituras em uma notícia hipertextual. Por isso, concluímos que um sistema publicador pode influenciar ou até determinar a forma como um conteúdo é apresentado em um sítio. Para Schwingel:

Nesse sentido, a ruptura apresentada pelo jornalismo ao deixar de utilizar as ferramentas computacionais apenas de forma instrumental e a buscar gerar significados, parece-nos ser o diferencial do Jornalismo Digital para todas as demais práticas profissionais jornalísticas que anteriormente utilizavam recursos tecnológicos (SCHWINGEL, 2004a, p. 4).

O sistema publicador e o banco de dados estão intrinsecamente relacionados, pois um complementa o outro na tarefa de armazenar conteúdos jornalísticos. Para Barbosa (2005) essa tecnologia é de extrema importância, pois:

aliada ao desenvolvimento de sistemas de publicação compatíveis, determinam um modo diferenciado para a estruturação e a organização das informações de modo a contemplar elementos intrínsecos à prática jornalística no ciberespaço.

Como resultado, certamente, ter-se-á produtos com temáticas mais diversificadas, em função das inúmeras possibilidades de cruzamento ou relacionamento das informações; narrativas mais criativas [...]; usos editoriais distintos do material de arquivo dada à flexibilidade combinatória, assim como recuperação mais eficaz das informações, o que contribui para a documentação e atualização da memória social, uma das funções que cabe ao jornalismo (BARBOSA, 2005, p. 9-10).

Machado (2003) discorre sobre a importância do desenvolvimento de novos aplicativos direcionados à publicação de produtos jornalísticos adaptados a atual fase do webjornalismo:

Numa época caracterizada pelos sistemas de objetos inteligentes beira a ironia adestrar os profissionais no uso de tecnologias como os programas de edição incorporados pelas redações das publicações jornalísticas nas redes, que oferecem como máximo ao usuário o recurso de copiar e colar, destruindo o prazer do trabalho jornalístico pela repetição contínua de um conjunto de operações mecânicas (MACHADO, 2003, p. 45).

Ainda sobre a produção de aplicativos para o webjornalismo, Machado afirma que “temos, portanto, o desafio de elaborar métodos para apuração, modelos de narrativa, técnicas de edição, sistemas de circulação e gêneros jornalísticos adequados ao entorno do ciberespaço” (MACHADO, 2003, p. 45-46).

Diante da importância e das atribuições apontadas pelos autores citados e de acordo com Schwingel (2005), um sistema publicador deve suportar as seguintes funções:

- a) gerenciamento de uma redação;
- b) apresentar ferramentas para apuração jornalística;
- c) gerar produto final para os leitores.

Conforme observamos, através da bibliografia ou de conversas com profissionais, a tendência é que os webjornais possuam seus próprios sistemas, sejam eles desenvolvidos pelo setor de informática da empresa ou através de serviços contratados a empresas especializadas.

No meio acadêmico, citamos o exemplo do projeto Panopticon, desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line da UFBA. O desenvolvimento desse projeto conta com parceria de universidades do exterior e apoio financeiro do CNPq e da FAPESB.

3. Um sistema em três pilares

Se considerarmos os três pilares em que deve estar embasado um sistema publicador (1 – gerenciamento de uma redação; 2 – apresentar ferramentas para apuração jornalística; 3 – gerar produto final para os leitores), notamos que os mais desenvolvidos são o primeiro e o último. Sobre as rotinas produtivas, discorreremos no tópico seguinte.

As rotinas de gerenciamento de uma redação possuem suas especificidades, mas essas são adaptadas de rotinas de gerenciamento em outros negócios. Acreditamos que, por isso, não parece ter sido muito complicado desenvolver esse tripé dos sistemas.

Como um outro pilar, temos o produto final como ele chega ao leitor. Talvez em função da questão econômica (necessidade de ser acessado) e também por causa da interação entre publicação e usuários, esse pilar esteja relativamente bem resolvido, como veremos a partir da utilização da memória, do desenvolvimento do formato da narrativa e dos mapas de navegação.

3.1 Memória

Palacios (2002b) enfatiza a contribuição do banco de dados para a memória do webjornalismo, por meio de arquivamento de notícias e outros produtos jornalísticos. Para o autor, a memória é identificada como uma ruptura em relação ao jornalismo de veículos tradicionais.

O arquivamento de notícias contribui na produção de notícias hipertextuais, onde uma notícia atualizada pode levar a notícias anteriores, e assim por diante. Segundo Fidalgo.

Estando as notícias anteriores acessíveis on-line a aparência primeira de um jornal deixa de ser a de uma edição fixa para se tornar na ponta de um iceberg em que o que jaz submerso pode ser sempre trazido à superfície. Claro que na actualidade é sempre o primeiro critério na configuração standard ou privilegiada da sintaxe de um jornal, mas essa sintaxe pode ser alterada consoante as associações profundas que as suas partes evocam. O que num jornal impresso poderia figurar como uma notícia menor, de página interior, pode revelar-se no fim de uma cadeia de notícias como uma notícia de primeira página (Fidalgo, 2003, p. 4-5).

Ainda sobre banco de dados, Fidalgo diz que as notícias podem ser consideradas objetos, e serem classificadas como se fossem dados.

Depois de introduzida na base de dados, a notícia pode ser submetida a uma análise por parte de um programa informático, que a classifica mais detalhadamente consoante nomes de pessoas, lugares, datas e eventos que nela ocorram. Esta análise depende da “inteligência” do programa, em especial quanto ao pormenor e à pertinência da classificação (Fidalgo, 2003, p. 8).

Portanto, o banco de dados tem a capacidade de armazenar informações, como notícias ou outros produtos jornalísticos, de forma organizada e classificada, permitindo acesso rápido aos dados. Para ilustrar esta situação, vamos utilizar como exemplo um banco de dados utilizado para armazenar notícias sobre política.

3.2 Estrutura narrativa

Ao discorrer sobre o banco de dados no jornalismo, Barbosa (2004a) vai além da questão da memória. A autora diz que o uso dos bancos de dados pode contribuir para a geração de uma maior variedade de conteúdos e mais adaptados às características de um produto digital. Evocando a ideia do webjornalismo de primeira e segunda geração, onde os produtos jornalísticos para webjornalismo são parecidos ou iguais, em sua estrutura e conteúdo, aos do jornalismo impresso, Barbosa diz que os bancos de dados inteligentes e dinâmicos podem produzir rupturas, e até mesmo:

[..] se constituírem como uma metáfora apropriada para trazer nova luz no sentido de superar a metáfora do jornal impresso que, desde os primeiros anos de experimentação do jornalismo no suporte digital até agora, permanece sendo a mais empregada pelos mais diferentes tipos de *sites* noticiosos (Barbosa, 2004a).

Em outro artigo, Barbosa (2004b) argumenta que as perspectivas de mudanças no emprego e utilização dos bancos de dados ocorre em relação à construção das narrativas, concepção do produto e uso do arquivo. Também ocorrerão transformações nas rotinas

de produção das informações, e na provisão de conteúdos mais originais e variados, refletindo no modo como as informações serão apresentadas. A autora ainda acrescenta:

A adoção de bancos de dados bem como dos chamados bancos de dados inteligentes e dinâmicos pode favorecer a inovação, permitindo a exploração de novos gêneros, a oferta de conteúdo mais diverso, a disponibilização/ apresentação das informações de maneira diferenciada, mais flexível e dinâmica, além da produção descentralizada – outra das características que o jornalismo digital de terceira geração deve contemplar (BARBOSA, 2004b, p. 5).

Fidalgo (2003) traz um exemplo prático de como o banco de dados pode transformar a forma como o produto é apresentado. Neste exemplo, o autor compara um jornal digital criado apenas em HTML (sem a possibilidade do uso de banco de dados) e um jornal criado com outras linguagens de programação (que possibilita o uso do banco de dados). Para ele, a grande diferença entre os dois tipos de jornais é que no primeiro caso (HTML), ele é um produto único, ou seja, a página continuará estática, sempre com o mesmo conteúdo. Já num jornal estruturado sobre um banco de dados, o conteúdo será sempre o resultado de uma pesquisa nas notícias inseridas no banco de dados. Num exemplo mais detalhado, Fidalgo diz:

O que simplifica os jornais on-line são as relações hipertextuais que permitem consultas rápidas e cômodas de matérias associadas com a notícia em causa. Porém aqui as relações ou *links* estão previamente estabelecidos, são estáticos. Numa base de dados, ao contrário, apenas se cria o tipo de relação deixando em aberto quais os correlatos dessas relações. No hipertexto temos ligações de página a página, na base de dados temos relações de campos, podendo cada campo comportar um número aberto de páginas (FIDALGO, 2003, p. 3).

3.3 Representação gráfica da narrativa hipertextual

A estrutura textual do hipertexto pode apresentar tantos caminhos, variados tipos de itinerários que a leitura de um hipertexto pode apresentar que poderia ser comparada a um mapa:

Esta estrutura textual assemelha-se a um mapa, na verdade podemos dizer que todo texto é um mapa, alguns funcionam como o “mapa da mina”, outros são apenas mapas. [...] No caso do hipertexto, não

podemos falar de uma “mina” a ser encontrada, pois não há um caminho a ser percorrido, de acordo com uma certa progressão referencial (interna ao texto) na sua relação com o contexto apontado para a construção de sentido, o que temos de fato é o delineamento de um espaço, demarcado por alguns pontos de referência (*links*) que remetem a outros espaços (*nós*), como o mapa de uma localidade qualquer. Logo não há “solda” hipertextual na perspectiva do autor, apenas a disponibilização de um certo recorte demarcador de possibilidades (CAVALCANTE, 2005, p. 167).

O meio digital oferece a possibilidade de criar recursos visuais e interativos que auxiliam na navegação de um hipertexto. Estes recursos poderiam auxiliar o leitor neste ‘oceano de informação’, e evitar uma eventual desorientação nos vários caminhos de leitura do hipertexto, funcionando como um mapa da informação. Ainda sobre esta questão, Lévy complementa:

Os esquemas, mapas ou diagramas interativos estão entre as interfaces mais importantes das tecnologias intelectuais de suporte informático. A memória humana é estruturada de tal forma que nós compreendemos e retemos bem melhor tudo aquilo que esteja organizado de acordo com relações espaciais. Lembremos que o domínio de uma área qualquer do saber implica, quase sempre, a posse de uma rica representação esquemática. Os hipertextos podem propor vias de acesso e instrumentos de orientação em um domínio do conhecimento sob a forma de diagramas, de redes ou de mapas conceituais manipuláveis e dinâmicos (LÉVY, 1993, p. 40).

Um exemplo de recurso icônico que auxilia na navegação é o mapa das matérias jornalísticas publicadas pelo portal CNET News (<http://news.com.com>). Denominado ‘The Big Picture’, esta ferramenta permite visualizar três formas diferentes de como as matérias estão relacionadas: a relação das matérias umas com as outras, a relação das matérias com tópicos de assuntos, e por fim a relação entre as matérias e algumas das maiores empresas mundiais, principalmente empresas de tecnologia. Na figura a seguir, mostramos a matéria “Firefox continues gains against IE”, que trata do crescimento da popularidade do navegador *Mozilla Firefox* em relação a do navegador *Internet Explorer*, da empresa Microsoft. A ferramenta ‘The Big Picture’ é alocada na coluna direita da matéria, logo abaixo.

O diagrama apresenta as matérias em retângulos pretos; os tópicos em retângulos verdes e as empresas em retângulos vermelhos. As linhas indicam as relações entre os elementos. É possível ainda escolher entre ver todas as relações ao mesmo tempo (figura 3) ou entre cada um dos três tipos de relações: entre as matérias, entre matérias e tópicos ou entre matérias e as empresas.

Ao clicar em um dos retângulos do mapa, o elemento marcado é movido para o centro da tela, e a teia de relações entre os elementos é automaticamente modificada de acordo com o item selecionado. Quando o elemento clicado é uma matéria, é possível selecionar ‘ler matéria’; se o elemento é um tópico, é possível escolher para listar as matérias referentes àquele tópico; o mesmo é possível com as empresas citadas.

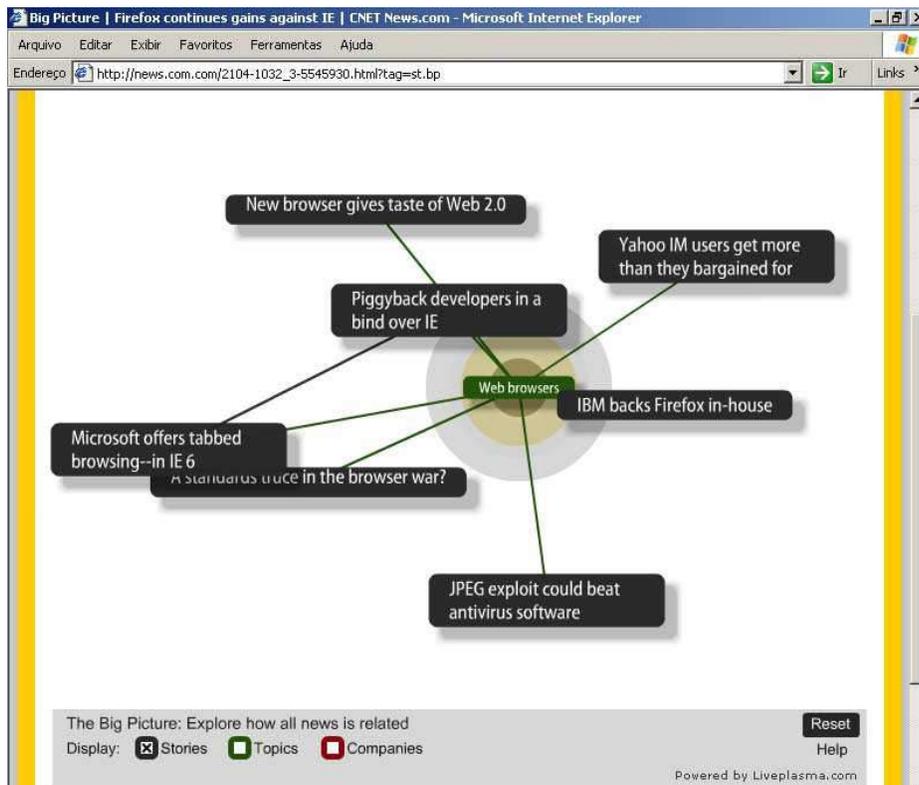


Figura 3 - O tópico “Web browsers” foi selecionado, e foi escolhida a opção para mostrar apenas as matérias, ocultando assim os tópicos e as empresas.

Observamos que o ‘The Big Picture’ relaciona as matérias publicadas pelo portal CNET News, mas não auxilia na orientação do leitor em narrativas hipertextuais.

As matérias interconectadas não são continuações da narrativa, nem mesmo seqüências que fazem parte da narrativa principal, são apenas matérias relacionadas pelos assuntos em comum entre elas; idéia já praticada, embora de maneira mais simples, em muitos jornais digitais brasileiros, como na Folha Online (www.folha.com.br) e no sítio do jornal Zero Hora (www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora), que geralmente dispõem no final de cada matéria uma seção chamada ‘leia mais’ (Folha Online) ou ‘saiba mais’ (Zero Hora) com alguns *links* para outras matérias relacionadas aos assuntos tratados. Porém, o ‘The Big Picture’ disponibiliza este recurso de forma mais atrativa e intuitiva ao apresentar a visualização da teia hipertextual, além de permitir opções que auxiliam na navegação, como as escolhas de visualização entre os tipos de relações.

4. Introduzindo a idéia de ambiente

Como já vimos, a integração do HTML com uma linguagem de programação e com acesso a banco de dados traz ao programador inúmeras possibilidades de criação de sítios dinâmicos. Podemos citar exemplos de sítios dinâmicos que foram possíveis graças a essas tecnologias, como os sítios de vendas, que oferecem ao leitor a possibilidade de visualizar o produto, informar-se sobre o seu valor atualizado e sobre suas características etc. Ainda neste exemplo, o interagente⁶ pode selecionar os produtos desejados, e o sítio faz todo o trabalho de cálculos de preços e os serviços financeiros necessários para se efetuar o pagamento.

O exemplo do parágrafo anterior nos lembra Echeverría (1999), ao definir o terceiro entorno como ambiente de interação social proporcionado pelas tecnologias de informação e de comunicação. Podemos relacionar a idéia desse autor também com a

⁶ O usuário não é considerado apenas como um consumidor, mas como alguém que interage. Além de comprar, pode exercer várias outras funções, como reclamar, solicitar informações adicionais, deixar seu depoimento sobre algum produto adquirido, entre outros.

denominação corrente utilizada na área de Educação a Distância, na qual as plataformas onde são desenvolvidas as atividades de ensino e aprendizagem são denominadas de ambientes virtuais de ensino e aprendizagem.

Para pensarmos o terceiro pilar em que deve estar embasado um sistema de publicação, consideramos muito útil recorrer à ideia de ambiente, o espaço cibernético das redes digitais como o ‘lugar’ de interação para o desenvolvimento das práticas de produção para a feitura do webjornal. Adotar essa concepção seria o ponto de largada para empresários do ramo das comunicações e da informática, bem como no âmbito acadêmico, pensarem e projetarem em equipes multidisciplinares as diversas ferramentas necessárias para constituir esse outro espaço de trabalho. Para tanto precisamos trabalhar em equipes multidisciplinares: o jornalista pensando seu ofício, o designer concebendo a interface e o informata propondo e viabilizando as soluções pensadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Suzana. **Banco de Dados como metáfora para o jornalismo digital de terceira geração.** In: Ciências da Comunicação em Congresso na Covilhã. III Sopcom, VI Lusocom, II Ibérico, UBI (CDROM), 2004a.

BARBOSA, Suzana. **Identificando Remediações e Rupturas no Uso de Bancos de Dados no Jornalismo Digital.** 2004b. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_barbosa_remediacoes_rupturas.pdf>. Acesso em: 22 out 2005.

CAVALCANTE, Marianne C. B. **Mapeamento e produção de sentido: os links no hipertexto.** In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Orgs). Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido. 2ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

DIAZ NOCI, Javier. **La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico.** Bilbao: Universidad del País Vasco. 2001.

DIAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA, Ramón. **Manual de Redación Ciberperiodística.** Barcelona: Ariel, 2003.

ECHEVERRÍA, Javier. **Los señores del aire: telépolis y el tercer entorno.** Barcelona: Destino, 1999.

FIDALGO, A. **Sintaxe e semântica das notícias on-line: para um jornalismo assente em base de dados.** Recife. XII Congresso Anual da Compôs. GT de Jornalismo. 2003. Disponível em:

<<http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/doc/2003/fidalgo2003.doc>>. Acesso em: 12 out 2005.

LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

MACHADO, Elias. **O banco de dados como espaço de composição de narrativas multimídia.** 2004.

KOMESU, F. C. Blogs e as práticas de escrita sobre si na Internet. In MARCUSCHI, L.A., XAVIER, A.C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção do sentido.** Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas.** Salvador: Calandra, 2003.

MARQUES, Iuri Lammel. **Sistemas publicadores de notícias na web: a aplicação da hipertextualidade na narrativa jornalística.** Monografia de conclusão de curso. Santa Maria, UFSM, 2005.

NIELSEN, Jakob. **Projetando websites: designing web usability.** Tradução de Ana Gibson. 4ª reimpressão. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

OLIVIERO, Carlos A. J. **Faça um aplicativo: Banco de dados cliente/servidor com Delphi 6 – Orientado a projeto.** São Paulo: Érica, 2002.

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português.** Trabalho apresentado no XXV Intercom. Salvador, 2002a.

PALACIOS, Marcos. Jornalismo Online, **Informação e Memória:** Apontamentos para debate. Disponível em:

<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em: 08 out 2005.

SALAVERRÍA, Ramon. **Redacción periodística en internet.** Barcelona: EUNSA, 2005.

SCHWINGEL, Carla. **A teoria e a prática do jornalismo digital na concepção do Produto de Implementação do Panopticon – PIP.** 2003. Disponível em:

<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_schwingel_teorica_pratica_panopticon.PDF>. Acesso em: 12 out 2005.

SCHWINGEL, Carla. **Os sistemas de publicação como fator da terceira fase do Jornalismo Digital.** 2004a. Disponível em:

<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_schwingel_sistemas_publicacao.PDF>. Acesso em: 10 set 2005.

SCHWINGEL, Carla. **A arquitetura da informação e o sistema de publicação do *Independent Media Center***. 2004b. Disponível em:
<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_schwingel_cmi.PDF>. Acesso em: 12 out 2005.

SCHWINGEL, Carla. **JORNALISMO DIGITAL DE QUARTA GERAÇÃO: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no *Jornalismo Digital***. Trabalho apresentado no XV Encontro da Compós, Rio de Janeiro, 2005. (2005a)

SCHWINGEL, Carla. Et alli. **Um jornal laboratório multimídia, multi-usuário e descentralizado. O caso da Plataforma Panopticon**. In: Pauta Geral, n.7, 2005. p. 105 – 115. (2005b).

Perfil profissional no ciberjornalismo: o blog como espaço de autoria e identidade na web

Zélia Leal Adghirni ¹ e Fabio Henrique Pereira ²

Resumo: Neste ensaio, buscamos discutir a utilização dos blogs como espaços de produção de um jornalismo mais « autoral ». Ou ainda, sobre a forma como certos jornalistas, integraram à sua atividade de blogueiros um conjunto de práticas e uma legitimidade que lhes permitem se afirmar como produtores de um discurso opinativo, interpretativo, intelectual. Trata-se, portanto, de compreender em que sentido a identidade profissional no jornalismo – construída e transformada a partir de uma oposição entre atividade técnica e intelectual – se materializa nesse espaço singular dos « blogs jornalísticos ». Nosso corpus de amostra é o “Blog do Noblat”, blog jornalístico sobre política, hospedado no site do jornal O Estado de S. Paulo, que tem um média de um milhão de visitas mensais. Observamos durante um dia (08/07/06) o blog, interagindo com uma entrevista direta, via telefone celular, com o autor da página, Ricardo Noblat.

Palavras-chave: jornalismo digital, blog, ciberespaço

Por mais que os pesquisadores nas ciências da comunicação e da informação tenham tentado esboçar perspectivas e estratégias para o futuro do profissional do jornalismo na internet, é praticamente impossível estabelecer, no momento presente, um diagnóstico confiável sobre a questão. Entre as alternativas colocadas para o devenir do jornalismo digital, assistimos ao delineamento de dois perfis distintamente opostos : de um lado, o jornalismo banal do “cópia-cola”, estabelecido na última década, sobretudo a partir do ano 2000, uma espécie de jornalismo nivelado por baixo a partir de um princípio de vasos comunicantes onde a tendência é diluir o conteúdo numa série de recipientes que receberão quantidades iguais do produto. Sem distinção de qualidade, o jornalismo vai adquirindo as propriedades da água : inodoro, insípido e incolor.

¹ Professora/Pesquisadora do CNPq – Universidade de Brasília-Faculdade de Comunicação. Chefe do Departamento de Jornalismo. Doutora pela Universidade de Grenoble/Stendhal , pós-doutorado pela Universidade de Rennes 1.

² Doutorando em Comunicação / Jornalismo e Sociedade pela Universidade de Brasília (UnB). Pesquisador Associado ao Centre de Recherches sur l'Action Politique en Europe (Crape).

Desprovidos de singularidade, o canal e o conteúdo, a mídia e o mediador, a empresa e o profissional, desaparecem no cristal líquido da telinha do computador.

A segunda alternativa para o jornalismo na web, é a do jornalismo de autor. Em reação ao anonimato os sites de notícias, os jornalistas lançaram seus blogs, dentro ou fora dos esquemas empresariais. Raros são hoje os jornais impressos que não tenham seus blogs na internet.

Neste ensaio, buscamos discutir a utilização dos blogs como espaços de produção de um jornalismo mais « autoral ». Ou ainda, sobre a forma como certos jornalistas, integraram à sua atividade de blogueiros um conjunto de práticas e uma legitimidade que lhes permitem se afirmar como produtores de um discurso opinativo, interpretativo, intelectual. Trata-se, portanto, de compreender em que sentido a identidade profissional no jornalismo – construída e transformada a partir de uma oposição entre atividade técnica e intelectual – se materializa nesse espaço singular dos « blogs jornalísticos ».

Para realizar este trabalho utilizamos uma metodologia híbrida entre a prática jornalística e a pesquisa acadêmica. Ou seja, acompanhamos durante um dia alguns blogs jornalísticos, para enfim, nos determos atentivamente em um blog, que por suas características, se tornou emblemático na rede brasileira de comunicação. Trata-se do blog do jornalista Ricardo Noblat, (**Blog do Noblat**) hospedado na página do jornal *O Estado de S. Paulo*. Dedicamos uma atenção especial ao Blog do Noblat pelo destaque alcançado (cerca de um milhão de visitas mensais) e por estar em Brasília, onde realizamos esta pesquisa. Durante o dia inteiro de sábado, 8 de julho 2006 acompanhamos o blog interagindo com o jornalista através do telefone celular e tentando conduzir a observação/entrevista para o terreno da reflexão teórica sobre os blogs no campo acadêmico.

Antes de tudo é necessário explicar o que entendemos por *blogs jornalísticos* e justificar nossa escolha por este recorte. Existem várias definições de blogs mas descartamos desde o início aqueles que se referem a relações pessoais, tipo diário íntimo

A pesquisadora Cláudia Quadros(2005) lembrou, em sua apresentação sobre blogs no encontro da SBPJOR no ano passado que Recuero (2003) acredita que há muitas possibilidades para classificar os milhares de blogs na rede mundial de computadores, mas optou por dividi-las em três categorias: diários eletrônicos (“fatos e ocorrências da vida pessoal de cada indivíduo”), publicações eletrônicas (“se destinam principalmente

à informação) e publicações mistas (“misturam *posts* pessoais sobre a vida do autor e *posts* informativos”). Mas para Quadros, *essa tipologia, no entanto, serve apenas como um caminho para a análise dos blogs jornalísticos, pois não consegue atender as variações desse gênero*. Nesse sentido, Dória (2005) afirma que o blog informativo, “instrumento fantástico para quem quiser fazer imprensa com as próprias mãos”, pode ser de vários tipos: “de análise, de links em série, comentados ou não, apontando o que há de melhor publicado nas páginas. Ou até mesmo da boa e velha apuração: pega um telefone, conversa, descobre como funciona, publica.”

Neste estudo, o que nos interessa são blogs relacionados com o jornalismo. E para isso fazemos distinção entre *blogs jornalísticos* e *blogs sobre jornalismo*. Os primeiros se identificam a sites noticiosos porque publicam notícias obtidas a partir de rotinas produtivas de jornalismo: pauta, apuração, redação, divulgação, com equipes próprias (ou individuais) e trazem ao público fatos realmente novos (“furos”, eventualmente) que são comentados pelos jornalistas que os produzem e pelos leitores que reagem. Mas a característica principal é que se tratam de blogs que trazem no título o nome do jornalista responsável, em geral um nome famoso que confere um “lebel” ao espaço na web. Estes blogs criam uma sinergia entre os dois pontos de comunicação, emissor e receptor. Tipo **Blog do Noblat** (Estadão) e **Blog do Josias** de Sousa (Folha de S. Paulo) como dois exemplos significativos do modelo a ser analisado.

O outro tipo de blog, que chamamos de “*blogs sobre jornalismo*”, se limitam a comentar a atualidade através de artigos de crítica da mídia, tipo “Comunique-se ou Observatório da Imprensa”. Mas não buscam o “furo jornalístico”, ou seja, dar em primeira mão em velocidade record, como verdadeiro, um fato novo que “quebre a superfície lisa do cotidiano” (Traquina, 1993).

O nome « *blogs jornalísticos* » remete a um conjunto de publicações on-line, atualizadas por jornalistas e recorrem a um formato e à ferramentas partilhada pelo universo dos weblgs. Quer dizer, o adjetivo « jornalístico » esta ligado aqui à identidade e à legitimidade do produtor. Ele serve para excluir do seu universo outros tipos de blogs, produzidos por adolescentes ou ligados à comunidades virtuais, por exemplo.

Na verdade, o blog « jornalístico » se distancia de outros objetos mais legítimos do ponto de vista da profissão, como os sites de notícia. Nestes casos , a associação à prática do jornalismo parece mais evidente, seja do ponto de vista da narrativa (Moraes,

2004), das rotinas produtivas (Pereira, 2004) ou da legitimidade atribuída aos jornalistas enquanto « produtores de conteúdo » (Adghirni, 2002). O blog, pelo contrário, se constrói na fronteira entre diferentes práticas, ora se assemelhando à definição canônica do que seria o « jornalismo », mas frequentemente escapando para outros domínios, o que nos leva a questionar a própria legitimidade dos jornalistas-blogueiros.

Assim, a compreensão do nosso objeto parte dos próprios questionamentos sobre o que é « ser jornalista », « ser praticante do jornalismo ». Não se trata de buscar uma essência ontológica dessa prática. Pelo contrário, buscamos entender as dinâmicas que estão implícitas no processo de objetivação de uma atividade como domínio « jornalístico ». Nesse sentido, buscaremos entender como esse processo explica o caso dos blogs e dos seus produtores, vistos como espaços de desenvolvimento de novas práticas jornalísticas.

Como já foi dito, a questão da identidade do produtor parece importante para a definirmos um blog como « jornalístico ». Se, no universo geral dos blogs, as práticas se mostram indefinidas, o fato de um blogueiro se apropriar desse dispositivo enquanto jornalista, implica em associar sua legitimidade e parte do seu *savoir faire* na construção desse espaço. Isso orienta nossas discussões em torno do que é ser jornalista, das dinâmicas que explicam a construção de sua identidade.

Se, num primeiro momento, uma definição funcional – o jornalista-blogueiro como aquele que contribui para a construção de um novo espaço público virtual – parece interessante, é preciso questionar a forma como essa abordagem esta calcada num discurso de legitimação profissional (Ruellan, 1993), e num universo de crenças partilhado por uma minoria tecnofílica³. Ou seja, nessa perspectiva, a identidade dos atores continua presa a esperança de efetivação de certos mitos-fundadores da profissão (quarto-poder, responsabilidade social do jornalista), que escapam da prática cotidiana.

Da mesma forma, a noção de uma identidade calcada no *savoir-faire* jornalístico deve escapar de um enquadramento essencialista. Ou seja, se considerarmos, por exemplo, que o jornalismo se define pela adoção standartizada de certos procedimentos de coleta e produção da informação (reportagem objetiva, lead, pirâmide invertida, etc) corremos o risco de excluir desse universo jornalístico, um conjunto de práticas « minoritárias », incluindo os blogs. Ou seja, estudar o jornalismo é considerar como constitutivo, a própria imprecisão implícita à sua definição enquanto prática sócio-

3 Ver, por exemplo, BRETON, Philippe.....

discursiva. Partindo das análises de Denis Ruellan (1993: 94), é possível considerar o jornalismo como uma profissão de limites incertos dotada de uma grande heterogeneidade, « aux frontières des multiples domaines interdépendants (...) tirant profit des honneurs de chaque genre sans avoir à souffrir de l'enfermement imposé par la spécialisation ». O jornalismo, segundo Charron e Bonville (2004 : 98), se define e se transforma historicamente⁴, à partir de uma dispersão própria a certas práticas sócio-discursiva⁵ (Ringoot e Utard, 2005: 42-43).

Essa pluralidade de práticas nos parece um pressuposto interessante para pensarmos o nosso objeto. Se os blogs jornalísticos muitas vezes recorrem a certos elementos que diferem das práticas « canônicas » do jornalismo, é na própria dispersão inerente a esse espaço que se inscrevem as práticas do blog. Se nossa hipótese inicial, parece se orientar para a definição de blog jornalístico como atividade que se funda pela utilização de uma linguagem mais livre, e na produção de um conjunto de informações que escapam os news-values tradicionais, é preciso postular o fato do próprio jornalismo se identificar como um espaço de produção autorial e intelectual (Martino, 2005)

Finalmente, é preciso considerar ainda o jornalismo como uma realidade construída e interiorizada por um conjunto de atores num certo momento histórico, processo que explica em que sentido certas definições em torno da profissão serão objetivadas. Certos princípios do construtivismo de Berguer et Luckman (1985) e de Pierre Bourdieu (2002) parecem pertinentes para compreendermos em que sentido a inclusão de um conjunto de indivíduos / práticas como parte do universo do jornalístico, esta ligada a uma dialética entre as estruturas mentais dos atores (fontes, jornalistas e públicos) a as estruturas sociais. Ou seja, para definir um blog como jornalístico, não basta identificar, um conjunto de atividades que; de alguma forma, remetem a esse domínio. É preciso que essas práticas e que esses produtores sejam socialmente reconhecidos como jornalísticos.

4 « L'histoire nous enseigne plutôt que le journalisme est une pratique contingente, régie par des noms qui varient dans le temps et l'espace, et de telle manière qu'il est erroné de concevoir ces variations comme des oscillations accidentelles (des 'dérives') autour d'un axe historique sur lequel se polariserait la quintessence du journalisme ».

5 « Ordre et dispersion des informations, des énonciations, des stratégies. Cette notion de dispersion permet de penser l'hétérogénéité du journalisme comme constitutive et intrinsèque (...) Dans cette appropriation conceptuelle, il s'agit de considérer comment un discours identifié et identifiable est constitué sous l'action des facteurs et d'acteurs hétérogènes » (Ringoot e Utard, 2005: 42-43)

Assim, implícito à construção do que podemos considerar como um « blog jornalístico », está o próprio processo de apropriação / legitimação de um novo território profissional por um grupo social (Ruellan, 1993; 1998). Dizer que um blog é jornalístico não é o mesmo que remeter uma identidade jornalística atemporal. Como afirma Hall (...), a noção de identidade escapa a uma definição inteiriça, sem costuras. Ela materializa processos históricos concretos, que produzem crenças e definições partilhadas pelos atores. No caso do jornalismo, Ruellan explica como a definição de profissão se articula às dinâmicas de conquista e monopólio de um novo espaço de atuação.

Nosso interesse está justamente em discutir em que sentido, o universo dos blogs representa uma *fronteira* profissional para certas jornalistas (Ruellan, 1993: 47). Fronteira, não como um limite formal, mas como um novo espaço que deve ser ocupado e conquistado. « *L'émergence d'une profession et sa reconnaissance par la collectivité tient en premier lieu à sa capacité à se définir un territoire.* ». No caso da Internet, a forma como certos profissionais decidiram ocupar esse novo espaço pode explicar o processo de construção de um conjunto de práticas e de uma identidade própria ao webjornalismo. No caso dos sites de notícia, o próprio movimento das empresas tradicionais de comunicação em direção a esse novo meio, o recrutamento de profissionais dos jornalistas como produtores responsáveis pelos principais sites e portais no Brasil, explica essa institucionalização de um novo território profissional (Adghirni, 2002; Pereira, 2004).

No caso dos blogs, esse processo parece ainda confuso. O que é um blog? O que é um blogueiro? Das comunidades virtuais aos blogs de adolescentes, o espaço dos blogs ainda se mostra como algo a ser definido e ocupado, cuja fronteira ainda não parece ter sido estabilizada. Dificilmente ele virá a se constituir como um monopólio profissional dos jornalistas. Mas, semelhante a outras práticas situadas no limite de diferentes espaços – a crônica, por exemplo, disputada por jornalistas e escritores (Ferenczy, 1993) – ele parece agrupar um certo grupo de atores que buscam situá-lo como prática jornalística.

O interessante é que esse tipo de atividade nasce com o próprio interesse de certos grupos em desafiar o monopólio dos jornalistas como produtor de informações. De fato, as primeiras plataformas de alojamento dos blogs foram construídas e utilizadas por atores externos ao universo jornalísticos (programadores e tecnófilos em geral), contaminados pela crença numa horizontalidade da produção e difusão de

informações, no mito de uma « inteligência coletiva » (Lévy, 1998). Mito que se apoiou em exemplos paradigmáticos, sobretudo na forma como alguns indivíduos buscaram romper a censura das mídias tradicionais durante alguns eventos particulares (a guerra no Iraque, por exemplo), para se afirmarem como produtores independentes de informação. E também na forma como esses relatos personalizados, « criados » serão reconhecidos como um movimento de renovação / revalorização da produção de informações. Assim, é no seio de um jornalismo independente, não profissional, contra-hegemônico que surgem os primeiros blogs.

Ora, o que parece interessante notar é que, num segundo momento, os próprios jornalistas buscaram esse espaço de produção de uma informação contra-hegemônica e personalizada. É neste espaço que se insere o blog jornalístico, como um *savoir-faire* típico de profissionais renomados que surgem para se consolidar na web.

Blog: visões e definições

Vale a pena fazer a experiência. Joga-se a palavra **blog** no Google e aparecem 51 000 000 páginas em português com o termo.

Os dados do portal de Technorati.com (<http://www.technorati.com>) mostram que já foram criados pelo menos 27,2 milhões de blogs, sendo que 13 milhões continuam em atividade, ou seja, recebem atualização diária ou semanal. E a continuar nesse ritmo chegaremos ao final de 2006 com mais de 100 milhões de blogueiros conectados.

Mas o que é afinal um blog? Questão difícil de responder.

Segundo Trevor Butterworth⁶, até mesmo nos Estados Unidos, a superpotência da blogoesfera, 62% dos internautas não sabem o que é um blog. Uma interpretação generalizada de blog remete a idéia de “diário on-line”, ou weblog. Para Butterworth, “uma descrição mais precisa seria dizer que um blog é a maneira mais simples e barata de publicar um tipo de site cuja estrutura incentiva as anotações diárias, em estilo diário”. A idéia decolou em 1996 com o “webring” – seqüência de sites interligados, da Open Pages. Mas foi apenas quando sites como o Blogger (www.blogger.com) criado em San Francisco pela Pyra Labs, em 1999, ofereceram aos internautas espaço livre nos servidores e ferramentas para criar seus próprios sites que teve início o fenômeno muito mais difundido do “blogging” em escala generalizada.

⁶ Pesquisador do Centro de Mídia e assuntos Públicos, em Washington, e ex-editor do site de monitoramento da mídia www.newswatch.org. Texto publicado na Folha de S. Paulo de 14/05/2006, páginas 5 e 6 – tradução de Clara Allain do original publicado no “Financial Times”.

O fenômeno é mundial e atingiu rapidamente o Brasil mas em alguns países, como nos Estados Unidos, os blogueiros estão mais organizados e já representam uma ameaça direta à grande imprensa. Para quem deseja encontrar blogs que tratem de assuntos específicos, a blogsfera possui sua versão própria do Google sob a forma de Technorati (www.technorati.com), um motor de busca que rastreia blogs. Existe também o The Truth Laid Bear (www.truthlaidbera.com) que rastreia as visitas aos blogs mais populares. São diversas as possibilidades de comunicação com blogs de acordo com os interesses do público. Para os conservadores, o caminho é clicar no blog Instapundit (www.instapundit.com) enquanto que para os liberais, basta entrar no blog Daily Kos (www.dailykos.com). São endereços que conduzem a uma lista de pessoas ou idéias com as quais os diferentes públicos se identificam. No final de 2002 havia cerca de 15 mil blogs nos Estados Unidos. Em 2005, 56 blogs eram lançados por minuto.

A explosão dos blogging pode ser explicada, segundo Butterwoorth, pelo fato de que muitos blogueiros já eram conhecidos da grande mídia. Ele cita como exemplo Andrew Sullivan, ex-editor da revista "The New Republic" e Mickey Kaus, da "Slate", a revista on-line que a Microsoft vendeu à empresa The Washington Post Company. Para o pesquisador, os blogs não teriam tido tanto sucesso se estivessem nas mãos de "outsiders". Ou seja, é a mesma conclusão que chegamos em nossos trabalhos anteriores sobre os sites jornalísticos no passado⁷. Só ganharam notoriedade e credibilidade os sites de notícias ligados a estruturas confiáveis de comunicação. Os primeiros "aventureiros" que jogaram suas notícias na rede não colheram os resultados esperados. Entre um site de notícias da Folha/Online ou do CorreioWeb e um site recém-criado por um "João Ninguém", os internautas preferiram os primeiros. Assim, como surgiram, os sites de notícias sem tradição consolidada na mídia convencional, desapareceram no ciberespaço.

Lá, como aqui, os blogs passaram a ser uma alternativa de veracidade para o público que não estava recebendo da mídia convencional as notícias que esperava sobre assuntos cruciais da atualidade. Nos Estados Unidos esta idéia foi reforçada em 2004, pouco antes das eleições presidenciais. Segundo Butterwoorth, o "blogging" passou por seu momento "Encouraçado Potemkin", quando multidões de blogueiros partidários

⁷ Leal Adghimi, Zélia - "Informação online: jornalista ou produtor de conteúdos?". Contracampo, Rio de Janeiro - UFF, v. 6, p. 137-152, 2002.

surgiram para derrubar Dan Rather, da CBS, por este ter divulgado memorandos supostamente falsos sobre o serviço militar prestado pelo presidente dos Estados Unidos, George W. Bush, na Guarda Nacional.

No Brasil, durante a CPI do Mensalão, foi o “Blog do Noblat” que antecipou informações divulgadas depois pela grande mídia. Em muitos outros momentos, o blog deu “furos” sensacionais na grande mídia, fato que poderia ser explicado pela rede de relações e fontes que o jornalista Ricardo Noblat construiu ao longo de mais de 30 anos de profissão. Em entrevista para este artigo, Noblat reconhece que muitas vezes é procurado para receber “revelações” mas afirma que é sempre cauteloso e procura averiguar se é fato ou boato o que lhe contam.

O crescimento dos blogs batizados pelo nome do jornalista que o escreve cresceu e se afirmou no Brasil paralelamente à grande imprensa, de modo complementar e não de oposição às mesmas, como ocorre em alguns países onde os jornalistas são proibidos por suas empresas de criar blogs pessoais.

Os editores dos principais jornais (Globo Online, Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo, etc.) decidiram criar blogs para todos os seus columnistas, acreditando no poder individual e no interesse do público que busca notícias na Internet pelos blogs

Nossos blogueiros mais famosos estão atrelados aos grande sistemas de comunicação. E ousamos afirmar que só conseguiram visibilidade e credibilidade por isso. É difícil, ou quase impossível, alcançar a notoriedade na rede fora dos grandes esquemas empresariais. Ricardo Noblat, por exemplo, começou relativamente independente, hospedado no portal da IG (Internet Grátis). Mas tempos depois foi convidado a se integrar ao grupo Estado. Ele afirma continuar totalmente independente mas pode-se ler no link “Desabafo”, de seu blog, mensagens de leitores reclamando que Noblat teria perdido sua independência.

Para onde vai o Blog do Noblat ?

Quando o Blog era no IG era mais independente, depois que passou para o Estadão perdeu a abertura para o debate independente que tinha. Se transformou em um instrumento de reprodução da posição política do Estadão, de oposição ao Governo Lula. Maior prova disso está neste espaço, no Desabafo, que foi perdendo em participação e hoje, posso estar enganado, está esvaziado (já cheguei a monitorar apenas uma mensagem em mais de quatro horas. Fl Sartori.- Campinas

(flsartori@yahoo.com.br) (“Desabafo” de um leitor no dia 07/07/06

BLOG DO NOBLAT

O **Blog do Noblat** é um [blog](#) jornalístico sobre [política](#), mantido pelo [jornalista Ricardo Noblat](#) e abrigado no [portal](#) do jornal [O Estado de São Paulo](#). É o mais antigo blog sobre política do [Brasil](#).

O jornalista, que foi diretor de redação do Correio Braziliense, o mais influente jornal de Brasília, começou a experimentar o blog como uma “brincadeira” há cerca de dois anos no portal IG e hoje é o blog político com maior número de acesso e o profissional mais bem pago do gênero.⁸

O blog tem algumas seções permanentes, como "Entrevistas", "Artigos", "Arquivo", "Links" e outras diárias, como "A Música do Dia", "O Poema da Noite" e a "Frase do Dia". Também possui um sistema de enquete, onde onde os internautas podem opinar com *Sim* ou *Não*, podendo antes de tomar a decisão do [voto](#) consultar fatores pró e contra o assunto da pesquisa.

Noblat apresenta-se no “Perfil” do blog traçando uma síntese de sua trajetória profissional dos 15 anos até os dias atuais. Ele escreve:

Sem entender direito o significado da cena, vi uma tropa do Exército cercar o Palácio do Campo das Princesas, no Recife, para depor e prender o governador Miguel Arraes na tarde do dia 31 de março de 1964. Eu tinha apenas 15 anos de idade e estudava no Colégio Salesiano

O Blog do Noblat é o único apresentado na página web do “Estadão”. Mas Noblat remete a outros blogs com o link “VALE A PENA ACESSAR”, inclusive de blogs concorrentes, como o de Josias de Souza, da Folha de S. Paulo.

São os seguintes os blogs com link no Blog do Noblat:

[Blog do Alon](#) - Notícias políticas, econômicas e internacionais a partir de Brasília oferecidas pelo jornalista Alon Feuerwerker.

[Tiago Dória Weblog](#) - Blog sobre cultura de internet, tecnologia e mídia

[Millôr Fernandes](#)

[Blog do Liberati](#) - Blog do chargista e cronista Liberati

Fotologs:

[Ivan Maurício](#)

Esportes:

[Lancenet](#), [Pelo Sport Tudo](#), [Juca Kfour](#)

Fotografia:

[Photo Agência](#)

Humor:

[Charges Guz](#), [Kibe Loco!](#), [Porteiro Zé](#)

Jornalismo:

[Comunique-se](#), [Observatório da Imprensa](#), [Sala de Imprensa \(espanhol\)](#)

Notícias:

[O que é manchete no mundo](#) - A interface gráfica do link permite que o usuário visualize a primeira página dos principais jornais do mundo apenas passando o mouse sobre os pontos iluminados no mapa. Notícias atualizadas de todos os lugares!

⁸ Comenta-se nos meios jornalísticos em Brasília que o salário de Noblat chega a Cr\$ 20 mil mensais mas não confirmamos esta informação.

Marketing e Propaganda:

[Blue Bus](#) , [Propaganda antiga](#) - Anúncios publicitários de antigamente. De uma época que anúncio era chamado de "reclame". Imperdível!

Políticos:

[Murillo de Aragão](#) - Blog sobre política, economia e os bastidores do poder , [e-agora](#) - Blog sobre política e economia

[Política para políticos](#) - Blog sobre assuntos político

[Agência Carta Maior](#) - Site de notícias políticas e econômicas, [Blog do Fernando Rodrigues](#) - Blog sobre os bastidores do poder em Brasília, [Blog do colunista Jorge Bastos Moreno](#) - Blog sobre os bastidores do poder em Brasília, [Blog do Josias](#) - Bastidores do poder em Brasília, [Blog do Mello](#) - Blog sobre política do jornalista Antônio Mello, [Nariz Gelado](#) - Blog sobre política e temas afins

Informática:

[meira.com](#) - Site de Silvio Meira, especialista em informática e professor da Universidade Federal de Pernambuco.

[Cora Rónai](#) - Blog sobre novas tecnologias da comunicação e temas afins

Observamos o blog do Noblat durante o dia 8 de julho de 2006 e constatamos que embora fosse um sábado, dia de jogo de Portugal com a Alemanha pela disputa do terceiro lugar na Copa do Mundo, a página estava ativa, interativa e jorrando notícias de política em fluxo contínuo. Registramos títulos novos a partir de 1h26minutos de sábado. O dia se manteve com o seguinte fluxo de notícias: (a ordem aqui está invertida porque no tempo real a leitura é feita de baixo para cima, na medida em que as notícias são inseridas).

08/07/2006 : 23:16

Poema da noite

Soneto LI

Cláudio Manuel da Costa

08/07/2006 : 22:22

O exemplo que vem da Bolívia

Da EFE, agência espanhola de notícias, citada pela Agência Estado

08/07/2006 : 21:29

A foto do dia (legenda da foto):

Ângela Merkel, primeira ministra alemã, foi a campo para posar para fotografias junto com a seleção do seu país, terceira colocada na Copa do Mundo de 2006. O que vocês não diriam se no lugar da Alemanha e de Ângela estivessem a seleção brasileira e Lula...

08/07/2006 : 18:26

Collor renova seu apoio a Lula

08/07/2006 : 17:05

Um ano do escândalo da cueca

De Lauriberto Braga da Agência Nordeste

08/07/2006 | 16:34

Quando nada exagera (Por Valéria Grassi Mesquita)

08/07/2006 | 15:57

Boas notícias para Alckmin, segundo César

Do ex-blog do prefeito Cesar Maia

08/07/2006 | 15:25

Sufoco com avião em Teresina

08/07/2006 | 14:57

A música do dia (bom almoço!)

08/07/2006 | 08:04

Retirem as crianças da sala

(este texto aparece completo na seção artigos)

08/07/2006 | 03:45

Governo desiste de cotas raciais

De Lisandra Paraguassú em O Estado de S. Paulo, hoje:

08/07/2006 | 03:03

Candidato cai do telhado

Do jornal Correio do Estado, do Mato Grosso do Sul:

08/07/2006 | 02:54

Mão Santa dança na praça

Do jornal O Dia, do Piauí:

08/07/2006 | 02:48

Dona Marisa para presidente

Do jornal Tribuna da Imprensa, do Rio:

08/07/2006 | 02:27

Quanto vale um petista

De Marta Salomon na Folha de S. Paulo, hoje:

08/07/2006 | 01:40

Mande quem pode. Obedece quem tem medo

08/07/2006 | 01:38

Carlota Joaquina Lembo

08/07/2006 | 01:32

PT tenta impedir candidatura de Alckmin

O blog neste sábado apresentou 17 títulos, entre os quais notícias próprias de Noblat (com assinatura), notícias extraídas de outras mídias, uma foto da primeira ministra alemã no estádio durante a Copa do Mundo, uma música e um poema.

No final de cada notícia aparece a identificação de quem enviou , os comentários, a chamada para comentar e o convite para enviar a notícia a um destinatário. Observamos que todas as notícias foram comentadas sendo que “Retirem as crianças da sala” , publicada na íntegra na seção “Artigos”, recebeu mais de 400 comentários

Constatamos que foi um dia cheio para um sábado, dia de jogo entre Portugal e Alemanha pela disputa do terceiro lugar na Copa do Mundo. Mas, surpreendentemente, aparece um “desabafo” do próprio Noblat, no final de uma notícia do blog de César Maia. Vejamos:

(Outro dia eu me queixava da escravidão que significa fazer um blog - pelo menos como esse que faço ou que tento fazer. Um amigo me sugeriu lançar o "Ex-blog do Noblat". Assim eu poderia fazê-lo em marcha lenta, sem essa preocupação de tempo real e de antecipar notícias. Depois das eleições de outubro, quem sabe? Nunca mais fui a um cinema. Parei de viajar - salvo viagens curtas, corridas. Não durmo antes das 4h. Isso não é vida.)

Nossa reação imediata foi ligar para o celular do jornalista que atendeu prontamente do escritório localizado na casa onde mora no Lago Sul.

Diante da pergunta sobre os motivos do desabafo o jornalista riu e respondeu com a voz cansada: “Estou irritado porque não tenho notícias. E queixou-se dos dias monótonos onde as informações políticas somem em função do futebol. E disse que o número de visitas à página baixou para 700 mil durante o mês de junho enquanto em maio e outros meses a média é mais de um milhão. Outras perguntas o jornalista disse que responderia pessoalmente a agendamos uma entrevista para a próxima semana.

CONCLUSÕES

Os blogs jornalísticos representam hoje o espaço de refúgio do jornalismo de opinião e análise. A tal ponto que Trevor Butterworth⁹ chama isso de “a pornografia da opinião”, referindo-se a saturação de informações misturadas à opiniões na web. Na

⁹ « A Pornografia da Opinião », artigo publicado do Financial Time na Folha de São Paulo, caderno Mais, em 14 de maio de 2006.

nossa visão, o fenômeno dos blogs representa a volta do jornalismo de autor. A ousadia da assinatura, da “griffe” da alta costura do jornalismo, da “plume dans la plaie” (a caneta na ferida). Mas quem pode se refugiar neste espaço paradoxal de “refúgio de visibilidade” ? O paradoxo justamente é que migram para os blogs os profissionais que já desfrutam de visibilidade, que já adquiriram notoriedade através da mídia convencional. São eles que emprestam o nome para o sucesso midiático da página web de determinada empresa e não o contrário como acontecia na tradição do jornalismo impresso. Falamos de jornalistas como Ricardo Noblat, cujo blog analisamos neste artigo. Mas poderíamos falar de Millor Fernandes, Josias de Sousa e outros.

Trabalhamos com a idéia do blog como uma das transformações ou mutações mais importantes do jornalismo contemporâneo, um processo de experimentação com efeitos potenciais sobre a profissão de jornalista. Basta ver o número de blogs que se agregam cada dia aos sites tradicionais com o apoio e o estímulo das empresas.

Para os jornalistas, o discurso da interatividade da comunicação com um público cuja opinião ele desconhecia antes, se ajusta também às transformações sócio-políticas (crise dos jornais, crescimento do papel dos técnicos na cadeia de operações midiática, etc.). O blogueiro assume uma posição de líder, de difusor de idéias, de formador de opinião que ele havia perdido como indivíduo no processo de industrialização da informação.

Segundo Valerie Jeanne (2006), pesquisadora na Universidade de Sorbonne, os blogs revelam também as lógicas dos atores institucionais que desejam se projetar na cena pública para defender um ideal, para estabelecer redes, para tomar posição em áreas onde a competição econômica e simbólica é atualmente muito forte.

A amostra para análise de apenas um blog com certeza limita nossas conclusões mas a escolha foi voluntária pois acreditamos que o Blog do Noblat contem todas as características que fazem dele o exemplo de uma “invenção do jornalismo”: é um conjunto de informação e opinião do signatário da página, escrito com uma liberdade de fronteiras entre gêneros que não seria permitido em um jornal de papel, num estilo próprio, entre o intelectual e o irreverente, com diversas possibilidades de leituras através de links que remetem a outras mídias, sendo que ao total, soma-se a opinião e o comentário dos leitores chamados a interagir.

Trata-se de uma construção de identidade profissional também nos meios jornalísticos. Sabemos que os jornalistas escrevem para o público mas também, por se

tratar de uma profissão auto-referenciada, escrevem para serem lidos pelos próprios pares.

Não pretendemos encerrar a reflexão neste texto que não esgota aqui. Trata-se de uma tentativa de interpretação dos fenômenos de mudanças no jornalismo que se inventa e se recria conforme o momento histórico que vivemos, submetidos a desafios sociais, políticos e tecnológicos. Só futuro dirá se nossas especulações são corretas.

Bibliografia

ADGHIRNI, Zélia Leal e PEREIRA, Fábio Henrique, *Dez anos de jornalismo on-line: consolidação de um modelo de produção de notícias para a Web*.

SBPJOR, Florianópolis 2005

ADGHIRNI, Zélia Leal e MORAES Francilaine , *Instataneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo on-line* . (texto inédito a ser publicado em obra sobre pesquisa na web)

ADGHIRNI, Zélia Leal, *Informação online: jornalista ou produtor de conteúdos* Contracampo, Rio de Janeiro - UFF, v. 6, p. 137-152, 2002.

ADGHIRNI, Zélia Leal -*Jornalismo online e identidade profissional do jornalista*, in **Gonzaga Motta**, (Org.). *Imprensa e Poder*. Brasília, 2002, v. , p. 151-166.

ADGHIRNI, Zélia Leal, *La presse en ligne au Brésil: temps réel et réalité* - INA. Mediamorphoses, Paris, n. n° 4, p. 75-82, 2002.

BOURDIEU, Pierre, *Questions de sociologie*, Paris, Éditions de Minuit, 2002.

FOUCAULT, M. L'Archéologie du Savoir. Paris, Gallimard, 1969

MORAES, Francilaine Munhoz de. *O discurso jornalístico on-line*. Revista comunicação e Espaço Público, ano VII, 2004, pp. 104-115

PEREIRA, F. H. . *O 'Jornalista Sentado' e a produção da notícia on-line no Correio web*. Revista **Em Questão**, Porto Alegre (RS), v. 10, n. 01, p. 95-108, 2004.

PERRIER, Valerie-Jeanne, Les blogs, comme laboratoires de fertilisations croisées dans l'écriture et la documentation pour les chercheurs et les journalistes ? CELSA

ParisIV/Sorbonne -EHESS, les 27 et 28 juin 2006 – Journées d'études organisées par l'atelier de

doctorants et jeunes chercheurs « Journalistes et publics »

Journalistes et sociologues. Entre reconnaissance, méconnaissance, concurrence et collaboration

QUADROS, Cláudia Irene, **ROSA**, Ana Paula e **VIEIRA** Josiany – Blogs e as transformações do Jornalismo – SBPJOR, Florianópolis, 2005

RECUERO, Raquel da Cunha. Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais, 2003, disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel/webrings.pdf>, acessado em 18 de julho de 2004.

RINGOOT, R. e UTARD, J.-M. ‘Genres journalistiques et “dispersion” du journalisme. In: RINGOOT, R. e UTARD, J.-M. (orgs.). *Le journalisme en invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2005, p. 21-47 p..

RUELLAN, Denis, *Le professionnalisme du flou – identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, PUG, 1993.

Charron e Bonville

(Martino, 2005)

afirma Hall (...),

Ferenczy, 1993)

Berguer et Luckman (1985

Fábulas do gol: a crônica esportiva de Nelson Rodrigues

Daisi Irmgard Vogel ¹

Resumo: As crônicas esportivas publicadas por Nelson Rodrigues em *Manchete Esportiva*, na segunda metade dos anos 1950, além do interesse que possuem na conformação da sua imagem autoral, são ricas enquanto território em que duas representações, esporte e narrativa, se articulam. Sintetizam a noção de uma “alma brasileira” dramatizada no futebol, podendo ser tomadas como palco onde tensões estéticas, históricas e sociais se manifestam.

Palavras-chave: Nelson Rodrigues, crônica esportiva, identidade, futebol, narrativa

Nelson Rodrigues está no auge de sua trajetória como dramaturgo e em meio à publicação das quase duas mil histórias da série *A vida como ela é*, quando assina uma seqüência de 156 crônicas, a maioria falando de futebol, em *Manchete Esportiva*, revista da Bloch Editores (Rio de Janeiro) que circulou semanalmente entre novembro de 1955 e maio de 1959. O cronista segue os campeonatos de futebol, analisa partidas, torce por seu time, escreve sobre jogadores, técnicos, juízes e torcedores e passa pela conquista da primeira Copa do Mundo pelo time brasileiro, em 1958, consolidando uma identidade que lhe seria duradoura e marcante: a do cronista esportivo.

¹ Professora do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e doutora em Literatura pela mesma universidade.

São textos que têm a escrita ágil característica de Nelson, com a peculiaridade de sustentarem uma maneira sofisticada de perceber o futebol. De crônica em crônica, ele sintetiza a noção de uma “alma brasileira,” ao associar o futebol à concepção de uma identidade nacional. Por isso, além do interesse que possuem na conformação da imagem autoral de Nelson, podem ser lidas como território em que duas representações, esporte e narrativa, se articulam.

A aproximação que se faz aqui dessas crônicas é relativa aos motivos tempo-espaciais que as regem, ou seja, ao modo como o tempo e o espaço são assimilados no texto (o cronotopo, seguindo a terminologia de Mikhail Bakhtin²), para a partir deles discutir a dramatização que engendram do indivíduo histórico e social.

Em linhas gerais, o que se verifica é que, além da existência de uma linha temporal de acontecimentos interna a cada um dos escritos, há uma fábula, compreendida como seqüência temporal-causal de sentidos, que se desenvolve ao longo do conjunto das crônicas, o que permite pensar a existência de um tempo narrativo que se elabora cumulativamente. Desde a primeira crônica, que resgata o surgimento de times como o Flamengo e o Fluminense, passando pelo conjunto de narrativas que relatam momentos dos campeonatos regionais e da Copa de 1958, passando pela estilização de personagens que se tornaram ícones dentro do universo futebolístico, como Pelé, Didi e Garrincha, configura-se a existência de um enredo que, de forma não unívoca, reúne as 156 crônicas em torno de algo como uma "grande temporalidade" do futebol no país.

² O conceito e os desenvolvimentos subsequentes estão no estudo sobre "As Formas do Tempo e do Cronotopo no Romance (Ensaio de poética histórica)", Bakhtin, 1993 (b), p. 211-362.

Dentro dessa horizontalidade englobadora, calcada sobre o tempo da memória, é possível destacar dois modos distintos de organização dos acontecimentos. No primeiro, as crônicas se apresentam como cortes verticais no grande tempo histórico do futebol brasileiro, desde o início do século até a época das narrativas. Lado a lado, essas crônicas formam uma continuidade histórica de grande concretude.

No segundo modo, as crônicas fazem compactações de grandes períodos em pequenos espaços, como se o próprio relato, em sua abstração e brevidade, compusesse um histórico. É o caso de “O assassinato do sanduíche” (*Manchete Esportiva* 3, 10 dez 1955), crônica que trata da história da relação dos clubes com a crônica esportiva, bem como de “Flamengo Sessentão” (*ME* 1, 26 nov 1955), sobre a garra do Flamengo. Ali, a ficção não se desenrola entre os pontos inicial e final da narração, mas sim, abstratamente, *sobre* esses dois pontos.

A fusão desses modos de organização dos eventos se dá pelas associações da memória do narrador, da qual – e aí seu ampliado interesse – não se exige coerência, pois as crônicas apresentam descontinuidades de pensamento. É o que sucede na opinião sobre o Maracanã:

No Maracanã, há entre nós e o jogo uma distância irreduzível. Todas as nossas relações com a partida são modificadas. E, de fato, que espécie de élan, de glorioso espasmo, de furiosa adesão podemos ter, se tudo é tão vago, longínquo, utópico? Insisto, amigos: - a distância desumaniza os fatos, retira das criaturas todo o seu conteúdo poético e dramático. (*ME* 5, 24 dez 1955.)

Já em outra crônica, um ano e meio depois, há uma inversão radical:

Decidimos o título onde? Aqui, no doce, no idílico, no bucólico Maracanã? (*ME* 81, 8 jun 1957.)

O cronista retoma um mesmo assunto, mas a sua significação não é necessariamente a mesma, podendo ser substituída por outra. Tais discontinuidades implicam uma circulação de sentidos dentro da seqüência temporal-causal e nelas pode ser apontado o acionamento de uma certa concepção retórica da verdade – uma verdade aparentemente eterna pode deixar de ser verdadeira, crônicas depois.

É a intensidade do instante na memória do cronista, por sua vez, que determina a duração narrativa. No tempo do jogo, como já observou Flávio Aguiar, "*aqui só há agora*"³: é no instante que se concentra a duração e a intensidade das partidas. Nelson assimila essa idéia do presente total, mas a equilibra com a temporalidade própria da memória e com a reversão de sentidos. O problema mesmo da duração é, aliás, várias vezes tematizado:

O que nós chamamos idade, o que nós chamamos tempo, o que nós chamamos velhice nada mais é do que um jogo de aparências e de ilusões. A idade ricocheteia por Zizinho sem atingi-lo. Em Assunção, ele se projetou aos olhos do público e dos companheiros, isento do tempo. E vamos e venhamos: – sua velhice é mil vezes mais nova, quinhentas vezes mais jovem do que a adolescência dos companheiros. (ME 31, 23 jun 1956.)

Geralmente, o jogador de 34 anos está gagá para o futebol, está babando de velhice esportiva. Mas o caso de Zizinho mostra o seguinte: – o tempo é um convenção que não existe nem para o craque, nem para a mulher bonita. Existe para o perna-de-pau e para o bucho. Na intimidade da alcova, ninguém se lembraria de pedir à Rainha de Sabá, a Cleópatra, uma certidão de nascimento. (ME 2, 3 dez 1955.)

Essa concepção de tempo está inscrita na composição das crônicas, em que a duração narrativa de cada acontecimento depende do vulto que o aqui e agora ganham na memória do cronista.

De forma mais específica, os relatos de Nelson em *Manchete Esportiva* se desenvolvem a partir do campo/estádio de futebol, num tempo marcado, o do jogo,

³ Grifos do autor. AGUIAR, F. 1978. p. 152.

mesmo quando este acontece num tempo remoto, ordenado pela memória do cronista. A combinação de local e hora do jogo se torna elemento constitutivo desses relatos, e pode ser associada a um motivo que é apontado como o mais importante na constituição dos textos literários nos mais diversos gêneros, o encontro⁴, que exige sempre a coincidência de um lugar e de um tempo concretos para acontecer.

Mesmo quando a ação narrada acontece fora do tempo-espaço do jogo, Nelson se utiliza constantemente de variações do motivo do encontro para compor seus relatos. É o caso de “Perfil do Miserável” (ME 9, 21 jan 1956), em que a ação se desencadeia a partir de um encontro de jovens numa excursão, ou dos encontros de pessoas na rua ou na redação da revista, que muitas vezes provocam uma reflexão sobre um jogador e acabam sendo lugares narrativos marginais ao jogo. Esses lugares *próximos* ao futebol compõem outro grupo cronotópico, o da soleira. Também a entonação da narrativa pressupõe uma forma de encontro, de timbre pessoal, com o leitor, como demonstra o vocativo “Amigos”, presente ao longo de toda a série.

O motivo do encontro está presente na literatura desde os seus primórdios, porém sua ancoragem na instância do jogo/campo de jogo ganha especificidade na crônica de esportes e parece-me possível afirmar que Nelson Rodrigues se utiliza do jogo/campo de jogo como lugar novo para desencadear relatos acerca de eventos do cotidiano. Não que o campo de futebol apareça em Nelson por primeira vez, enquanto local de encontros e condutor de relatos. Antônio de Alcântara de Machado deu forma literária à locução de esportes quando esta estava ainda em

⁴ BAKHTIN, op. cit., p. 222.

constituição, nos anos 1920; José Lins do Rego, em *Água Mãe* (1941), organiza a narração em torno dos sucessos do herói Joca, jogador de futebol, numa partida; notadamente Mario Filho, irmão mais velho de Nelson, considerado o inventor da crônica esportiva tal como a conhecemos⁵, faz farto uso do campo de futebol para tematizar seus escritos.

Mas é na época das crônicas de Nelson (contemporâneas às de Mario Filho) que se elabora, na narrativa sobre o esporte, uma nova dimensão para o motivo do encontro no jogo, conferindo-lhe plenitude como interseção das séries temporais e espaciais. É no estádio do Maracanã, numa praça de esportes do Chile ou da Hungria, no campinho de periferia, que a história acontece e se encontram o indivíduo e a cultura.

Nas crônicas de Nelson, particularmente, é no cronotopo do jogo/campo de jogo que se articulam as representações do confronto do indivíduo consigo mesmo, da formação de coletividades em torno dos times (as torcidas), do caráter popular e nacional do futebol, formador de identidade (e os conflitos dessa associação). Em síntese, a partir do jogo/campo de jogo dramatiza-se a crise e a formação da identidade, questões centrais nessas crônicas de Nelson e expressas na sua irônica apropriação de Shakespeare, “ser ou não ser vira-latas, eis a questão”:

Por "complexo de vira-latas" entendo eu a inferioridade em que o brasileiro se coloca, voluntariamente, face ao resto do mundo. Isto em todos os setores e, sobretudo, no futebol. Dizer que nós nos julgamos "os maiores" é uma cínica inverdade. Em Wembley, por que perdemos? Porque, diante do quadro inglês, louro e sardento, a equipe brasileira ganiu de humildade. Jamais foi tão evidente e, eu diria mesmo, espetacular, o nosso viralatismo. Na já citada vergonha de 50, éramos superiores aos adversários. Além disso, levávamos a vantagem do empate. Pois bem: – e perdemos da maneira mais abjeta. Por um motivo muito simples: – porque Obdúlio nos tratou a pontapés, como se vira-latas fôssemos.

⁵ Cf. R. Castro, na apresentação do livro de crônicas de Mario Filho. *O Sapo de Arubinha*, São Paulo: Cia. das Letras, 1993.

Eu vos digo: — O problema do escrete não é mais de futebol, nem de técnica, nem de tática. Absolutamente. É um problema de fé em si mesmo. O brasileiro precisa se convencer de que não é um vira-latas e que tem futebol para dar e vender, lá na Suécia. Uma vez que ele se convença disso, ponham-no para correr em campo e ele precisará dez para segurar, como o chinês da anedota. Insisto: — para o escrete, ser ou não ser vira-latas, eis a questão. (ME 132, 31 maio 1958.)

Aí estão a crise de identidade, a formação de uma identidade coletiva e a formação de uma identidade nacional-popular, uma espécie de alma brasileira, em torno do futebol, na medida em que nos confrontamos, pelo jogo, com uma nação *central*, cujas feições são *louras e sardentas*. Essa problematização da identidade transparece em toda a série de crônicas. A título de exemplo:

Como explicar essa instintiva, essa incontrolável tendência para a autonegação? Será o servilismo colonial que acometeu também o futebol? [...] Ou expulsamos de nós a alma da derrota e nem vale a pena competir mais. Com uma humildade assim abjeta, ninguém consegue nem atravessar a rua, sob pena de ser atropelado por uma carrocinha de Chica-bon. (ME 149, 27 set 1958.)

O brasileiro gosta muito de ignorar as próprias virtudes e exaltar as próprias deficiências, numa inversão do chamado ufanismo. Sim, amigos: somos uns Narcisos às avessas que cospem na própria imagem. (ME 62, 26 jan 1957.)

[...] o escrete brasileiro implica todos nós e cada um de nós. Afinal, ele traduz uma projeção de nossos defeitos e de nossas qualidades. Em 50, houve mais que o revés de onze sujeitos, houve o fracasso do homem brasileiro. (ME 130, 17 maio 1958.)

Nelson ingressa num debate sobre o nacional⁶ que é constante na história do pensamento brasileiro e que, como observou Otávio Ianni, "[d]iz respeito a como se cria e recria a nação em cada época, conjuntura ou ocasião"⁷. A partir de uma configuração peculiar do cronotopo de jogo, tomado como símbolo de um enfrentamento, numa época em que o Brasil vence sua primeira Copa do Mundo,

⁶ Nelson não é voz solitária na representação dessa mentalidade a partir da temática futebolística. Manuel Bandeira, por ex., também em primeira pessoa e sem pseudônimo, estiliza a questão da identidade nacional e racial numa crônica de 1958, quando a seleção brasileira de futebol vence a Copa do Mundo. (BANDEIRA, Manuel. "De vários assuntos (de futebol)." In: BLANC, Aldir et alii. *O melhor da crônica brasileira*. Rio: José Olympio, 1981. (v.2) p. 85.)

⁷ IANI, O. 1994. p. 8.

Nelson consegue organizar, transcrever e representar em suas crônicas esportivas um determinado tempo nacional. É como se o país inteiro se atirasse num projeto de entrosamento e conquista de respeito do mundo, com a possibilidade de manter e cultivar as diferenças internas, sejam elas de classe social ou de raça, seja na preferência por um ou por outro clube.

Essas crônicas sobre o esporte têm, também, a característica de se realizarem num espaço geográfico conhecido para quase todos: o país natal, o estádio de cada time, as ruas do Rio. Trata-se, pois, de um espaço-tempo convencional e familiar, com índices disseminados pelas crônicas. É o caso do Chica-bon, o nome de picolé mencionado repetidas vezes. É o caso, também, do índio de Carnaval, convenção muito brasileira, ou da citação do nome das ruas do Rio.

Há, também, os lugares-comuns da fala popular, que constituem convenções discursivas, entremeadas às crônicas. Podem ser provérbios usados integralmente, como “Nada como um dia depois do outro” (*ME* 98, 5 out 1957); bem como provérbios com conotação modificada: “É pequenininho, mas como diz a sabedoria anônima e plebéia: tamanho nunca foi documento” (*ME* 172, 7 mar 1959); ou, ainda, o ser ou não ser (um vira-latas) shakespeariano ou outra citação filosófica conhecida, como a de Pascal, adaptada à temática do futebol: “[...] um técnico tem razões que a razão desconhece” (*ME* 182, 16 maio 1959).

O uso do familiar ou de citações que remetem a uma familiaridade acaba, contudo, por denotar a existência de diferenças, ressaltando o que é estranho. Por esse mecanismo se estiliza um processo formador de identidade. Nelson parte de um personagem individual, seja ele um morto, um canalha, um ladrão, para nele apontar

características que *nós* temos em comum e que nos fazem distintos, coletivamente, em relação a um outro, exterior. A diferença se realiza nas referências ao que é externo, seja o Nero de cinema, seja o seio único de Mata-Hari.

O cronista se alia nessa coletividade pelo uso do vocativo “amigos” – narrador e leitor se posicionam, narrativamente, numa mesma linha de condições, enquanto as diferenças existentes são externas aos dois, compondo uma outra linha, a metade de campo do adversário. É necessário observar que, por um lado, o narrador admite a discordância, na medida em que faz parte do jogo torcer por times diferentes, mas esse é outro tipo de diferença, uma diferença entre *iguais*. Os *outros* continuam sendo *outros*, os estrangeiros.

Submetida à lógica temporal dominante da crônica contemporânea, que é a do tempo imediato, e permeada pelas cenas e abstrações da memória de Nelson, a construção da familiaridade aproxima narrador e leitor, por outro ângulo, do personagem dominante na série de *Manchete Esportiva*, a figura do brasileiro que se subestima, Narciso às avessas, que cospe na própria imagem. A crise e formação de identidade, bem representada nesse personagem *brasileiro*, que seria de fato “o verdadeiro inglês, o único inglês” (ME 124, jun. 1958), liga-se ao problema da relação que há entre a cultura popular e o que seria a cultura brasileira, pois, como observou Renato Ortiz, é pela discussão do popular e do brasileiro que se “configuram as contradições e o entendimento da formação da nacionalidade na periferia”⁸.

⁸ ORTIZ, R. p. 13.

Em Nelson, essa periferia aparece na própria comparação com o louro inglês, o que vive no *centro*. Para o cronista, contudo, *nosso* subdesenvolvimento está mais na maneira como nos portamos diante do mundo, e não nas nossas diferenças. O subdesenvolvimento se apresenta como uma configuração íntima, iniciada no indivíduo, porém de alcance coletivo. Sua representação na crônica, a partir do tempo-lugar do jogo, ingressa assim no debate sobre o imaginário coletivo e a identidade nacional.

Por outro lado, Nelson traduz narrativamente o campo de jogo num plano em que se recupera o caráter fortuito do encontro que acontece casualmente. No jogo, times e torcidas têm um encontro pré-marcado, mas não há, a rigor, um limite sobre que pessoas podem lá de fato se encontrar⁹. Assim como reúne em crônica, a partir dessa amplitude, os dois Zés – o intelectual Zé Lins e o “zé povinho”, Nelson reúne também o saudosista e o moderno, a grã-fina e o torcedor de subúrbio, o Nero de cinema e os nautas camoneanos, o tempo exato das partidas cronometradas e a extra-temporalidade do sobrenatural, o elevado (veja-se suas referências a Camões, Proust, Balzac, Dickens, Shakespeare, Eça de Queirós, Bilac – “Ora, direis, o que é um escanteio”?¹⁰) e o baixo.

Entra em cena, na crônica de Nelson, a transposição do espírito do carnaval para a literatura. Roberto DaMatta considera que Nelson foi o primeiro cronista a ver “[...] como nenhum outro essa inversão carnavalesca (e/ou hierárquica) que faz com que a elite tivesse preconceito contra o negro, o pobre e o mulato em casa, na

⁹ O encontro fortuito, regido pelo acaso, é uma tradição literária cujo uso escasseia quando os encontros ocorrem no salão ou na sala de visitas, onde o acesso é limitado.

¹⁰ *ME* 108, 14 dez. 1957.

rua e no trabalho, mas [...] admirasse e amasse esses mesmos pretos e mulatos quando eles se transfiguravam em nobres dentro do campo"¹¹. Didi se torna o príncipe etíope e Pelé, o rei.

Também as figuras do trapaceiro, do bobo, do grotesco ou do excêntrico, que são personagens da praça pública, agentes da relação entre o privado e o público, reaparecem. Tais personagens trazem para a literatura uma ligação com os palcos teatrais, com os espetáculos de máscaras ao ar livre, com o próprio carnaval, e sua existência tem um significado figurado¹². O que *aparentam* ser, aquilo que dizem, sua própria existência é reflexo indireto de outra existência. Pois Nelson vê máscaras nos jogadores, uma perspectiva que, aliás, tornou-se comum no futebol, a do jogador *mascarado*.

[...] funcionou o espírito do "já ganhou", quer dizer, do "já ganhamos". Era, já, a máscara. E se me perguntassem porque empatamos, eu responderia: –"máscara, pura máscara e só máscara". (ME 66, 22 fev 1957.)

Além das ocasiões em que um determinado jogador parece jogar mascarado, ou que a qualidade do futebol do brasileiro seja seu "jogo de cintura", também um personagem como Garrincha parece vestir a máscara do bobo e fazer o papel do trapaceiro. Engana os adversários com suas pernas tortas; sequer precisa pensar para jogar, joga por instinto. Diz o cronista:

O ser humano pensa demais e é pena, pois a vida é justamente, uma luta corporal contra o tempo. Repito: – o ser humano vive pouco porque pensa muito. Ora, a máxima característica terrena de Garrincha é a seguinte: – ele não precisa pensar. E por isso, porque não pensa, posso apontá-lo como a única sanidade mental do Brasil. (ME 156, 11 nov 1958.)

¹¹ DAMATTA, R. 1993. p. 15.

¹² BAKHTIN, op. cit., p. 275-276.

A imagem pública de Garrincha, baseada no que se diz dele na imprensa quando começa a jogar na seleção brasileira, é a do deficiente físico e mental¹³. Pois Nelson *joga* com essa imagem pública em suas crônicas. Pelé, que joga bem, “possui a sanidade mental de um Garrincha” (*ME*, 24 jun 1958). Quem joga bem é o inglês, mas “o melhor inglês é o brasileiro”. O leitor é quem conclui sobre quem é insano ou joga bem.

Leve-se em conta o papel que a figura do malandro, com jogo de cintura, máscara de bobo e performance de esperto, desempenha no imaginário popular nacional – um papel registrado por Antonio Candido em sua “Dialética da Malandragem”, onde Leonardo, herói das *Memórias de um sargento de milícias*, é apontado como “o primeiro grande malandro que entra na novelística brasileira”. Suas características: praticar a astúcia pela astúcia, “manifestando um amor pelo jogo-em-si”¹⁴.

É possível, num primeiro momento, pensar que Nelson, ao colocar Garrincha e Pelé como personagens principais de muitas crônicas, coloque-os a manifestar seu ponto de vista de autor. Mas é também possível que o autor, ao apontar máscaras nos personagens, desmascare outro personagem. Aproveita opiniões-máscara geradas como senso comum, mas a máscara de Garrincha, de fato, revela um homem interior, em sua subjetividade:

Perante a platéia internacional, era quase um menino. Tinha essa humilhante sanidade mental do garoto que caça cambaxirra com espingarda de chumbo e que, em Pau Grande, na sua cordialidade indiscriminada, cumprimenta até cachorro. (*ME* 119, 21 jun 1958.)

¹³ Cf. CASTRO, R. 1995.

¹⁴ CÂNDIDO, A. 1993.

E, de fato, tido como retardado, Garrincha provou, no campeonato do mundo, que retardados somos nós, e repito: – nós que pensamos, nós que raciocinamos. (ME 156, 11 nov 1958.)

Garrincha surge como o *brasileiro*, ou, pelo menos, o que seria a sua *convenção*. As máscaras extrapolam o futebol e são vistas por Nelson como parte de um cotidiano. Estão nas pessoas em seu dia-a-dia, como se verifica ainda nesta passagem:

[...] como saber se o nosso amigo, o nosso companheiro, o nosso sócio é um puro ou um miserável? como vislumbrar-lhe, por trás da face externa e suspeita, a fisionomia interior e autêntica? (ME 9, 21 jan 1956.)

A máscara faz alusão ao ser ou não ser e ao poder da aparência, alimentada também pela imprensa. E, seja no campo do jogo ou no jogo da vida, a questão da identidade se faz presente de modo central nas crônicas de Nelson.

Uma das características essenciais do motivo tempo-espacial do encontro e, como tal, do jogo-estádio, é a concretude histórica. Nos jogos abordados de modo autônomo, ou seja, na crônica sobre uma partida, acontece essa coincidência de tempo e de espaço. Quando, contudo, se narra um campeonato, com uma sucessão de crônicas sobre uma sucessão de partidas, redobra-se o caráter histórico do encontro e a crônica adquire as características de série, na qual as ligações tempo-espaciais se tornam ainda mais intransferíveis e vinculadas, surgindo uma semelhança original com a narrativa de crimes. A cada crônica, parece surgir uma pista sobre o vencedor do campeonato.

Sabia o cronista que “a vida do campeonato é a dúvida, é o mistério, é o suspense” (ME 153, 25 out 1958). Esse suspense, que cria a reversão de expectativas de uma crônica para outra, edifica um parentesco entre as crônicas seriadas dos

campeonatos e a narrativa criminal. Em um de seus escritos sobre a origem da crônica esportiva, Mario Filho observa que “Os campeonatos têm muito de romance policial. Só que, tentando desvendar o mistério do campeonato, quase impenetrável, a gente não procura descobrir o criminoso e sim o campeão¹⁵.

Pois Nelson insere, na ordem espaço-temporal crescente da narrativa de crime, lances de outros tempos, acionados por sua memória às vezes de maneira repetitiva, como é o caso do jogador Rubens, cujas peripécias para se tornar um “ex-cadáver” são sempre lembradas¹⁶. De certa maneira, todo o cotidiano, suas coisas, causas e soluções, ocorre num ordenamento não-cronológico. O jogo-campo de jogo participa como cronotopo básico na composição das crônicas, mas a concepção de Nelson, tanto do futebol como da existência em si, não é a de uma linearidade simples. O cronista trabalha com linhas sobrepostas: sobre a linha do jogo, sobrepõem-se as lembranças, as memórias.

Em certa instância, os tempos se cruzam como na peça *Vestido de Noiva*, escrita doze anos antes. Ali, a própria maneira de narrar mistura os tempos da memória e dos acontecimentos. Também nas crônicas, Nelson rompe a ordem cronológica dos fatos e toma de assalto o imediatismo típico do gênero. Escrita de véspera, lida no dia seguinte, num veículo de baixa durabilidade, e tematizada na maior parte das vezes no noticiário recente, a crônica se torna a mediação do aqui-agora para o tempo associativo da memória, onde se criam as tradições.

É possível afirmar que, no tempo-espaço imediato, convencional, concreto, mas passível de encontros fortuitos e de inversões cronológicas e carnavalescas,

¹⁵ RODRIGUES, M. F. "Os suspeitos". In: *Manchete Esportiva*, n.º 43, 15. set. 1956.

¹⁶ Como exemplo, veja-se a crônica de *Manchete Esportiva* n.º 107, 1 dez. 1957.

balizado no cronotopo do jogo/campo de jogo, se desenha nas crônicas a imagem de um ser humano impulsionado por paixões, paradoxalmente acometido pelo destino e, ao mesmo tempo, ativo em suas verdades, determinado por certezas eternas e, simultaneamente, mutável. A partir dessa imagem, o personagem de Nelson, se tomado como uma unidade abstrata, opera como um catalisador de uma experiência grupal.

O jogador Rubens, ou Dr. Rubis, é, exemplarmente, um personagem com grande envergadura de sentidos nesses escritos de Nelson, e aparece em várias crônicas. Rubens é um “astro semi-apagado” que ganha uma chance “meio apiedada” no Vasco da Gama, depois de altos e baixos no futebol. No Flamengo tinha sido um jogador espetacular, “um rei, um deus”, até que conheceu “a decadência no apogeu”: o técnico rubro-negro passou-lhe um “atestado de óbito de vida”. Tirou-o do campo, deixou-o no banco até que foi vendido para um time de Pernambuco. “O destino reservava-lhe uma humilhação ainda mais funda e inapelável. Pernambuco mandou-o de volta, como um imprestável, como incapaz! Eis Rubens sem ter onde cair morto” (ME 150, 4 out 1958).

O jogador, contudo, passa a jogar para o Vasco e se revela um “falso morto”. Recobra seu fulgurante desempenho da época do Flamengo e se torna um “ex-cadáver”. Desse modo, Rubens, o humilhado que ressuscita, encarna um personagem singular, que se particulariza no momento em que seu comportamento – a reação diante do fracasso – é percebido como *comum a todos*, na versão do cronista. A humilhação, afirma Nelson, é um estímulo vital para o brasileiro:

Assim é o brasileiro de brio. Dêem-lhe uma boa vaia e ele sai por aí, fazendo milagres, aos borbotões (*ME* 182, 16 maio 1959.)

Rubens se torna a síntese teatral de um comportamento. No plano geral, o próprio brasileiro – esse povo de que fazemos parte pelo simples ato de lermos as crônicas, sermos os “amigos” e sabermos o que é um Chica-bon – tem esse caráter ativo e mutante. Basta uma vitória para que nossas reações mudem abrupta e completamente. As mudanças, contudo, são também reversíveis. Elas ocorrem numa instância que, pela repetição, forma um ciclo calcificante, formador de tradições. O time do Flamengo é um caso típico: pode perder partidas e campeonatos, mas não perde a gana, a garra, qualidades que estariam associadas misticamente à camisa do clube. Basta vestir a camisa e o jogador se inunda de uma garra imbatível mesmo nas derrotas. E, se for preciso, a camisa pode até mesmo jogar sozinha.

Há, pois, uma instância superior, mística, que exerce o papel de destino e que governa, conduz, agindo como um jogo dentro do jogo. O ser humano, seja o jogador singular, como Didi ou o Dr. Rubis, seja o brasileiro genérico, sofre a ação desse jogo do destino. E, no entanto, guardam, à revelia dele, uma identidade própria, delineando a imagem que se forma do ser humano. Em todos os momentos, a narrativa de Nelson joga com índices da identidade humana, como a reação diante da derrota, a auto-superação, a força de sobrevivência do instinto e, dessa forma, seja no futebol em si mesmo, seja nas crônicas, o homem se enraíza na cultura, uma identidade nacional e a cultura popular se juntam, no encontro do futebol com a narrativa.

A provação, tema antigo na história da literatura universal, configura-se, assim, como um dos motivos composicionais que realiza a ponte entre o futebol, compreendido como um texto em si mesmo, e as crônicas. O esporte é, intrinsecamente, uma sorte de dramatização da prova, em que o atleta se mede diante de si e dos outros, na tentativa de superar a si e ao adversário. Nas crônicas de Nelson, a prova futebolística se torna a prova dramatizada do país diante de um outro, estrangeiro, bem como a prova do indivíduo diante dos demais.

Desse modo, há sempre uma representação em jogo, que torna a ser representada na narração. A partir da provação, o ser humano busca uma identidade individual e coletiva, ligada com a idéia de uma cultura nacional. Num mesmo plano narrativo, aparecem o torcedor, o jogador, o leitor, o narrador. Ou seja, na medida em que o futebol é visto como representação de um combate, ele se torna, na crônica, motivo para desencadear a estilização de um debate em curso no país: a relação entre a cultura popular e a identidade nacional.

À provação somam-se as peripécias pelas quais jogadores e times passam no tempo horizontal das crônicas, tomadas como série, e que pode ser associada a já mencionada mobilidade interna dos argumentos, traço da relação da crônica com o tempo e a sua intensidade. O brasileiro passa de vira-lata à confiante e em seguida volta a ser vira-lata. De medroso, o jogador passa a corajoso e destemido. De grande jogador, ele se torna mascarado, e assim por diante. Trata-se de um tipo de performance cíclica que remete ao motivo da metamorfose, como organizador da narração.

A metamorfose ou transformação, basicamente a humana, pertence ao acervo do folclore mundial pré-clássico e se manteve viva de modo nítido no conto popular. Na idéia mitológica da metamorfose está implícita a noção de uma evolução (não necessariamente “para frente”, nem regular), tratando-se, portanto, de uma modalidade específica de série temporal¹⁷. Quando passamos de vira-latas a confiantes e vice-versa, há um processo de desenvolvimento em curso, não no sentido positivista de que se vá para algo melhor, mas de uma transformação aos saltos. Nas crônicas, os saltos são facilitados pelo próprio formato do texto, breve e interrupto.

Nas crônicas de Nelson, a transformação dá origem a sub-séries, não necessariamente seqüenciais, como as crônicas que se referem ao vira-lata, ou as duas crônicas que falam do canalha (*ME* 9 e 10, de 21 e de 28 jan de 1956), bem como origina o que se poderia chamar de anti-série, com casos isolados de alteração momentânea, como a história do técnico pacato que sai dando tiros (*ME* 104, 16 nov 1954). Em qualquer uma das instâncias, manifesta-se o tipo de representação narrativa da vida humana em seus momentos essenciais, aqueles momentos de crise e mudança, quando um homem se transforma em outro. Não existe um devir restrito, mas transformação.

Ingressa na narração, por esse viés, a metamorfose cotidiana, para cuja assimilação a crônica parece o gênero mais adaptado. Na seqüência dos dias, as mudanças acontecem sempre e insuspeitamente, nem sempre onde olhamos, nem sempre onde esperamos. A velocidade da informação acrescenta, assim, um fluxo de

¹⁷ Vide BAKHTIN, op. cit., p. 235-236.

alternância caótica à série: a mudança está em todos os lugares, a identidade se depara permanentemente com a mudança. Nelson registra ele mesmo essa dificuldade de reconhecer o mundo:

E me convenci, de vez, que ninguém conhece a própria cidade, que o sujeito só conhece mesmo a sua rua, o seu bairro e o itinerário normal do seu ônibus, do seu lotação, do seu táxi. Talvez fosse aconselhável que, ao sair, de casa, todas as manhãs, levássemos um guia turístico do Rio de Janeiro. (*ME* 36, 28 jul 1956.)

Essa alternância não-sistemática de posições é importante para perceber o sentimento do tempo na crônica. Nas crônicas de Nelson, ela ajuda a clarear uma especificidade temporal da narrativa, já mencionada: o emprego de referências convencionadas associado aos fluxos de memória, conduzindo para uma associação entre o imediato, concreto, e o sem tempo, a tradição.

Há ainda no cronotopo do jogo-estádio um elemento subjacente que ganha proveito nos relatos de Nelson. Jogado em equipe, sob a forma de times em que se mantém um convívio íntimo e intenso (veja-se o caso do jogador que gostava de apanhar, em *ME* 10, 28 jan 1956), o futebol revive simbolicamente um tipo de privacidade coletiva, similar à da família. Ora, a família é o núcleo central dos acontecimentos em toda a dramaturgia e novelística de Nelson. Ela irrompe de suas peças como uma tradição aparentemente eterna, trazendo consigo outros valores de igual aparência, como a fidelidade.

O time pelo qual se torce “funciona” como uma espécie de família, mas essa, contrariando as regras, é uma família que o torcedor pode escolher. É o momento em que o indivíduo irrompe para fora do predeterminado familiar. Escolher o time é assim um momento de sair do privado familiar para a esfera do público, onde o

indivíduo se socializa e assume seu papel diante dos outros, numa escolha que tem a ver com a própria idéia de cidadania¹⁸.

O cronotopo do jogo se visualiza, então, como lugar de encontro do privado com o público, do indivíduo com o social. E, como tal, se viabiliza como instrumento de dramatização de uma farta gama de aspectos da sociedade brasileira. O sentimento de patriotismo desencadeado pelo futebol permite dramatizar a conformação de um ideal de nação que em geral se fragmenta internamente, pela multitude de diferenças, sejam elas internas à nação ou externas, pela oposição periferia-centro.

A título de síntese do que foi verificado anteriormente, pode-se então dizer que nas crônicas esportivas de Nelson Rodrigues se firma um lugar novo para a realização da narrativa, no cotidiano da vida: o jogo de futebol. Cronotopo central da série de crônicas de *Manchete Esportiva*, o jogo/estádio aparece como ponto de interseção das séries temporal e espacial das narrativas. É nele que acontecem os encontros e onde se recobra o aspecto de inter-relação entre o público e o privado. É onde, em última instância, se revela, de forma visível e concreta, a dramatização da disputa do jogo, em diálogo com a disputa na vida, seja individual, social ou nacional.

Há dois significados básicos para a análise do cronotopo dominante nessas crônicas de futebol, e dos que lhe são orbitais – a soleira, a praça pública, a transformação. Além de seu papel como organizadores da narração, dos

¹⁸ Como afirma Sérgio Buarque de Holanda, "Só pela transgressão da ordem doméstica e familiar é que nasce o Estado e que o simples indivíduo se faz cidadão [...] ante as leis da Cidade". In *Raízes do Brasil*. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. p. 141.

acontecimentos narrados, eles permitem que Nelson assimile e recrie o texto do futebol, compreendendo-o como manifestação cultural complexa, que não pode ser reduzida, no Brasil, à entidade puramente textual, pela vitalidade e dinamismo que tem, mas que pode ser interpretada e reescrita.

Em sua narrativa sobre o jogo, Nelson re-elabora a relação de empatia existente entre o futebol e o imaginário coletivo, relacionando intimamente o esporte com a formação de uma identidade, individual, coletiva e até mesmo nacional, quando o time em jogo é a seleção do país. Ou seja, Nelson inscreve em suas crônicas esportivas o drama do indivíduo diante de si mesmo e diante dos outros, estilizando o futebol como agente simbólico, formador de identidade.

Bibliografia

AGUIAR, Flávio. "Notas sobre o futebol como situação dramática". In: BOSI, Alfredo (org.). *Cultura brasileira: temas e situações*. São Paulo, Ática, 1987. p. 151-166.

BENEVIDES, Maria Victoria de Mesquita. *O governo Kubitschek: desenvolvimento econômico e estabilidade política 1956-1961*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

BAKHTIN, Mikhail (trad. Yara Frateschi Vieira). *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: HUCITEC; Brasília: Universidade de Brasília, 1993 (a).

_____ (trad. Maria Ermantina Galvão Gomes Pereira). *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992 (a).

_____(trad. Aurora Fornoni Bernadini *et al.*) *Questões de literatura e estética (A Teoria do Romance)*. São Paulo: UNESP, 1993 (b).

BANDEIRA, Manuel & ANDRADE, Carlos Drummond de. *Rio de Janeiro em prosa & verso*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1965. (Rio 4 Séculos. v. 5)

CANDIDO, Antonio. "Dialética da malandragem". In _____. *O discurso e a cidade*. São Paulo: Duas Cidades, 1993.

CASTRO, Ruy. *Estrela solitária: um brasileiro chamado Garrincha*. São Paulo: Cia das Letras, 1995.

_____. *O anjo pornográfico: a vida de Nelson Rodrigues*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

DAMATTA, Roberto. "Antropologia do óbvio". In: *Dossiê Futebol. Revista USP*, n. 22, jun-jul-ago, São Paulo: USP, 1993.

HOBBSAWN, Eric & RANGER, Terence (trad. Celina Cardim Cavalcante). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984. (Col. *Pensamento crítico*, v. 55)

IANNI, Octávio. *A idéia de Brasil Moderno*. 2 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: Cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1992.

RODRIGUES, Nelson. Crônicas publicadas em *Manchete Esportiva*. Rio de Janeiro, Bloch, 1956-1959.

_____. *Teatro Completo: volume único* (org. e pref. de Sábato Magaldi). Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1993.

_____. *Teatro Desagradável*. In: *Dionysos*, Órgão do Serviço Nacional de Teatro do Ministério da Educação e Cultura. Ano 1, n. 1, out 1949. pp. 16-21.

ROSENFELD, Anatol. *Negro, macumba e futebol*. São Paulo: EDUSP: Perspectiva; Campinas: Unicamp, 1993. (*Debates*, v. 258)

SÁ, Jorge de. *A crônica*. São Paulo: Ática, 1987. (Série Princípios)

STAM, Robert (trad. Heloísa Jahn). *Bakhtin: da teoria literária à cultura de massa*. São Paulo: Ática, 1992. (*Temas*, vol. 20)

WILLIAMS, Raymond. "Drama in a dramatised society." In: _____. *Raymond Williams on television*. Toronto: Between the Lines, 1989. p. 3 - 13.

Leitura de notícias e imaginário

Gislene Silva ¹

Resumo: Pode a leitura de notícias provocar no leitor sensações estéticas, ajudá-lo a organizar significados, nutri-lo de experiências transcendentais? A investigação do jornalismo no âmbito da recepção e como narrativa cultural, potente em sua dimensão simbólico-mítica e imaginária, sugere resposta afirmativa. Leitores da revista *Globo Rural*, ao relatarem aspectos do pacto de leitura com a publicação, revelam fundamentos que levam a pesquisa a ultrapassar os limites da centralidade do jornalismo sustentada em fatos e acontecimentos objetivos. E, em sendo uma publicação configurada em sua maior parte por matérias de economia, técnicas e negócios agrícolas, as impressões de leitura indicam também a necessidade de se revisitar demarcações entre notícias factuais e não-factuais, importantes e interessantes, de interesse público e de interesse do público.

Palavras-chaves: narrativa jornalística, leitura de notícias, imaginário, imaginação

Ao fazer reflexões sobre os estudos de recepção em comunicação social, Jesus Martín-Barbero propõe uma abordagem afastada do racionalismo que pensa a relação com os meios somente em termos de conhecimento ou de desconhecimento, em termos ideológicos; uma abordagem que, indubitavelmente, resgate a complexidade da vida cotidiana, a criatividade dos sujeitos, o caráter lúdico e desejoso da relação com os meios (1995: 54). No campo específico da mídia noticiosa, verificamos preferências investigativas a respeito do que é considerada a centralidade do jornalismo, a cobertura de acontecimentos, de fatos. Mas, na opção pela investigação da recepção da notícia, é possível avançar para além dessa fronteira. Martín-Barbero, ao nomear as chaves da trama conceitual das pesquisas de recepção na América Latina, inclui os estudos sobre estética da leitura, colocando a interação dialógica e a interlocução como objeto prioritário de investigação cultural. O pacto de leitura não seria mero *feedback*, mas um autêntico pacto de leitura social que tornam possíveis não só o negócio jornalístico, mas uma transformação cultural, uma relação prazerosa e não puramente cognoscitiva (1995: 63).

¹ Professora do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), doutora em Antropologia pela PUC de São Paulo.

Em pesquisa que analisa a manifestação do sonho da casa no campo no imaginário rural do cidadão urbano², foi possível observar, a partir da antropologia, como estudos do imaginário colaboram no entendimento da interação entre sujeitos e produtos culturais simbólicos ou, mais pontualmente, no entendimento do que se passa entre um leitor e uma publicação de massa, entre o assinante e a leitura de uma revista jornalística. Depoimentos dos leitores assinantes da revista mensal *Globo Rural*, ao descreverem o que buscam ou sentem com a leitura da publicação, constroem uma narrativa que aponta para a presença da fantasia, da lembrança, do devaneio, do sonho – vivências geralmente esquecidas nas atividades dedicadas ao cumprimento do pragmatismo instituído pela racionalidade do pensamento, como é o caso tanto da produção como do estudo da notícia sustentada no fundamento inaugural da objetividade jornalística.

Muitas das configurações do imaginário destes leitores urbanos assinantes de *Globo Rural* são facilmente percebidas em seus depoimentos sobre suas relações com a metrópole São Paulo, com o passado e com as lembranças do meio rural ou da infância, e na própria descrição que fazem da casa de campo imaginada. Neste momento, interessa mais focalizar os aspectos do imaginário sugeridos no pacto de leitura da revista. Porém, é importante ressaltar que estes relatos específicos sobre a leitura só podem ser apreendidos em sua integridade localizando tal narrativa no contexto dos sentimentos do tempo presente vivido na metrópole, do tempo passado e do sonho da casa de campo, no futuro – importante igualmente localizá-la na estreita ligação entre memória e imaginação. Pelo que foi dito pelos leitores, pode-se perceber duas atitudes ou dois modos de sentimentos. O devaneio com a casa no campo parece atender à satisfação de sonhar, recordar, e assim substituir a concretude do projeto, da busca da própria realização do sonho. Mas, diante de toda a crítica que os leitores urbanos fazem à metrópole em que vivem, parece também que sonho acordado com a casa no campo, estimulado pelo contato rotineiro com a revista, atua como propulsor da vontade de transformação da vida. Podemos entender melhor a questão de como textos e imagens da revista levam os leitores a tal sonho mítico, ouvindo o que eles próprios dizem das sensações e sentimentos que a leitura da publicação lhes provoca. Uma leitura que confirma a coleta e uso das informações técnicas em projetos bastante

² Silva, Gislene. *O imaginário rural do leitor urbano: o sonho mítico da casa no campo* (Tese de Doutorado, São Paulo: PUC/Antropologia, 2000). A pesquisa foi elaborada a partir de entrevistas com leitores da Revista *Globo Rural*, residentes na cidade de São Paulo.

estruturados e, ao mesmo tempo, aciona o prazeroso e descompromissado devaneio com uma vida vivida junto à natureza.

Um devaneio que independe de esforço e que escolhe como quer sua hora e seu lugar, de modo tão livre e involuntário como a memória. Como bem disse Pedro Nava, “(...) às vezes não adianta violentar e querer lembrar. Não vem.(...) Somos conduzidos pela preferência do espírito que é fuga, distração, descanso lúdico (...) Ave solta”³. Tanto a recordação como o sonho acordado podem ocorrer inesperadamente dentro de um ônibus lotado no engarrafamento depois de um dia de trabalho, no tropeço numa pedra irregular do calçamento, num simples perfume que passa com alguém pela rua. Mas não se pode deixar de considerar as tentativas voluntárias em estimulá-los, no aconchego de uma rede, numa cadeira de balanço, no travesseiro minutos antes de dormir, ou mesmo na leitura que se faz de uma publicação jornalística como a revista *Globo Rural*, viajando no texto e na contemplação das fotos. Voluntária ou involuntariamente, e independente de que tempo e espaço, o devaneio ou o sonho acordado se instaura.

Vejamos alguns fragmentos das entrevistas⁴ com estes leitores que dizem respeito particularmente à leitura da revista e à narrativa que daí constroem:

*A gente assina a Globo Rural pra ler e recordar. Tem a ver com a gente. A revista fala da cultura do campo, aonde está minha origem. Ele [marido] sempre pega ela primeiro e lê; ele tem uma coisa mais forte com agricultura.
(Dona Derci, de São Matheus)*

*Para mim essa revista traz muita saudade. Saudade de um tempo que eu era criança. E também uma saudade do que está por vir. É como eu te falei da minha imaginação. Eu me transporto. Por exemplo, ela abrange boi, vaca, gado de leite, você começa a imaginar ou você, que já teve um pedacinho de terra, então você gostaria de estar ali com aqueles produtores de leite; pois é natureza, é vida. Quando a Globo Rural fala de flores, você vê a pureza com que os plantadores tratam aquilo. Aí eu vejo a cabeça que meu filho tem, gostando de liberdade, da terra ...
(Neuza, da Cohab do Capão Redondo)*

Eu sou assinante da Globo Rural e admiro. Leio muito. Para minha tristeza vejo muita coisa boa e eu moro em apartamento e fico com raiva... é um martírio ver tanta coisa boa. Por exemplo, a Globo Rural traz uma página do sertanista Villas Boas. Eu não perco, conheço a região, já fui viajando certa vez para ver uma fazenda no Mato Grosso e me embrenhei naquela região, onde

³ In Maria Armanda do Nascimento Arruda, *Mitologia da mineiridade*, p. 209.

⁴ As entrevistas, na tese, foram subdivididas em conteúdos sobre relação com o tempo presente (na metrópole São Paulo), com o tempo passado (no campo ou infância), com o tempo futuro (descrição da casa de campo sonhada) e com a própria revista (leitura).

tem a reserva do Xingu, que delícia! A natureza fala mais alto pra gente, é Deus na gente... então eu leio a Globo Rural. Eu tenho capacidade de assimilar tudo que eu leio. Tenho condição de comparar os sentimentos com aqueles que eu já sei e já conheço. Uma vez saiu uma reportagem sobre um touro famoso... Ludy de Garça! e eu fiquei naquela gravura, perdido, pois eu tinha um touro como aquele e fiquei pensando naquele touro... depois, veio a notícia que ele morreu. Como eu vivi aquilo! Vem digamos alguém arrancando batatas.. eu vivo aquilo ... tangendo um gado.. eu vivo aquilo. Então me faz muito bem. Olha, em síntese, eu não perco nenhuma página. Até as historietazinhas que vêm ali... ah, como são gostosas. Então eu devo confessar que sou um apaixonado pela Globo Rural. Quando leio a revista eu aprendo tanta coisa... A gente aprende hoje o aproveitamento da terra, um aproveitamento mais científico, não usando muita terra. Eu tenho vontade de voltar a engordar boi numa área pequena.

(Sr. Rubens, caçador de onça)

Leio a revista desde que começou. Tenho a número 1. Fico contente com as informações, além de matar um pouco a saudade do meu interior. Quando eu leio até comparo as técnicas de hoje com as que eu usava e com as que eu aprendi na escola. Eu gosto das técnicas de criação de animais, capivara, boi. Tem coisas que eu comento com meu pai. Às vezes eu até levo a revista pra ele. Adoro umas coisas que aparecem lá. Há pouco tempo saiu o “Ser mineiro”, eu não sou bairrista, mas... Com a revista eu me transfiro pra lá, pro meu tempo. Eu gostaria de ir naquele lugar onde tiraram a foto. Você vê fotos de Minas onde tem uma plantação e logo atrás tem uma mata virgem...

(João, professor de desenho técnico)

A Globo Rural é uma revista que mantém as informações rurais e eu ainda mato a saudade. Eu leio a revista pra sonhar, para alimentar o meu sonho. Serve de terapia. Aí quando vou dormir, e estou sem sono, começo a ver a terra... como eu vou fazer...

(Francisco, do Piauí)

Eu até comprei uns números atrasados, comprei vários. Eu não deixo minha filha cortar a revista. Sabe que muitas vezes eu tiro xérox de uma matéria e passo para as pessoas. Eu acompanho tudo e leio. Muitas vezes as pessoas até acham esquisito. Minha esposa e outras pessoas que pegaram em enxada me dizem: mas como você que nunca trabalhou na roça, sempre morou em São Paulo, quer saber mais do que a gente?

(Claudio, o japonês da Internet)

Como eu leio muitas coisas de cunho técnico, eu assino essas revistas mais relaxantes. Da mesma forma, eu optei pela Globo Rural. Talvez até em função do programa [Globo Rural / TV Globo] que eu assistia; assistia principalmente com meu pai. Como eu já gostava do programa, eu acabei comprando para ver o que saía lá na revista. Mais por curiosidade. Eu queria ler para saber do que eu ia gostar do campo. Eu queria sentir que eu gostava de alguma coisa de lá. A Globo Rural transporta a gente, é um horizonte... alimenta o nosso imaginário.

(Wanda, da Vila Madalena)

Eu não leio na revista matérias muito técnicas. Me interessa por algumas partes, sobre plantas ornamentais, animais silvestres, ecologia. Tiro algumas idéias para usar... É impressionante o que aparece nas fotos.

(Luiz, o paisagista)

Querida uma revista que falasse de várias coisas da terra. Eu ia me interessando por aquelas imagens. Minha cabeça ia voando. Lendo a revista eu fico mais perto do meu sonho rural. A Globo Rural me faz viajar por todos aqueles lugares e viver diversas situações. Eu adoro a seção de receitas. Copio as receitas e ponho no microcomputador. Ler a revista é gratificante. Sonhar que talvez algum dia eu possa viver no campo com meu filho que também sonha. Quando eu leio, eu sinto o gosto rústico das coisas.

(Magali, do clube de recreação)

Eu leio tudo, sobre alimentação, piscicultura, análise de solo... Gosto das receitas, e faço. A revista me distrai. Ah! Eu sonho na leitura, crio as imagens... vejo um cavalo, é o "meu cavalo". Viajo, visualizo ele na baía, nas redondezas...

(Antonio, aposentado do setor automobilístico)

Fico lendo, olhando e pensando: será que um dia vou ter uma coisa dessa?

(Roberto, digitador da Vila Formosa)

A revista supre essa parte, pois a gente não teve família no interior. Nós não tivemos essa infância. E a gente não viaja, então a gente lê aquele artigo. Tudo isso supre essa coisa de nunca ter morado no mato. Sabe o que a revista faz com você? Você fica se imaginando lá. Olha lá, olha lá que lugar lindo!!!... Olha aquele caminho!! Você viaja ali, é como se estivesse andando por lá. A gente penetra nas fotos, querendo estar no local. A gente sai da cidade mentalmente.

(Walquíria, professora aposentada)

Lendo a revista, na seção de culinária, aparece um monte de coisas simples que dá para fazer. Pão de queijo eu não sabia e aprendi na Globo Rural. Ela ensina técnicas e a manejar alguma coisa. Também quando a gente lê um texto começa a sonhar. Quando você vê a produção artesanal de pinga já começa a imaginar o lugar. A revista aproxima a gente do campo, é o elo na viagem entre os dois espaços. Tem também um outro lado: a revista procura trabalhar a cultura do povo. Não esquece que o homem do campo tem uma cultura que é própria dele. Que essa cultura poderia entrar em extinção. E deve ser preservada. É o homem que faz arreio à mão; o ferreiro que faz o serviço à mão está desaparecendo... a Globo Rural acha eles... o fabricante de berrante. Todas essas coisas que têm ligação com a cultura do povo. O Brasil sempre valorizou mais os espaços urbanos.

(Jaime, dos eventos sertanejos)

Eu comecei a me sentir muito longe do campo e estava buscando coisas para fazer na minha propriedade em Caraguatatuba. É praia lá, não é bem rural, mas nós plantamos muitas árvores. Temos vinte e seis coqueiros plantados, duas mangueiras, plantação de abacaxi. Onde eu iria buscar informação? Numa revista como a Globo Rural vou buscar reportagens sobre flores, sobre animais, coisas antigas, coisa do campo mesmo. Sempre que eu deito à noite, para fugir dos problemas, eu penso nas coisas lá.

(Valdir, professor de inglês)

Tem vezes que você lê a matéria com tanta empolgação que você se sente ali, querendo fazer aquilo (...) Como falar que não gosta de Folia de Reis se a pessoa nunca dançou uma, não participou? As datas... eu já não tenho noções das datas [das festas populares] e é bom a revista falar. Em São Paulo a gente já não tem mais essa noção. Se você fica em São Paulo, isso cai no esquecimento.

(Ivan, corretor de seguros)

Do ponto de vista da imaginação sonhadora, a leitura das matérias, sobre lugares das mais diversas regiões do país, transporta o leitor para o mundo rural, combinando lembranças com a “saudade do que estar por vir”. Serve de terapia, alimenta o sonho, mata a saudade do interior, transfere o leitor para outros tempos e espaços, tira-o mentalmente da cidade. Faz com que ele viaje, com que sua cabeça voe, com que sua boca sinta o gosto rústico das coisas. A revista faz o leitor ficar “naquela gravura, perdido”, “viver aquilo”. É a *utilidade do inútil* de que fala Gaston Bachelard. O leitor “penetra” nas fotos, como se hipnotizado pelas paisagens, que são os olhos da revista. Ao descrever a luz acesa vista por uma janela da casa rural, dentro da noite escura, Bachelard diz que “a casa iluminada é o farol da tranqüilidade sonhada. (...) A janela na casa dos campos é um olho aberto, um olhar lançado para a planície, para o céu longínquo, para o mundo exterior num sentido profundamente filosófico” (1990: 88 e 89).

Por analogia, podemos tomar as fotos da revista como janelas. Janelas por onde os leitores urbanos debruçam-se para olhar, vazando os prédios e os ruídos da metrópole, as campinas, a mata, a horta, o jardim, o pasto, o rio, os pássaros, o silêncio e a calma. Janelas por onde entra a luz que ilumina a casa dos seus sonhos. Fotos que dão colorido ao texto de matérias jornalísticas, transportando os leitores da revista em *viagens, alimentando seu imaginário*, tanto nas lembranças dispostas como quadros na memória quanto no sonho da casa imaginada. Em referência ao fascínio que a jardinagem despertava nos moradores das cidades, já nos séculos XVII e XVIII, Keith Thomas conta que aqueles que não tinham o privilégio de possuir um jardim de verdade não deixavam de ter vasos para flores e plantas, e, na falta disso também, tinham pelo menos uma gravura de flores na parede, para satisfazer sua fantasia⁵.

Gilbert Durand, discutindo a ocularidade, diz que “o fato de ver e de dar a ver está à beira de uma poética. O que dá conta das artes fotográficas: ‘a objetiva’ da máquina fotográfica, sendo um ponto de vista, nunca é objetiva. A contemplação do mundo é já transformação do objeto” (1997: 409). O próprio Bachelard diz que os fotógrafos de gênio sabem dar duração aos seus instantâneos, uma *duração de devaneio* (1988: 115). No contexto da comunicação, como entende Maria Celeste Mira, as fotos nas revistas seriam

⁵ Keith Thomas, *O homem e o mundo natural: mudanças de atitude em relação às plantas e aos animais (1500-1800)*, p.280.

janelas “através das quais vemos o mundo; lentes indiscretas, pelas quais espiamos a vida dos outros; vitrines dos produtos oferecidos ao nosso consumo, real ou simbólico; espelhos, nos quais buscamos encontrar nós mesmos”⁶. Esta relação do leitor com as fotos e com a narrativa das matérias da revista pertence à abrangente herança dos universos simbólicos.

Desse modo, através da janela imaginária da revista, os leitores distanciam-se do presente para rever e transver, para recordar e sonhar. Henri Bergson diz que essas imagens-lembranças, aqui vinculadas às imagens do sonho acordado, nos ocorrem quando nos desvencilhamos do pragmatismo do presente, por isso que “para evocar o passado em forma de imagem, é preciso poder abstrair-se da ação presente, é preciso saber dar valor ao inútil, é preciso querer sonhar. Talvez apenas o homem seja capaz de um esforço desse tipo” (Bergson: 63). Qualquer homem tem essa capacidade e no momento em que a exerce é como se fosse um artista. A condição da arte, diz Leopoldo e Silva, é o relaxamento da tensão diante do útil, do pragmático, então “o que para nós parece criação é fruto dessa descontração, dessa distração pela qual o espírito se distende e, por desatenção, percebe mais e mais profundamente” (p.146).

Este *dar valor ao inútil*, de Bergson, ou o devaneio e sua *função do irreal*, de que fala Bachelard, são tomados comumente como delírio, desvario, fantasia, fuga de si mesmo, quando podem ser o contrário disso. Nessas viagens tenta-se a busca por si mesmo. Vários desses estudiosos chegaram a essa conclusão. Mircea Eliade diz que se trata da nossa *sede pelo ôntico* e aconselha-nos a ver no desejo de proximidade junto à natureza, no sonho com a volta à inocência primeira, com este estado de bem-estar, com o habitar a felicidade do mundo – tal qual faz o homem primitivo em seu eterno retorno – uma *ontologia arcaica*, um esforço no sentido de não perder contato com o *ser*, de experimentar uma plenitude espiritual (Eliade, 1992: 81). Durand diz o mesmo, que a nostalgia da infância, ignorante da morte, é consubstancial à *nostalgia do ser* e do movimento contra o tempo, contra o destino mortal; e que o imaginário é marca de uma vocação ontológica (1997: 402 e 432). Ou, segundo Campbell, o que a alma pede é transcendência (p. 55).

⁶ Maria celeste Mira, *O leitor e a banca de revistas; o caso da editora abril* (Tese de doutorado, Unicamp, 1997), p.328.

Quando os leitores da revista entregam-se ao devaneio, viajando no texto e nas fotos, estão em busca de algo que lhes é muito próprio, essencial. “Parece que habitando tais imagens, imagens que nos tornam estáveis também, recomençariamos outra vida que seria nossa, nas profundezas do nosso ser. Ao contemplar tais imagens, (...) *ruminamos primitividade*”, interpreta Bachelard, chegando à conclusão de que a alma é uma morada e, por isso, quando nos lembramos das casas, dos aposentos, aprendemos a *morar em nós mesmos* (1984: 218 e 197). “O devaneio ajuda-nos a habitar o mundo, a habitar a felicidade do mundo” (1988: 13 e 23). O devaneio do dia se beneficiaria, então, de uma tranquilidade lúcida que é diferente daquela consciência de “ausência de preocupações”; ele “não perduraria se não tivesse a nutri-lo as imagens da doçura de viver, as ilusões da ventura” (1988: 60). O devaneio ou o *sonho acordado* moveria o sonhador no sentido do bem-estar, entregue livremente aos caprichos de sua imaginação.

Essa abordagem retoma a estreita ligação entre imaginação e memória. Muito do que os leitores da revista imaginam tem sustentação nas lembranças. Bachelard diz que

(...) num devaneio, uma vez que nos lembramos, o passado é designado como valor de imagem. A imaginação matiza desde a origem os quadros que gostará de rever. (...) Para reviver os valores do passado, é preciso sonhar, aceitar essa grande dilatação psíquica que é o devaneio, na paz de um grande repouso. Então a Memória e a Imaginação rivalizam para nos devolver as imagens que se ligam à nossa vida (1988: 99).

No *devaneio de leitura* da revista *Globo Rural*, as matérias publicadas na revista parecem prenes de beleza, verdadeiramente poéticas, uma acolhida para o enfrentamento da vida diária, regida por trânsito pesado, tempo perdido, poluição e, principalmente, pela violência. Quando dizem que a leitura da revista transporta-os para outro lugar é como se dissessem que deixam de ser prisioneiros de uma rotina insatisfatória, sem encantamento, sem experiência estética, sem poesia. É o universo imaginário do devaneio contra a irracionalidade do mundo objetivo – no caso aqui, o imaginário rural do leitor urbano estimulado por seu presente vivido justamente na metrópole.

Porém, para Durand, o imaginário, longe de ser epifenômeno passivo, aniquilação ou, então, vã contemplação de um passado terminado, manifesta-se não só

“como atividade que transforma o mundo, como imaginação criadora, mas sobretudo como transformação eufêmica do mundo, (...) como ordenança do ser às ordens do melhor” (p.1997: 397 e 432). Por trás desses sonhos míticos e arquetípicos que agem, sejam ações imaginárias ou práticas, encontramos o *princípio da esperança*. Coerentemente, para Bachelard, os arquétipos são reservas de entusiasmo que nos ajudam a acreditar no mundo, a amar o mundo, a criar o nosso mundo (1988: 119). Assim como os mitos asseguram aos homens a perenidade, os sonhos mais comuns, como o da casa no campo, também revelam uma luta contra o tempo e a morte. Enquanto a revista é lida e os devaneios correm soltos, é como se houvesse a domesticação da temporalidade. E, no dia-a-dia da cidade, estes sonhos, além de deixar a vida mais leve, assegurariam aos sonhadores a esperança de alcançar esse paraíso terrestre. “É a saudade enraizada no mais profundo e no mais longínquo do nosso ser que motiva todas as nossas representações e aproveita todas as férias da temporalidade para fazer crescer em nós, com a ajuda das imagens das pequenas experiências mortas, a própria figura da nossa *esperança essencial*” (Durand, 1997: 403). Só sonha quem acredita na espera.

Quando Walter Benjamin diz, a respeito do narrador, que “a memória é a mais épica de todas as faculdades”, ele buscou tal inspiração em um comentário de Georg Lukács sobre a luta do romance contra o poder do tempo, um combate no qual “emergem as experiências temporais autenticamente épicas: a esperança e a reminiscência” (Benjamin, 1987: 210 e 212).

E não tem sido outra a ação do imaginário, percebida no pacto de leitura da revista, senão a de acalmar e proteger alguns leitores metropolitanos contra a finitude do tempo, de um tempo cada vez mais acelerado, dando a eles “o luxo da emoção estética” como contraponto à “objetividade morta”.

É a objetividade que baliza e recorta mecanicamente os instantes mediadores da nossa sede, é o tempo que distende a nossa saciedade num laborioso desespero, mas é o espaço imaginário que, pelo contrário, reconstitui livremente e imediatamente em cada instante o horizonte e a esperança do Ser na sua perenidade. E é de fato o imaginário que aparece como (...) coração vivo da alma (...). Nesta função fantástica reside esse “suplemento de alma” que a angústia contemporânea procura anarquicamente sobre as ruínas do determinismo, porque é a função fantástica que acrescenta à objetividade morta o interesse assimilador da utilidade, que acrescenta à utilidade a satisfação do agradável, que acrescenta ao agradável o luxo da emoção estética, que,

numa assimilação suprema, depois de ter semanticamente negado o negativo destino, instala o pensamento no eufemismo total da serenidade ou da revolta filosófica ou religiosa. E, sobretudo, a imaginação é o contraponto axiológico da ação. (...) a faculdade do possível, a potência de contingência do futuro. (Durand, 1997: 433).

Leitores urbanos, como inúmeros outros brasileiros atropelados em seu universo de tradições pela brutalidade do processo de urbanização e da economia moderna, também fazem parte hoje do que Edgard de Assis Carvalho chama de “saga imaginária que o mundo tradicional construiu para si próprio”; sejam moradores rurais de áreas urbanizadas ou habitantes metropolitanos – brasileiros como estes leitores da *Globo Rural* que vivem em São Paulo – , essas pessoas conseguem associar dimensões culturais e afetivas da vida rural com os contrastes dos ritmos contagiantes da modernidade e “até refugiarem-se em utopias que revitalizam o vivido, prefigurando um mundo mais autêntico e saboroso, povoado de homens mais totalizados, situados talvez mais próximos da natureza”. Seria uma modalidade de *utopia rústica* que, assim como as tradições rurais e o próprio bucolismo, contemplariam “não a visão fatalista de um mundo rural perdido e ultrapassado, mas a desconfiança para com a vida moderna e seus investimentos tecnológicos insensíveis, rotinização dos tempos de trabalho e outros cinismos consentidos”⁷. A rusticidade não é necessariamente rural, prega o personagem central de *Voyage au Pays de l’Utopie Rustique*⁸ (PUR), que acredita na *cidade dentro do campo*, no projeto de uma urbanização em harmonia com a natureza.

Pois quanto maior é a sensação de separação da natureza, maior é o sentimento de necessidade de a ela retornar. Entre os moradores da metrópole, esse desejo tem mil feições, uma delas revela-se no sonho mítico com a casa no campo, sonho que acalanta a imaginação do leitor urbano e cria em sua subjetividade uma *reserva natural de imaginário*.

A criação do domínio mental da fantasia encontra um paralelo perfeito no estabelecimento de “reservas” ou “parques naturais” em lugares onde as exigências da agricultura, das comunicações e da indústria

⁷ Edgard de Assis Carvalho, “Imagens da tradição” in *Dentro do texto, dentro da vida: ensaios sobre Antonio Candido*, pp.108, 104. Esse artigo trata de *Parceiros do Rio Bonito*, indispensável obra de Antonio Candido sobre a cultura caipira e o fenômeno de urbanização no estado de São Paulo.

⁸ Henri Mendras, *Voyage au pays de l’utopie rustique*. Lyon: Editions Actes Sud, 1979.

ameaçam ocasionar mudanças na face original da terra que logo a tornarão irreconhecível. Uma reserva natural conserva o estado original que em todas as outras partes foi, para nosso pesar, sacrificado à necessidade. Todas as coisas, incluindo o que é inútil e mesmo nocivo, nela podem crescer e proliferar livremente. (Freud)⁹

Tal imaginário é alimentado pela leitura da revista. Numa época de desenvolvimento sem precedentes dos meios de comunicação, as reportagens são prova de novas composições entre real e ficção. Quanto mais investem na *divulgação da realidade*, mais algumas publicações jornalísticas se tornam *ficcionais*. Se observarmos, em outros depoimentos, as referências a atividades culturais, veremos que os leitores da revista *Globo Rural* falam algumas vezes sobre o ato de ir ao cinema, embora não especifiquem filmes; vários falam de música, tanto sertaneja como popular; um deles¹⁰ faz uma manifesto à cultura sertaneja/folclore e outro lembra de alguns escritores clássicos. Nesse contexto, a leitura da revista parece preencher uma função estética e artística. A leitura deste produto massivo exerce nesses leitores urbanos semelhante capacidade de organizar significados e coisas, como faz a literatura e outras artes para os mais instruídos. Como uma obra literária, a revista funciona para esses leitores, mesmo se de forma precária, como incitação a transcender o tempo e o espaço. Não se trata de novidade o fato de produtos da cultura de massa alcançarem tal significação. Muito está sendo discutido sobre a recepção ativa de veículos massivo-populares¹¹.

No caso específico de *Globo Rural*, a publicação privilegia os personagens, suas histórias e ambientações. Eles ganham destaque nas aberturas do texto e nas fotos mais que os números de sua produção e rendimentos. Em sua própria auto-imagem, a revista se vê fazendo o resgate de nós mesmos, brasileiros, de nossa vitalidade própria, do diálogo fascinante entre o nosso futuro e nossa identidade, seja ambiental ou cultural. Não podemos discordar de Walter Benjamin quando diz que a imprensa contribui para a morte da narrativa. “Se a arte da narrativa é hoje rara, a difusão da informação é decisivamente responsável por esse declínio. A cada manhã recebemos notícias de todo o mundo. E, no

⁹ Freud in Raymond Williams, op. cit., p.288. (de Conferências introdutórias sobre a Psicanálise).

¹⁰ O leitor Jaime Balbino nos deu seu depoimento um dia após a morte do cantor Leandro, da dupla sertaneja Leandro e Leonardo. Contou emocionado sua ida ao velório. Naquela semana, o jornalista Fernando Barros e Silva escreveu na Folha de S. Paulo (28/06/1998) sobre a comoção e o desconsolo coletivo: “a morte de Leandro parece privar milhões de pessoas do conforto de um passado, por miserável ou simplório que seja, que lhes foi arrancado pelo Brasil dito urbano, sem que no entanto elas tivessem sido integradas à cidadania ou ao consumo que lhes prometiam”.

¹¹ Cf. obras de Jesus Martin-Barbero. Ver também Silvia Borelli, *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*.

entanto, somos pobres em histórias surpreendentes”¹². Porém, arrisco-me a suspeitar que, em casos específicos, matérias jornalísticas são capazes de provocar sensações estéticas ricas e nutrir muitos espíritos desejosos de experiências transcendentais. Se antes o papel de conservatório de símbolos e mitos cabia à religião e depois foi transferido às grandes artes e mais tarde ao cinema, hoje algumas publicações conseguem, mesmo que com outros propósitos declarados, alimentar em seus leitores o imprescindível luxo da fantasia e experiência poética.

Antonio Candido defende magistralmente o argumento de que todos nós temos direito à literatura, incluindo as mais variadas criações, das lendas e do folclore às formas dramáticas e ficcionais mais complexas. Diz que não há como viver sem contato com alguma forma de fabulação, sem se entregar em alguns momentos diários ao universo fabulado. Concordando com esse direito ao repertório fantástico e considerando que a imprensa é carregada de ficcionalidade, este estudo permite identificar a presença de tais aspectos na leitura que os leitores fazem da revista *Globo Rural*.

Referências Bibliográficas

- ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. *Mitologia da mineiridade; o imaginário mineiro na vida política e cultural do Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- BACHELARD, Gaston. *A poética do devaneio*. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- BACHELARD, Gaston. *A terra e os devaneios do repouso*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- BENJAMIN, Walter. “O narrador; considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”. In: *Magia e técnica, arte e política; ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1987. 3^a.ed.
- BERGSON, Henri. *Matéria e memória; ensaio sobre a relação do corpo com o espírito*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- BERRINI, Beatriz. *Utopia, utopias: visitando poemas de Gonçalves Dias e Manuel Bandeira*. São Paulo: Educ, 1997.
- BORELLI, Silvia Helena Simões. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*. São Paulo: Educ: Estação Liberdade, 1996.
- BORELLI, Silvia Helena Simões. “Memória e temporalidade: diálogo entre Walter Benjamin e Henri Bergson”. In: *Revista Margem*. São Paulo: PUC, número 1, março/1992.
- CAMPBELL, Joseph. *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- CARVALHO, Edgard de Assis. “Imagens da tradição”. In: *Dentro do texto, dentro da vida: ensaios sobre Antonio Candido*; organizadoras Maria Angela D’Incao, Eloísa Faria Scarabôto. São Paulo: Cia. das Letras: Instituto Moreira Salles, 1992.
- DURAND, Gilbert. *As estruturas antropológicas do imaginário; introdução à arquetipologia geral*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- ELIADE, Mircea. *Aspectos do mito (Mith and Reality)*. Lisboa: Edições 70, 1989.
- ELIADE, Mircea. *O mito do eterno retorno*. São Paulo: Mercuryo, 1992.
- LEOPOLDO E SILVA, Franklin . “Bergson, Proust: tensões do tempo”. In: *Tempo e história / Aduino Novaes (org.)*. São Paulo: Cia. das Letras: Secretaria Municipal de Cultura, 1992.

¹² Walter Benjamin, “O narrador”, in *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*, p. 203.

- MARTIN-BARBERO, Jesus. “América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social”. In: Mauro Wilton de Sousa (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- MENDRAS, Henri. *Voyage au pays de l'utopie rustique*. Lyon: Editions Actes Sud, 1979.
- MIRA, Maria Celeste Mira. “O leitor e a banca de revistas: o caso da Editora Abril” (Tese de doutorado). Campinas: Unicamp, 1997.
- MORIN, Edgar. *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.
- MORIN, Edgar. *O cinema e o homem imaginário; ensaio de antropologia*. Lisboa, Portugal: Relógio D'Água/Grande Plano, 1997.
- MORIN, Edgar. *O homem e a morte*. Lisboa, Portugal: Publicações Europa-América, 1976. 2ª ed.
- MORIN, Edgar Morin e Anne Brigitte Kern. *Terra-Pátria*. Lisboa, Portugal: Instituto Piaget, 1993.
- MORIN, Edgar Morin e Jean-Louis Le Moigne. “Universalidade, incerteza, educação e complexidade”. In: *A inteligência da complexidade*. São Paulo: Peirópolis, 2000.
- SILVA, Gislene. *O imaginário rural do leitor urbano; o sonho mítico da casa no campo*. (tese de doutorado). PUC-SP/ Programa de Ciências Sociais/Antropologia, 2000.
- THOMAS, Keith. *O homem e o mundo natural; mudanças de atitude em relação às plantas e aos animais (1500-1800)*. São Paulo: Cia. das Letras, 1988.
- WILLIAMS, Raymond. *O campo e a cidade: na história e na literatura*. São Paulo: Cia. das Letras, 1989.

As narrativas do corpo saudável na era da Grande Saúde

José Luiz Aidar Prado ¹

Resumo: Este estudo integra os estudos de elaboração da hipermídia “A invenção do Outro e do Mesmo na mídia semanal”, em que o eixo principal da pesquisa é riqueza/sucesso X miséria/violência (lembrando que riqueza e miséria são as duas grandes produções do capitalismo global). Neste artigo estudaremos as construções temáticas e figurativas do corpo saudável na mídia semanal. Qual é o corpo saudável proposto nas reportagens de capa? Como o leitor deve construí-lo, o que deve fazer? Como devem ser ultrapassados os limites do corpo? Para tanto, examinaremos as reportagens que tematizam, de acordo com enquadramentos discursivos e palavras de ordem específicos, não só o papel das academias de ginástica, da cirurgia plástica, dos tratamentos estéticos, mas também dos tratamentos e exercícios alternativos e terapias psicológicas e, de um modo mais amplo, a construção de uma socialização contemporânea posta na direção de um imperativo superegóico que afirma o gozo no mundo do consumo.

Palavras-chave: corpo saudável, biopolítica, discurso, mídia semanal.

O corpo saudável é o da nação e o dos indivíduos que moram no Mesmo espaço. Em relação ao corpo da nação, é preciso combater a violência, a miséria, por um lado, e, por outro, construir as virtudes do Mesmo leitor: a criatividade, o poder da mente, etc. Em relação ao corpo do indivíduo, há inúmeras modalizações ligadas ao fazer, desde a cirurgia plástica e exercícios físicos, até formas de aproveitamento do cérebro e de flexibilização do corpo, mapeadas pela mídia, sempre a partir das contribuições das ciências. Há também um mapeamento das novas substâncias hiperpotentes que intervêm no corpo para resolver graves questões como impotência, obesidade, etc.

Consideraremos, com Sfez (1996), que a pós-modernidade acabou ou está no seu fim, e que um novo pacote de discursos ligados às tecnologias do corpo passou a ocupar seu lugar. Para Sfez os relatos do “não há mais...” (metarelatos, poderes centrais, transcendências, universais etc) foi substituído pelos “há novamente” dos analistas simbólicos ligados à biosfera: o ponto nodal é o da saúde perfeita. De que se trata? De “saúde para a vida. Mas também viver para estar em boa saúde. Viver para fazer viver as biotecnologias e as tecnologias da ecologia, sem as quais a Grande Saúde não existiria” (SFEZ, 1996:24). O inimigo não é mais externo: está hoje nos corpos (seja o individual ou o do planeta) e a realidade não é mais externa à linguagem, pois o mundo se tornou signo, discurso.

No capitalismo a produção deixou de estar no primeiro plano, para tornar-se subconjunto da comunicação: produzir um carro é parte do processo de oferta de serviços

¹ Professor doutor do programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, editor da revista Galáxia e coordenador do Grupo de Estudos em Mídia Impressa (que realiza a pesquisa A invenção do Outro e do Mesmo na mídia semanal, projeto apoiado pelo CNPq).

simbólicos ao cliente. Vender um carro não é apenas entregar um objeto composto de mil materiais processados, mas ofertar uma pertinência, um conjunto de sentidos para ajudar um corpo (do cliente) a pertencer a um mundo de estilos, a construir uma identidade (ou um conjunto de identificações ao consumir tal produto (e não outro), a encontrar-se socialmente, a saber consumir, a saber ser (PRADO E CAZELOTO,2006).

Nesse discurso da Saúde e do corpo saudável está em lugar central o genoma, a biologia molecular, a medicina aplicada aos esportes, a esculturação do corpo, a fabricação das super-substâncias (como os super-remédios): “ O real não está mais fora, mas dentro, no emaranhado dos níveis, na relação hierárquica não hierarquizada das redes” (idem,27). Não é mais “do alto, de Deus, do estado, que vem a razão. Não é mais de baixo, do povo, da nação, que viriam as luzes. ‘Isso’ vem hoje da ciência, isto é, de toda parte, sem controle, dos grandes laboratórios instituídos aos pequenos erráticos” (idem,28). Há aqui então

“uma espécie de embreagem de uma ciência mediatizada sobre os indivíduos, sobre os desejos particulares, desejos ferozes que pretendem excluir toda mediação institucional em nome de sua liberdade. (...) Entre a ciência e o indivíduo, sobretudo nada de intermediário” (idem,28).

Um dos traços dessa utopia da Saúde está, portanto, na forma direta pela qual a tecnociência e seus analistas simbólicos constrói os controles (no sentido de Deleuze,1992). O sistema de comunicação não disciplina (no sentido foucaultiano), mas controla, preenche o espaço-tempo de modos bastante específicos, entre os quais estão esses mapeamentos sistêmicos da mídia a partir da tecnociência e seus dispositivos comunicacionais (inclusive as assessorias de imprensa dos cientistas, médicos e pesquisadores, os *releases* dos laboratórios farmacêuticos, as novidades das academias, etc). A Saúde não substituiu a Comunicação, ao contrário, tornou-se a forma pela qual o Mesmo configura a maioria, molda seu Corpo, figurativiza seus modos de ocupar espaço, de viver, de existir no próprio corpo sexualizado e na produção de si para o mercado.

Deleuze não entende maioria como um ser numérico, mas como “um modelo ao qual é preciso estar conforme” (1992:214), ou como “a determinação de um estado ou de um padrão em relação ao qual tanto as quantidades maiores quanto as menores serão ditas minoritárias – homem-branco, adulto-macho, etc.” (1997:87) Assim, a maioria refere-se a um estado de dominação, de hegemonia discursiva (a Comunicação, a Saúde dos leitores do Mesmo mundo), enquanto uma minoria se refere ao devir, ao acontecimento (no sentido de Badiou), à ruptura de um estado dominante. “Quando uma minoria cria para si modelos, é porque quer se tornar majoritária” (1992:214). Os modelos de Saúde de que tratamos aqui são, portanto, majoritários. A mídia semanal enuncia para esses espaços majoritários do Mesmo. Como diz Deleuze, não há devir-homem, porque o homem, o macho, é entidade “molar”, ou sistêmica, voltada à racionalidade que visa fins no mercado, enquanto os devires são “moleculares”, de ruptura de lógicas da maioria, criando, no espaço de controle (e, portanto, de não-confinamento) da comunicação generalizada, “vacúolos de não-comunicação, interruptores, para escapar ao controle” (1992:217).

A Grande Saúde constitui a era da biosocialidade, termo de Rabinow que Sfez prefere encarar como bio-eco-religião. Ela inclui a grande comunicação, mas a desloca:

“ a comunicação não morreu. Sua fábula é que se foi. As realidades da comunicação permanecem, sua economia, suas redes estratégicas e financeiras, suas práticas na empresa, na mídia, na publicidade. Mas sua eficácia simbólica diminuiu. Os críticos da comunicação

desempenharam seu papel. Toda imagem simbólica se degrada. (...) Percebe-se já quais são os elementos que vão sobreviver na nova figura em formação: o virtual, a simulação, a criação de seres eletrônicos, novos semideuses, desempenham seu papel, muito importante, no dispositivo da Grande Saúde” (idem,367).

A Grande Saúde absorve as ideologias anteriores da decisão racional e da comunicação (como se vê acima), mas não se reduz a elas. Trata-se do grande projeto narrativo transformacional do corpo do indivíduo e do planeta, apoiado nos discursos da ciência (medicina, genética, biotecnologia, biologia molecular, ecologia, informática) e divulgado pelo marketing e pela publicidade.

“Obsedado por sua saúde física e mental, o indivíduo de hoje vive somente relações intermitentes com a medicina, que continua sendo principalmente terapia, portanto ocasional (...) Acabou a relação intermitente com a medicina. A relação será permanente, total. Totalitária. Ao passo que a economia da saúde terá um papel central no equilíbrio (ou no desequilíbrio) dos Estados” (idem,368).

A situação hegemônica desse paradigma majoritário chegou ao ponto de não mais exigir uma crítica mediática da psicanálise ou das terapias alternativas. *Veja* 28/6/2006 é a primeira capa da revista em que se coloca o “real poder do cérebro sobre a saúde”, sendo esse real poder o velho poder da mente, que sempre a revista traz de volta. A novidade está em que “a psique é tão importante quanto a genética e o estilo de vida no desenvolvimento e no tratamento das diversas doenças”. Não é mais necessário deixar a psicanálise e as terapias ao longe. Hoje já é possível integrá-las ao lado de outras descobertas da ciência para fazer que a mente trabalhe contra as doenças de fundo emocional. Juntos, médicos e psicólogos já podem lutar contra o mesmo inimigo. Outra consequência desse discurso mediático está na aceitação das medicinas alternativas, ioga, e outros produtos do budismo pop, como o nomeia Zizek. *Época* 10/7/2006 informa que “novos estudos mostram que a prática milenar indiana de posturas (...) não serve apenas para relaxar e manter o corpo em forma”, mas ajuda a “controlar problemas cardíacos, diabetes, depressão e até transtornos da menopausa”. O budismo pop atua em duas direções: relaxa, mantendo a forma, por um lado, e combate doenças, por outro; ele é o necessário complemento do hiperativismo do capitalismo globalizante. Uma legenda explica melhor essa conjugação: “A mezzosoprano Céline Imbert no Teatro Municipal, em São Paulo. Ela afirma usar a ioga para se recuperar da rotina desgastante dos palcos de ópera”. Estará também a psicanálise sendo absorvida como um dispositivo embreante do capitalismo, como sugere *Veja*?

Examinaremos, a seguir, como a mídia semanal constrói as narrativas de Saúde no período 2000-2006. Encontramos grandes grupos de narrativas sobre o tema, mas uma unidade dá consistência a todas: o culto ao corpo. Trata-se de apresentar aos leitores o universo do corpo transformado e transformável a partir das descobertas e pesquisas das ciências (novas substâncias, novos tratamentos) empreendido por aqueles que têm força de vontade, dinheiro e conhecimento. Como melhorar seu corpo? O que o mercado, irrigado pelas conquistas das ciências, coloca à sua disposição? Ainda há tempo de você se preparar para mostrar seu corpo no verão. Os inimigos a combater: celulite, gordura, rugas, doenças. Metodologias: dietas, cirurgias plásticas, super-remédios, uma série de tratamentos estéticos sempre renovados, terapias, budismo pop. Passionalização: faça tudo isso com alegria e força de vontade. Examinaremos em várias reportagens cada um desses aspectos aqui recortados.

O mercado e a mídia trazem sucessos da ciência para você

Veja 13/9/2000 apresenta um ensaio fotográfico com os belos corpos nus dos atletas australianos (da revista *Black & White*), com o título “O laboratório do corpo”. O título da reportagem de capa é “As lições de Sydney para sua saúde”. A chamada da abertura: “Na fórmula 1 são obtidas as inovações que um dia estarão em carros na sua garagem. De competições de alto nível, como os Jogos Olímpicos, a medicina arranca segredos do funcionamento do corpo humano”. Em Sydney a elite do esporte mundial, constituída por um “pelotão de seres humanos com desempenho atlético muito acima da média” estaria buscando “glórias e medalhas”, mas ajudaria “a medicina a desvendar segredos do funcionamento do corpo humano que só se revela em condições excepcionais – sob o esforço físico e psicológico desumano a que os atletas de ponta aceitam submeter-se para chegar às alturas do Olimpo”. Muitas das invenções ligadas ao mundo do esporte tornaram-se rotina na medicina (a artroscopia, a esteira ergométrica, os estudos da biomecânica etc). “Foi graças aos estudos dos atletas que os pesquisadores passaram a colocar toda a ênfase dos programas de condicionamento físico no coração”. Uma das fontes do artigo é um pesquisador norte-americano. O aerobismo foi descoberto nas pistas. “Oxigenar bem as células passou a ser a preocupação primordial da preparação física e, conseqüentemente, da saúde do coração”. Aí entra um fisiologista da USP: “Antigamente a medicina esportiva estava voltada basicamente para tratar as lesões do atleta. Hoje o paciente comum exige de seu médico particular conhecimentos sobre a prática de exercício físico, sobre a melhor maneira de perder peso ou sobre os hábitos que deve adquirir para prevenir doenças do coração”. Parte do aprendizado vem do limite a que o atleta é submetido à dor, como no caso de nadadores que têm de “despejar toda a energia que possuem ao longo das dezenas de segundos que duram as provas. Portanto, é crucial que aprendam a suportar a dor sem as atitudes de defesa que atrapalham o desempenho”.

O novo superego do prazer: goze!

Dentro dessa rubrica geral de “culto ao corpo” as reportagens da mídia semanal apresentam variações de ênfase, mas sempre abordam uma espécie de direito à saúde e à felicidade construídos a partir do imperativo de um novo superego (SAFATLE, in PRADO,2005): “seja feliz, faça X,Y,Z para conseguir W”. Algumas enquadram esse tema geral a partir do tema “a busca da juventude”, em que são apresentadas possibilidades de enfrentar o envelhecimento de um modo ativo e saudável, como em *Veja* 11/7/2001 (hábitos decisivos para uma vida longa e feliz: apague o cigarro, coma direito, fique em forma, beba menos, fique calmo, sempre no imperativo do novo; na seqüência, outra reportagem afirma que “o bom humor afasta doenças”). O mesmo ocorre em *Istoé* 16/1/2002, “Viva bem aos 100 – médicos explicam o que fazer, a partir dos 20 anos, para manter a saúde e a qualidade de vida na velhice. Confira as dicas dos especialistas em nutrição (efeitos das substâncias ativas em certos alimentos funcionais), *fitness* (exercícios na dose certa), mente e emoções (valorização de atividade e sentimentos positivos), sexo

(benefício emocional e orgânico) e beleza (importante para a auto-estima)". A agenda imperativa do novo supereu inclui revelar os "segredos" para a busca dessa juventude: a aposta em um novo conceito, da funcionalidade do corpo; "encarar a vida com otimismo e bom humor também ajuda". Na mesma revista a entrevista fala de novas terapias contra o câncer: "A medicina está domando o câncer".

Outras reportagens abordam essa busca da fonte da juventude – *Época* 2/2/04; "Como viver mais e melhor" *Época* 13/3/06; "A nova fonte da juventude" *Istoé* 8/10/03; "Receitas da ciência para manter-se jovem" *Veja* 11/6/03; "A ciência da vida longa e saudável" *Veja* 15/9/04; "Esqueça a idade" *Istoé* 18/5/05.

Palavras de ordem

Outro conjunto de reportagens examina os imperativos, as palavras de ordem (GOMES,2005; PRADO,2005; DELEUZE,1997) para a produção de si em termos de pele e formas: diz a capa de *Istoé* 8/5/2002: "A hora de cuidar do corpo – O período entre maio e setembro é o mais indicado para os cuidados com a estética. Conheça as principais técnicas para melhorar a pele e aperfeiçoar as formas. Fique em dia com os lançamentos da indústria. Aprenda a comer bem nos meses frios que se aproximam". As palavras de ordem incidem na necessidade de conhecer as produções da tecnociência criadas para o corpo, de se atualizar sempre pela mídia, que acompanha a produção ampla da ciência e da indústria (os produtos, as marcas, os tipos de técnicas e tratamentos aconselhados, as melhores dietas, as saídas oferecidas, todas ilustradas com zonas de corpos belos, de formas-modelo; aprenda com os ensinamentos trazidos pelo enunciador mediático). A capa e a abertura da reportagem figurativizam todo esse processo, colocando uma grade, semelhante a andaimes na frente de um corpo feminino nu (de costas na capa e de frente, na reportagem). Esse modelo de oferta mediática se repete sem cessar em todas as revistas.

Istoé 18/5/2005 ("Esqueça a idade") aborda os tratamentos de cremes "que prometem rejuvenescer a pele em até uma década" (filtro solar, cremes de rejuvenescimento, preenchedores, complexos vitamínicos, etc). *Veja* 15/9/2004 apresenta "a ciência da vida longa e saudável": "viver muito mais que os avós já é realidade para a atual geração de jovens e adultos. A promessa da ciência agora é a de uma velhice ativa e prazerosa". O enunciador apresenta os "sinais do tempo" (células a menos, intoxicação interna, mutações na mitocôndria, lixo demais dentro das células, proteínas grudadas, etc) e diz que "os genes não são tudo. Para modalizar uma boa velhice, a revista apresenta juízo sobre afirmações sobre a velhice, informando, a partir dos saberes da ciência, onde estão as verdades e falsidades (ingerir menos calorias aumenta a longevidade? - verdade; depois dos 40 todo mundo deve tomar suplementos vitamínicos e minerais? - depende; verduras verdes e soja protegem contra o câncer? - verdade, etc).

Veja 11/6/2003 apresenta "receitas da ciência para manter-se jovem aos 30,40,50... e 60 anos", com uma mulher nua na capa. O discurso se concentra no saber da ciência ("A ciência já decifrou os mecanismos básicos do processo de amadurecimento do corpo humano e, pela primeira vez, os médicos têm recomendações eficientes para ajudar as pessoas a atrasar o ritmo do relógio biológico e viver mais, melhor e com intensidade"). Como se o devir, para voltar a Deleuze, fosse molar e não molecular. A revista indica para cada idade, de 30 a 60 anos, os problemas na pele, nos ossos, olhos, ouvidos, músculos e

coração e as recomendações para mulheres e homens. As ilustrações são fotos parciais de corpos de casais nus em cada uma dessas idades.

Época 2/2/2004 enfoca a “fonte da juventude” (“conheça as novas técnicas de beleza que fazem a pele perder as rugas e ganhar o brilho de 20 anos atrás”). A foto é dividida ao meio e apresenta a pele de uma mulher de 50 anos antes e depois do *peeling* Kacowicz. As fotos de face dividida ao meio não são novas: *Veja* já colocou tal figura na capa na edição de 15/4/1981.

Época 13/3/2006 ensina “como viver mais e melhor” (apresentando as novas pesquisas para prolongar a vida com qualidade, os segredos das cidades brasileiras de maior longevidade e o impacto econômico do envelhecimento da população). A reportagem interna tem por título “Como passar dos cem” – “já há quase 25 mil centenários no Brasil. Qual o segredo deles?” Os quatro segredos das cidades brasileiras onde mais se vive são assim apresentados: 1. continuar a trabalhar; 2. praticar esportes; 3. manter vida social; 4. adotar uma dieta saudável. Em cada um desses itens é descrita a vida social na cidade considerada. Uma segunda reportagem enfoca “as novidades que estão saindo dos laboratórios para prolongar a existência humana”. Esta é uma das poucas reportagens onde se cria uma novidade, em termos da cartografia do país do ponto de vista social, tentando apontar as causas da longevidade nessas cidades.

Repaginação - o mercado traz a novidade, mas a força de vontade é sua (o longo e o curto prazo da Saúde)

Época 10/11/2003 apresenta capa “Beleza sob medida” com uma mulher de seios á mostra, como se fosse estátua sendo esculpida, oferecendo tratamentos rápidos, que dão resultados a tempo para o verão, novidades para combater a celulite, gordura e rugas, dieta e malhação. Para isso é preciso força de vontade e a nova geração de produtos e tratamentos”. “É claro que um corpo saudável e sarado não se constrói em 30 dias – é mais um projeto de vida. Mas, com muita dedicação, tempo de dinheiro para investir na nova geração de produtos e tratamentos, é possível fazer uma repaginada relâmpago”. O que é possível fazer: emagrecer um pouco, perder 5% de gordura, amenizar rugas, diminuir a celulite, deixar os dentes sem manchas “para contrastar com a pele bronzeada”. Como em outras edições, a revista apresenta produtos e preços, bem como tabela de cuidados à mesa, ranking calórico dos vários exercícios, etc. As fotos são de mulheres bonitas e com pouca ou nenhuma roupa ou de pessoas fazendo exercícios ou tratamentos.

As substâncias hiperpoderosas

Há também as reportagens que enquadram o tema da juventude e da saúde a partir da ingestão de substâncias, como na *Istoé* 8/10/2003, sobre as virtudes da procaína. A capa tem título “Nova fonte da juventude”, apontada como “mais recente promessa de energia e rejuvenescimento”. A chamada da abertura interna, afirma: “De acordo com quem a utiliza, a procaína melhora o humor, dá um banho de vitalidade e garante bem-estar”. A reportagem fala também de “suplementos” vitamínicos. Neste tipo de discurso, a substância é vista como super-poderosa, doadora de uma série de potências para o usuário: “seus poderes combateriam depressão, melhorariam o humor, aumentariam a disposição e a libido, agiriam contra processos inflamatórios, ajudariam a emagrecer e a enfrentar os

problemas sem tanto stress. Ou seja, uma injeção de substância, garantiria, pelo menos por um tempo, a vida que todo mundo deseja: com beleza, energia e felicidade”. E prossegue: “É por isso que a cocaína tornou-se mania, principalmente entre os ricos e famosos”. Aqui o modelo é o do consumo: o usuário compra uma substância que modaliza seu ser, sem que ele tenha de se empenhar na própria construção de si, o que aparece figurativizado na abertura da reportagem: de um lado um girassol murcho é regado pelos comprimidos da super-substância, de outro a planta aparece ereta e vigorosa.

Esse modelo de euforização de certas substâncias doadoras de potência se repete em relação aos super-remédios em inúmeras reportagens e será tema de outro texto. A *Istoé* 7/7/2004 coloca na capa um comprimido com capinha de super-herói e apresenta uma série de super-substâncias potentes contra uma série de doenças. *Veja* 16/7/2004 (capa “Um santo remédio”) aborda a potência das estatinas. *Época* 2/5/2005 (“Remédios de última geração”) traz remédios contra câncer, AIDS, diabetes e para o coração, em uma capa com um enorme comprimido pairando como uma entidade divina e um coletivo com mãos erguidas buscando a salvação no comprimido. *Época* 10/5/2004 (“Os herdeiros do Prozac”) fala das “últimas armas contra a depressão”: “novos remédios e terapias agem mais rápido, são mais eficazes e combatem melhor sintomas como dores de cabeça, distúrbios do sono e alterações de peso”. *Veja* 26/6/2002 tem por título de capa “Super-remédios”, abordando “a revolução no tratamento desses males”: impotência, diabetes, AIDS, depressão, colesterol alto, dores. Há também reportagens sobre tratamentos (*Veja* 23/11/2005 “A medicina que faz milagres” – tratamentos com células-tronco no Brasil e *Istoé* 9/3/2005 “A ciência do sangue” – “novos exames revolucionam a medicina preventiva”). *Istoé* 27/6/2001 trata de “A nova pílula do amor”, sobre os remédios contra a impotência.

Um outro grupo de reportagens examina aspectos dessa nova ordem mundial da Saúde ligados ao comportamento da mulher. Citemos duas reportagens. *Veja* 8/3/2000: “A ciência da mulher” – “como as descobertas da medicina e da estética tornaram a maturidade uma fase exuberante na vida das mulheres”. São examinados os casos de seis mulheres com idades entre 35 e 40 anos. Para cada uma a revista constrói uma ficha em que se compara comportamento nos anos 80 e 2000 em relação a itens como sol, atividade física, alimentação, cirurgia plástica, etc. Em um box são apresentadas as mudanças nos tratamentos da saúde e da estética feminina, construindo duas temporalidades (antes e depois) em relação a: rugas, seios, gordura, ginástica, bronzamento, remédios para emagrecer, osteoporose, câncer de mama. *Veja* 30/5/2001 trata do “Prazer – a vez da mulher” – “a ciência desvenda os problemas sexuais femininos. E já resolve muitos”. O título da reportagem interna é “Muito prazer”. O olho diz: “Com terapias e drogas que aumentam o desejo e estimulam o orgasmo, a ciência avança no campo até recentemente inexplorado da satisfação sexual das mulheres”. A primeira frase da matéria é: “A nova revolução sexual está sendo gestada nos laboratórios”. Essa frase merece uma análise cuidadosa e detida. Ela resume o que estamos vendo em geral nas reportagens sobre o corpo: a medicina está oferecendo formas de melhorar a vida em diversos campos, como sexualidade, aumento da saúde e combate a doenças, auto-estima por meio da melhoria da imagem externa, com possibilidade de rejuvenescimento. Essas novas “revoluções” estão sendo gestadas nos laboratórios. Segunda frase: “O estudo da sexualidade da mulher, até recentemente restrito aos profissionais do divã, começa a avançar impulsionado pela medicina. A cada dia, pesquisadores descobrem novas causas orgânicas para os problemas femininos mais comuns quando o assunto é prazer: falta de desejo, ausência de orgasmo, dificuldade em chegar à excitação e dor durante o sexo convencional”. Em outras palavras,

anteriormente as revistas semanais euforizavam as substâncias e sua ação orgânica diante da psicanálise e sua ação psíquica. Como já dissemos, isso parece ter mudado somente há algumas edições.

Em outro tipo de reportagens, trata-se de mostrar como a cirurgia (ou a medicina) melhora o corpo e retarda o envelhecimento; aqui se constrói novamente o tema da juventude (“A reconstrução do corpo”, *Época* 9/4/01; “Retoque perfeito”, *Época* 22/3/04; “De cara nova”, *Veja* 17/1/01; “Os exageros da plástica”, *Veja* 6/3/02; “Cirurgia plástica Made in Brazil”, *Istoé* 19/3/03. A capa com título “A criação da beleza – como a cirurgia melhora seu corpo e retarda seu envelhecimento” – de *Veja* 23/7/1986 – apresenta título interno “Construção da beleza”. O subtítulo interno afirma: “com o progresso da medicina, a cirurgia plástica torna-se uma arma cada vez mais eficaz na luta pela melhoria estética e na busca da juventude”. Trata-se de “sadia vaidade de pessoas dispostas a retardar os sinais da ação do tempo sobre seus rostos e corpos e pelo desejo manifestado por outras de livrar-se de traços herdados cujos contornos consideram indesejáveis”. O enunciador atesta que a cirurgia plástica “vive um período de ouro”, no que diz respeito ao desenvolvimento de novas técnicas. As operações são “menos devastadoras, provocam menos perda de sangue, são mais eficientes e resultam numa recuperação mais rápida e segura”.

Não abordaremos nesse artigo as reportagens sobre as novas descobertas sobre o cérebro e aquelas que relacionam corpo e cérebro. Isto será feito em texto específico.

Limites e receitas: para uma vida melhor (sonho de consumo da humanidade?)

Um sub-conjunto importante das matérias sobre o culto ao corpo aparece no enquadramento sobre os *limites do corpo*. A reportagem de capa de 11/7/1984 de *Veja* tinha por título “Os limites do homem - rumo ao atleta do ano 2000”, – com título interno “O recorde é o limite”, em que a ciência é o grande modalizador, intervindo como cirurgia no joelho de uma atleta que mal podia andar em março e, doze dias após a intervenção, vence a eliminatória das olimpíadas de Los Angeles. Trata-se de uma composição entre a “textura” de um campeão” e da

“espetacular vitória da Medicina esportiva sobre uma máquina humana – o corpo de Joan Benoit – que apresentava um defeito mecânico. Esse empolgante envolvimento da ciência moderna no mundo do esporte olímpico reúne hoje, além da Medicina, tanto a Biomecânica como a Psicologia, a Genética e a eletrônica, um conjunto que, com avanços tecnológicos sem precedentes, começa efetivamente a empurrar o atleta além de seus limites humanos”.

O pódio, medido em número de medalhas de ouro efetivamente conquistadas, assegura contratos milionários, como os que o atleta norte-americano esperava conseguir com quatro medalhas de ouro – ele esperava “fechar contratos tão astronômicos quanto o que o ídolo musical do momento, o cantor e dançarino Michael Jackson, assinou com a Pepsi-Cola este ano – ao que se alega, 5,5 milhões de dólares”.

Entre os avanços alemães a reportagem cita aqueles desenvolvidos por um pesquisador fugido do lado oriental que trouxe um método de medição do ácido láctico no sangue: esse ácido é produzido

“pelas células dos músculos a partir do momento em que o fornecimento de oxigênio para as células do corpo se torna insuficiente. Este momento coincide com o máximo de sobrecarga física que uma

pessoa pode suportar durante várias horas. A descoberta tornou-se conhecida nos meios científicos como 'limiar aeróbico-anaeróbico'- e seus resultados popularizaram-se a tal ponto que hoje é difícil encontrar uma academia que não ofereça ginástica aeróbica, com rock e tudo”.

São dados outros exemplos, da biomecânica, em que um nadador nada em uma banheira cuja água entra velozmente enquanto o nadador, munido de equipamentos de medição, nada sem sair do lugar. A psicologia, por sua vez, atua no desbloqueio de fatores que poderiam conduzir ao imobilismo físico, como a ansiedade. Diz uma voz do texto: “Nosso objetivo é o de mantê-lo num estado de espírito que assegure o nível ótimo de excitação, sem superá-lo. É este o estado ideal de potencialidade psicofísica de um atleta”. Outra entrevistada assessora um atleta que tem uma espécie de fobia de seu maior adversário, perdendo sempre que o outro está presente.

Em *Veja* 5/3/2003 com título de capa “Os limites do corpo”, o enunciador afirma: “Com ou sem um físico privilegiado pela genética, todo mundo tem de se exercitar”. Neste caso o objetivo é falar do homem comum. Assim começa a reportagem:

“Estar em forma – tradução: magro, corpo durinho, músculos definidos – é o sonho que faz lotar as academias do planeta. Regata molhada de suor, faixa na testa, luvas de proteção, homens e mulheres de todas as idades dedicam horas de agendas corridas o esforço de eliminar gorduras, afinar a silhueta e, enfim, conquistar o gostinho de se olhar no espelho e se achar parecido com o sarado ou a sarada da televisão. Esse é o sonho. A realidade é muito diferente”.

Mais adiante: “Como a ciência vem demonstrando de forma cada vez mais inapelável, malhar e obter resultados consistentes é questão de genética e cabe a cada um encontrar seu limite e permanecer nele, sem extrapolar, mas também sem fazer corpo mole”. A fonte é um pesquisador norte-americano, especialista “na pesquisa das relações entre genética e capacidade física”. *Veja* aprecia muito as vozes de especialistas norte-americanos. Ainda:

“Resumindo: em todas as modalidades esportivas, obviamente, o treinamento, a alimentação e o estilo de vida influem. Mas nada disso criará um atleta notável se a natureza não tiver contribuído com sua parte. Esse talento inato pode ser identificado através de uma série de testes que medem a capacidade aeróbia, velocidade, potência, agilidade, flexibilidade, tempo de reação, coordenação motora, força e composição corporal”.

Com os testes de aptidão os especialistas dirigem o atleta para a atividade “física em que terá melhores resultados”. Daí nasce o futuro campeão, com muita participação da genética e um pouco do ambiente. Isso vale para formar campeões, mas e as gentes normais? Aí, diz *Veja*, “o papel dos genes é mais relativo”. Aqui a divisão de trabalho é meio a meio e os especialistas não nomeados dividem as pessoas em grupos, que respondem de modo diverso ao treinamento: a) os geneticamente favorecidos, que ganham músculos “sem precisar se esfalfar demais”. Entre eles estão os malhadores compulsivos, criticados por *Veja* quando se guiam somente pelo culto do corpo. b) os desfavorecidos, que desistem logo. Conclusão: “é preciso ter paciência e aceitar a resposta do corpo”. Para cada um dos tipos, *Veja* sugere o melhor tipo de malhação e de dieta.

Veja 28/11/2001 dá receita para entrar em forma rápido: “graças aos avanços nos estudos sobre exercícios físicos, é possível perder peso e ganhar músculos em poucos meses”. *Veja* descreve um programa de dez semanas, detalhando o tipo de exercício, a frequência e a repetição, bem como uma dieta.

Na *Época* de 10/9/2001 a capa mostra uma apresentadora de televisão, com o título “Mexa-se”, com subtítulo “Não é preciso ser atleta para se beneficiar dos exercícios; ginástica é melhor que dieta, oferecendo um teste “para avaliar sua aptidão física”. Afirma o enunciador: “Depois de passar os últimos 30 anos apregoando o culto ao corpo, à malhação desenfreada, os especialistas em medicina do esporte chegaram a uma conclusão. Um mínimo de esforço feito com regularidade não prepara ninguém para ganhar a Corrida de São Silvestre, mas é suficiente para garantir uma vida mais saudável”. Para isso, não é preciso nem frequentar academia, mas basta 30 minutos diários de exercícios caseiros. É preciso não exagerar, pois o excesso pode causar lesões, torções e inflamações de músculos, tendões e articulações”. Aqui uma fonte ouvida é a mesma de *Veja* (Turíbio Leite de Barros), que diz que “a dose ideal de atividade física é individual, delimitada pelo prazer e pela dor”. O enunciador propõe então: “Uma receita de ginástica em busca de uma vida melhor leva em conta idade, biótipo, saúde, aptidão e motivação”. Aqui, mais do que receitas de tipos e números de exercícios como os sugeridos em *Veja* (28/11/2001 pg.128,130 e 131 e *Veja* 5/2/2003, pg.72/3), a reportagem procura mostrar em geral os benefícios de ginástica sem excessos. Entretanto, nas fotos as figuras são de gente sarada, todos belos, apresentando em fichas individuais (altura, peso, horas diárias de atividades e periodicidade na semana) a indicação de que todos praticam bastante (3 a 5 vezes por semana, média de 2 horas diárias). O texto, porém, insiste na moderação: “Um dos grandes perigos para quem veste o short, calça o tênis e parte para conquistar o mundo é a comparação com os atletas profissionais”.

Época 10/1/2005 “Em forma sem sofrimento” insiste na fórmula “longe do excesso”: “Corpo em forma sem lesões”. Como evitar exercícios inadequados. Logo na abertura aparece um quadro: “Os pecados das academias”, e depois “cuidados na piscina”. A revista consulta treinadores e especialistas em medicina esportiva para saber o que se deve fazer antes de começar a malhar. Novamente aparece Turíbio Leite Barros. Lateralmente nas páginas que seguem às de abertura, são apresentados acessórios, preços e onde comprar.

Istoé 29/1/2003 apresenta uma capa construída com percurso passional da alegria: “Malhação e alegria” aparecem em laranja, com subtítulo “Descontração, muito divertimento e contato com a natureza são as novidades das academias neste verão”. As academias apresentam novas formas para atrair alunos no verão, partindo do princípio de todos buscam: “barriga no lugar, bumbum e pernas bem torneadas”, que são “uma espécie de sonho de consumo da humanidade”. Alongamento e relaxamento na água, atividades inspiradas no circo, turismo ecológico, esportes de aventura, como *rafting*, *trekking*, rapel e arborismo. *Istoé* fala em tendência mundial de substituir *fitness* (boa forma) por *wellness* (bem-estar): “ou seja, a troca de sacrifício em nome da silhueta fina por atividades que deixam as curvas no lugar, é claro, mas também dão prazer”. Era a entrada da ioga no circuito do *fitness* zen ou do budismo pop. Aqui entra em cena a preocupação com a respiração. A revista cita exercícios que combinam “princípios de dança, natação, ginástica, ioga e tai chi chuan. “Os movimentos são espiralados e ondulatórios. E tudo é feito em sintonia com a respiração”. Em cena também o tema da aquisição de “consciência corporal”. Trata-se não somente de aquisição de forma, mas de relaxamento do corpo e diminuição de *stress*. São citadas academias e escolas nominalmente. Conclusão: “Qualquer que seja a opção de atividade física, o fundamental é gostar de si. Quem não está com o lado emocional em equilíbrio pode ter dificuldade de começar a se exercitar. Harmonizar esse aspecto, portanto, é necessário”.

A mídia semanal oferece, portanto, mapas cognitivos modalizadores biopolíticos para os leitores esculpirem seus corpos e suas mentes, de modo a sentirem prazer, aumentarem sua qualidade de vida, apoiando-se nas descobertas euforizadas da tecnociência toda-poderosa, que força os limites do homem. Isto ocorre em função da transformação, como já foi dito, dos processos de socialização nos últimos 50 anos, em que o supereu não atua mais na convergência de socialização e repressão, mas a partir da gratificação pelo gozo. A publicidade, o mercado, a comunicação dirão (ou emitirão as palavras de ordem): goze, tenha prazer, encontre seu lugar de felicidade no mundo. A questão se complica quando se constata que o gozo não tem medida; disse Lacan: o gozo é o que não é útil, o que não serve para nada. Ao ser embalado, ele escorre, ele muda de estado, se evapora para voltar em outra forma, insaciável. Como diz Safatle (idem:131):

“o supereu não tem nenhum conteúdo normativo, ele nada diz sobre como gozar ou qual o objeto adequado ao gozo. Ele diz apenas um goza sem predicções, um puro ‘ não ceda em seu desejo’. O caráter insensato deste puro gozo fica evidente se pensarmos que toda escolha empírica de objeto é inadequada a um gozo que procura afirmar-se em sua pureza de determinações, em sua independência em relação a toda e qualquer fixação privilegiada de objetos. Ele só pode se realizar no ‘infinito ruim’ do consumo e da destruição incessante dos objetos, que nada mais faz do que atualizar um excedente de gozo”.

A questão a enfatizar neste artigo é: esse oferecimento de mapas de saúde corporal da mídia não são puras mercadorias-serviços que se pega nas prateleiras, se usa e se joga fora, na medida em que tais ofertas se colocam como contratos comunicativos em que se põe em funcionamento esse dispositivo superegóico da obrigação do prazer. Tais mapas são performativos, ao colocar o enunciatário dentro do circuito pulsional do consumo, vetorizando-o como corpo autotrabalhável, autotransformável, como limite a ser ultrapassado na direção da Saúde perfeita.

Referências bibliográficas

- BARROS, D.L. P. (1990). *Teoria semiótica do texto*. São Paulo, Ática.
- BAUMAN, Z. (2001) *Modernidade líquida*. RJ, Jorge Zahar.
- BERTRAND, D (2003) *Caminhos de semiótica literária*. Bauru, Edusc.
- CARNEVALLI, M.A (2003) “Indispensável é o leitor: o novo papel das revistas semanais de informação no Brasil”. Tese de doutoramento. ECA-USP.
- DELEUZE, G., GUATTARI, F. (1997) *Mil platôs. Capitalismo e esquizofrenia*. Vol. 2. SP, 34.
- DELEUZE, G. (1992) *Conversações*. SP, 34.
- FAIRCLOUGH, N. (2001) *Discurso e mudança social*. Brasília, UnB.
- FAUSTO NETO, A (1995) *Mortes em derrapagens: os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Rio Fundo.
- _____ (1999) *Comunicação e mídia impressa*. São Paulo: Hacker.
- GOMES, M. R.(2000) *Jornalismo e ciências da linguagem*. SP, Hacker.
- HALL, S. (2001). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro, DP&A.
- HERNANDES, N. (2001) “A revista *Veja* e o discurso do emprego na globalização”. Mestrado, FFLCH-USP.
- John, Franz. (2000) *Hypermedia Interzone*. Berlin, Verlag Galerie Scüppenhauer, 2000.

- LACLAU, E.(1996) *Emancipación y diferencia*. Buenos Aires, Ariel.
- LANDOWSKI, E. (2002) *Presenças do Outro*. São Paulo, Perspectiva.
- MIRA, M. C. (2001) *O leitor e a banca de revistas*. São Paulo, Olho d'água/Fapesp.
- PRADO, J.L.A.e DUNKER, C. (2005) *Žižek Crítico*. SP, Hacker.
- PRADO, J.L.A (2004). “The construction of the Other in weekly magazines”. Apresentado na IAMCR 2004. Porto Alegre. Texto inédito.
- _____. (2003) “O perfil dos vencedores em *Veja*”. In: *Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos*, Porto Alegre, v. V, n. 2, p. 77-96.
- _____. (2002) “A construção da violência em *Veja*”. In: *deSignis*, vol. 1, nº 2, abril 2002. Barcelona, Gedisa, p. 259-272.
- PRADO, J.L.A e CAZELOTO, E. (2006) “Valor e comunicação no capitalismo globalizado”. Texto apresentado na Compôs, no GR Estudos de Sociabilidade (CD da Compôs). Bauru, Unesp.
- PRADO, J.L.A.e SILVA, H. (2003) “Comunicação no mundo globalizado – da marketização à incomunicabilidade”. In: *Questões do século 20*. SP, Cortês.
- SFEZ, L. (1996) *A saúde perfeita*. São Paulo, Loyola.
- ŽIŽEK, S.(1998) *Estudios culturales: reflexiones sobre el multiculturalismo*. Buenos Aires, Paidós.
- _____.(1996). *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro, Contraponto.´

Narrativa jornalística e conhecimento imediato de mundo: construção cognitiva da história do presente

Luiz Gonzaga Motta ¹

Resumo: O artigo discute a possibilidade de o jornalismo ser compreendido como uma narrativa que tece o tempo presente, a história do presente ou história imediata. Discute a “análise de incidentes” como uma forma de buscar a compreensão narrativa de acontecimentos jornalísticos de significação unitária mais ou menos acabada. Compreendendo os “incidentes” como unidades de significação integral, discute onde e como os acontecimentos jornalísticos se relacionam à configuração de uma história imediata. Argumenta que as conexões dos eventos isolados realizadas no momento da recepção estabelecem certa narratividade e configuram conjuntos temáticos integrais. É no nível da recepção e da cultura, e não do discurso, que as narrativas jornalísticas são reconfiguradas como narrativas integrais, com princípio, meio e fim. Recorre às idéias da filosofia da história (P. Ricoeur), da teoria da recepção (W. Iser e H. R. Jauss) e da psicologia cultural (J. Bruner e K. Gergen) para desenvolver os argumentos.

Palavras-chave: história do presente, acontecimento jornalístico, narrativa, narratividade, teoria da recepção.

1. História, incidente, acontecimento

O historiador Robert Darnton (2004) chamou recentemente a nossa atenção para um fenômeno novo que ocorre na historiografia: o aumento do número de estudos sérios sobre fatos dramáticos relativamente curtos, narrados como contos, que ele denomina de “análise de incidentes”. Por um lado, diz ele, esses estudos respondem à fome de conhecimento histórico e por outro levantam uma velha questão: “o passado, quando visto de perto, parece mais inescrutável que nunca”. Levantam indagações atordoantes do tipo: “o que realmente aconteceu?”, ou “o que separa o fato da ficção?”, ou ainda “onde está a verdade entre as interpretações correntes”? ²

¹ jornalista e professor da Universidade de Brasília, doutor pela University of Wisconsin (USA) e estágio de pós-doutorado na Universidade Autônoma de Barcelona (Espanha).

As indagações de Darnton trazem duas questões a partir das quais quero discutir a possibilidade do jornalismo ser entendido como uma narrativa que tece o presente. Primeiro, quero discutir a “análise de incidentes” como uma forma de buscar a compreensão histórica de acontecimentos jornalísticos de significação unitária, mais ou menos acabada. Segundo, a partir da compreensão dos “incidentes” como acontecimentos (unidades de significação integral), quero discutir onde e como os acontecimentos jornalísticos se relacionam à configuração de uma história do presente ou uma história imediata, como preferem outros historiadores. Meu objetivo de fundo é discutir se o jornalismo é uma narrativa contemporânea e como essa narrativa jornalística tece a história do presente.

Escrever a história (*history*) é contar uma história (*story*), é utilizar, portanto, muitos dos mesmos dispositivos que entram na ficção, diz R. Darnton. Há riscos de se fazer má história ou má ficção, e até as duas coisas, adverte ele. Mas, esse risco existe em qualquer atividade, incluindo o jornalismo, a ficção e a historiografia. O que distingue uma boa análise de incidentes é sua matéria prima, os métodos e a ambição, diz o historiador: “ela lida com a concatenação de eventos, mais que apenas os próprios eventos”. Ao se concentrar em eventos, tenta entender a maneira como as pessoas interpretaram sua experiência, mais que o modo como elas se encaixam em estruturas. Hoje, conclui Darnton, como os eventos da mídia dominam os noticiários, uma história sobre como os eventos se tornam incrustados na mídia deveria despertar um interesse maior. Pois bem, esse é nosso interesse principal neste artigo.

O tema trazido por Darnton não é novo. Refere-se a uma discussão já longa da historiografia sobre os a análise dos acontecimentos (que Darnton chama de análise de incidentes). Durante muito tempo o acontecimento pareceu inseparável dos relatos da história (*histoire événementielle*) e consolidou-se como referência objetiva da historiografia positivista (a história das efemérides) até sofrer uma crítica frontal da “nova história” que se refere ao acontecimento historiográfico como simples “agitação de superfície”.

A análise do acontecimento não desaparece do horizonte dos historiadores, entretanto, e recupera o seu status a partir de um artigo de P. Nora (1979) que refuta o acontecimento “natural”, mas retoma o acontecimento discursivo na inflação de acontecimentos da contemporaneidade midiática. “Multiplicado, desmesuradamente inchado pelos meios de comunicação que o produzem, o acontecimento nos oferece a leitura do imaginário de uma sociedade, para a qual representa ao mesmo tempo o papel de memória e de mito”, diz J. Revel (s/data).

Pretendo defender a compreensão dos acontecimentos jornalísticos como narrativas do presente, na direção apontada pelo historiador francês. Penso que nas conexões que se realizam entre os eventos isolados narrados pelas fragmentadas notícias diárias se estabelece certa narratividade e se configuram acontecimentos jornalísticos como conjuntos significativos integrais e coerentes. Para desenvolver o argumento preciso fazer breves considerações sobre a teoria narrativa e o ato de recepção jornalística tendo em mente a recepção das notícias como experiências ao mesmo tempo cognitivas e simbólicas. Recorrerei primeiro a P. Ricoeur (1994) e em seguida a dois autores da teoria da recepção, W. Iser (1998) e H. R. Jauss (1998), em quem Ricoeur parcialmente se baseou para completar suas idéias. Infelizmente, reduzirei as férteis idéias desses autores para poder concluir meu argumento no âmbito deste artigo.

²Darnton, Robert (2004): Um assassino sentimental, Caderno *Mais*, Folha de S. Paulo, 23/05/2004. Segundo Darnton, há uma dupla preocupação nessas análises. Por um lado, há uma reconstrução acadêmica de um fato; por outro, o relato de uma história, uma nova narrativa, que distingue esses historiadores da Escola dos Anais. Concentram-se em pequenas unidades onde é possível estudar fenômenos que não podem ser vistos em abstrações mais elevadas. Lidam com a vida cotidiana e como as pessoas interpretaram suas experiências.

2. Experiência temporal e a identidade de um texto narrativo

Paul Ricoeur (1994) nos alerta que as narrativas são um meio de reconfigurar a nossa confusa e difusa experiência temporal. A identidade de um texto narrativo, diz o autor, deve ser buscada no caráter temporal da experiência humana porque qualquer narrativa é sempre um mundo temporal. Dessa maneira, a narrativa é significativa na medida em que esboça os traços de nossa experiência temporal. O autor abre uma pródiga trilha para nossa discussão.

Para Ricoeur, existe entre a atividade de narrar uma história e o caráter temporal da experiência humana uma correlação transcultural. O tempo torna-se tempo humano na medida em que é articulado de um modo narrativo e a narrativa atinge seu pleno significado quando se torna uma condição da existência temporal. O roteiro aberto por Ricoeur abre trilhas intrigantes para uma compreensão da comunicação jornalística, a atividade essencialmente marcada pela experiência do tempo (a atualidade, a instantaneidade e a contemporaneidade são valores-notícia determinantes da forma de conhecimento jornalístico).

Em sua discussão Ricoeur não segue, como a maioria dos autores da narratologia estruturalista, o caminho da semiótica, nem busca a identidade da narrativa na sua estrutura imanente. Prefere a via da hermenêutica e da teoria dos atos de fala oriundos da filosofia analítica. Ele não parte das leis internas (ou qualidades intrínsecas) que governam a organização do texto, mas da reconstrução do arco “obra-autor-leitor”. Sua tese é que a tessitura da intriga (ou enredo) resulta de sua posição intermediária de configuração (função mediadora) entre duas operações: o processo de prefiguração no campo prático (montante) e de re-configuração da obra no ato da recepção (jusante). Diz ele: “seguimos o destino de um tempo prefigurado em um tempo refigurado pela mediação de um tempo configurado” (Ricoeur, 1994, 87).

Além disso, Ricoeur apóia-se na antropologia cultural (C. Geertz) para argumentar que compreender uma história é compreender, ao mesmo tempo, a linguagem do “fazer” e a tradição cultural (a trama simbólica da cultura) da qual procede a tipologia das intrigas. Situando as intrigas na cultura, o autor introduz a idéia de regras ou normas que dão forma, ordem e direção à vida e alcança assim os pressupostos éticos das narrativas, como defendia Aristóteles. Se a tragédia e a comédia, diz ele, podem representar os “melhores” e os “piores” homens, é porque os autores partilham com o auditório uma hierarquia de valores do bem e do mal. Neste sentido, a poética não cessa de tomar emprestado à ética uma experimentação de valores.

Ricoeur leva-nos a constatar uma estrutura pré-narrativa da experiência temporal do mundo da vida que permanece implícita nas mediações simbólicas, indutora de narrativas (mimese I). Ou seja, a prática cotidiana ordena e articula o passado, o presente e o futuro. Mas, valendo-se das aporias de Santo Agostinho, ele observa que não há tempo passado nem tempo futuro, só há um tríplice presente, um presente das coisas passadas, futuras e presentes.

Essa relação humana com o tempo se realiza através da intratemporalidade (ser-no-tempo), onde o conceito “vulgar” do tempo cronológico (sucessão de agora abstratos) é dessubstancializado para dar lugar a um tempo existencial, uma grandeza relacionada às nossas preocupações com a morte, com o reter (passado) e com a espera (futuro). É sob o conceito de intratemporalidade que se edificam, para Ricoeur, as configurações narrativas e as formas existenciais da temporalidade que lhe correspondem:

“Imitar ou representar a ação é, primeiro, pré-compreender o que ocorre com o agir humano, com sua semântica, com sua simbólica, com sua temporalidade. É sobre essa pré-

compreensão, comum ao poeta e a seu leitor, que se ergue a tessitura da intriga, e com ela, a mimética textual e literária” (pág. 101).

É nas operações de configurações da tessitura da intriga ou composição do enredo (mimese II) que P. Ricoeur concentra uma atenção especial, entretanto (pág. 101-110). Para uma teoria da notícia, esse processo é também significativo. As operações de configuração exercem, segundo ele, uma mediação entre a pré-compreensão (montante) e a pós-compreensão (jusante). A tessitura da intriga faz, primeiro, a mediação entre os incidentes individuais e uma história (transforma os incidentes em uma intriga). Segundo, compõe juntos fatores heterogêneos como agentes, fins, meios, circunstâncias, etc. Terceiro, o tecer da intriga realiza uma síntese do heterogêneo (totalidade orgânica) na medida em que combina duas dimensões temporais, uma cronológica (episódica, história de incidentes) e outra configurante que constitui a unidade configuradora de uma sucessão (não cronológica). Seguir uma história é avançar no meio de contingências sob a conduta de uma esfera que encontra sua realização na conclusão. Mas, a conclusão não é o final da intriga, é a síntese entre o tempo narrativo linear e a dimensão configurante que transforma a sucessão de incidentes em uma totalidade significativa (tema).

Finalmente Ricoeur fecha o círculo ao dizer que é no ouvinte ou leitor que se conclui o percurso da mimese, onde se realiza a intersecção entre o mundo do texto e o mundo do receptor (mimese III). Porém, esse círculo não é um círculo vicioso.³ Primeiro, a experiência do tempo não se reduz à simples discordância. Segundo, se por um lado a narrativa dá forma ao informe na medida em que a consonância narrativa se impõe à dissonância temporal (a despeito de tudo, a ordem é nossa pátria, diz ele), por outro, a tessitura da intriga nunca é o triunfo da ordem. As intrigas coordenam tensão e intenção, terror e piedade, começo (o gêneses) e fim (o apocalipse). Além disso, continua o autor mais adiante, estamos inclinados a ver no tecer das intrigas o encadeamento de episódios de nossa vida ainda não contados, histórias que oferecem pontos de ancoragem à narrativa. Essa pré-história da história é o que a vincula a um todo mais vasto e lhe fornece um “pano de fundo”, uma imbricação viva de todas as histórias. Narrar é, assim, um processo secundário que emerge desse pano de fundo: “Narrar, seguir, compreender histórias é só a continuação dessas histórias não ditas... Contamos histórias porque as vidas humanas merecem ser contadas” (pág.116). Seguir uma história, diz Ricoeur, é atualizá-la na leitura. É no ato de ler que o destinatário joga com as coerções narrativas, efetua os desvios e realiza o prazer do texto. É o leitor que conclui a obra, “que quase abandonado pela obra carrega sozinho o peso da tessitura da intriga”. E conclui fechando o ciclo das três mimeses:

“o texto é um conjunto de instruções que o leitor individual ou público executa de modo passivo ou criador. O texto só se torna obra na interação entre o texto e o receptor” (pág. 118)

Se seguirmos P. Ricoeur concluímos que a força narrativa dos enunciados noticiosos não está nas qualidades narrativas intrínsecas ao texto (estruturas) das notícias e reportagens nem nos estilos ou gêneros jornalísticos (descrição x narração, etc.), mas

³ Ricoeur não nega a circularidade, na medida em que o ponto de chegada parece conduzir ao ponto de partida, ou pior, o ponto de chegada parece antecipado no ponto de partida (pág. 111). Mas, qualquer que seja a força coercitiva dessa circularidade, pode-se encontrar nela um reforço para o seu argumento segundo o qual a circularidade manifesta de qualquer análise narrativa não é uma tautologia morta. “É preciso, antes, ver aí um círculo saudável no qual os argumentos apresentados nas duas vertentes do problema socorrem-se mutuamente” (pág. 117).

principalmente na compreensão da comunicação jornalística como uma forma contemporânea de lidar com o tempo, de domar o tempo presente, de mediar a relação entre um mundo temporal e ético (ou intratemporal) pré-figurado e um mundo refigurado pelo ato de leitura. De ordenar compreensivelmente o desenvolvimento caótico do contemporâneo.

Ricoeur abre uma trilha que põe a narrativa no campo dos atos de fala e das relações pragmáticas. Desde essa perspectiva antropológica, o jornalismo configura contraditoriamente narrativas de experimentação ética e moral, revelando-se como uma via de reconfiguração da cultura contemporânea. Essa reconfiguração se realiza nos atos de leitura das notícias de cada dia quando o leitor, ouvinte ou telespectador criativamente reinterpreta, sob o mesmo fundo cultural do autor (do comunicador/jornalista), o percurso de representação dos dramas e tragédias do homem moderno. Assim, ele apreende e compreende o mundo situando-se nele a partir de sua coetaneidade com os acontecimentos jornalísticos.

3. A experiência da recepção das notícias e a reconfiguração narrativa

As formulações de P. Ricoeur sobre o ato criativo de leitura remetem nossa discussão sobre a identidade narrativa de um texto jornalístico para a estética da recepção de Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser.⁴ Em um ensaio sobre o ato de recepção como experiência mediada empírica, H. R. Jauss é enfático sobre os horizontes de expectativas que se abrem no ato de leitura. Ele observa que o ato constitutivo do processo total de recepção é a recepção de estruturas, esquemas ou sinais que orientam previamente, em cujo marco de referência o conteúdo do texto é percebido e o significado realizado. Entretanto, este ato de recepção não deve ser entendido como a união mecanicista de ação recíproca texto-leitor, ou seja, como efeito ou concretização condicionada do destinatário pelo texto. A recepção deve ser concebida como um processo de fusão de horizontes.

A fusão do horizonte de expectativas intraliterárias com o mundo da vida no processo de recepção do texto se realiza através da formulação de hipóteses, verificação ou refutação. Um processo hermenêutico, mediatizado e criativo, de compreensão de sentidos:

“O leitor só pode converter um texto em fala, isto é, converter o significado atual (do texto) em sentido potencial da obra, na medida em que o introduz no marco de referência dos antecedentes literários da recepção, de sua compreensão prévia do mundo que inclui suas expectativas concretas procedentes do horizonte de seus interesses, desejos, necessidades e experiências, condicionados pelas circunstâncias sociais específicas de cada estrato social e também biográfico” (Jauss, 1987, 77).

Essa fusão de horizontes tanto pode realizar-se espontaneamente no desfrute de expectativas cumpridas quanto reflexivamente através de consideração distanciada, do reconhecimento do estranho, do descobrimento de um modo de proceder, de uma resposta a um estímulo mental. Essas palavras de Jauss sobre a recepção estética parecem-me adequadas para compreender a recepção da comunicação jornalística como um ato mediador de construção de sentidos a partir dos dramas e tragédias veiculadas diariamente pelas notícias.

Vejo ainda mais ajustadas à compreensão do ato de recepção das fragmentadas notícias diárias as palavras de Wolfgang Iser sobre a estética da recepção literária. Reproduzo

⁴ É significativo observar que tanto Paul Ricoeur na sua discussão sobre tempo e narrativa quanto Wolfgang Iser na sua antropologia literária partem da antropologia interpretativa de Clifford Geertz. Diz Geertz (1989, 207) sobre a cultura: “A cultura não são cultos e costumes, mas estruturas de significado através das quais os homens dão forma à sua experiência”. Em suas formulações P. Ricoeur retoma muitas sugestões de H. R. Jauss e W. Iser.

aqui uma síntese do pensamento do autor convidando o leitor a pensar, enquanto as lê, sobre o ato de recepção dos dramas e tragédias reportados continuamente pelas notícias diárias. Diz textualmente Iser:

“Como nenhuma história pode ser contada na íntegra, o próprio texto é pontuado por lacunas e hiatos que têm de ser negociados no ato da leitura. Tal negociação estreita o espaço entre texto e leitor, atenua a assimetria entre eles, uma vez que por meio dessa atividade, o texto é transportado para a consciência do leitor. Se a estrutura básica do texto consiste em segmentos determinados interligados por conexões indeterminadas, então o padrão textual se revela um jogo, uma interação entre o que está expresso e o que não está. O não expresso impulsiona a atividade de constituição do sentido, porém sob o controle do expresso. Expresso esse que também se desenvolve quando o leitor produz o sentido indicado” (Iser, 1996, 28).

Desse modo, conclui Iser, o significado do texto resulta de uma retomada ou apropriação da experiência noemática que o texto desencadeia e que o leitor assimila e controla segundo as suas próprias disposições.

Assim, a análise de uma narrativa jornalística pode não ficar dependente da descoberta de pequenas incrustações de formas narrativas no texto predominantemente objetivo e descritivo do jornalismo nem de descobrir até onde o texto descritivo de uma notícia ou reportagem transfigura-se em mini ou pseudonarrativas. Não é na incrustação nem na hibridização do gênero ou do estilo do texto que o paradigma narrativo se revela com vigor no jornalismo. A realização da intriga e da diegese narrativa do jornalismo não está nas contradições e derrapagens da linguagem das notícias: está no movimento entre a pré-figuração, a configuração e a refiguração do ciclo pragmático autor-obra-leitor, que pode ser capturada, como nos sugere P. Ricoeur, através da interpretação de acontecimentos jornalísticos desde a ótica do leitor. Ou seja, é desde o ponto de vista reconfigurador da recepção e desde um pano de fundo cultural, ético e moral que podemos reconstituir episódios fragmentados das notícias diárias em narrativas coerentes, que podemos reconstituir intrigas e histórias cuja significação está muito além dos conteúdos proposicionais. É do ponto de vista da cultura, a meu ver, que o jornalismo se configura como narrativa da contemporaneidade. Sua significação é cultural e sua interpretação precisa ser antropológica.

Penso que os incidentes narrados se encadeiam sucessivamente na mente do leitor ou ouvinte e configuram encaixes de seqüências compreensíveis. A determinação do receptor é construir significados integrais e ele realiza isso continuamente.⁵ Assim, as fragmentadas notícias do dia a dia constituem unidades significativas parciais que se inserem em difusas narrativas temáticas no processo de recepção. As notícias sobre um mesmo tema podem se prolongar indefinidamente nos noticiários, retardar o desenlace e a configuração integral do enredo do acontecimento (como ocorre nos contos). Embora processando sucessivamente unidades de significação fragmentadas, a busca do leitor ou ouvinte das notícias é sempre por conexões compreensivas. As notícias diárias vão sendo encaixadas e compreendidas como

⁵ M. Schudson (2002) observa que as notícias são *news* e são *story*, são fatos novos e são histórias. Porque são estórias (o inglês tem as duas palavras), os leitores estão sempre procurando o começo, o desenvolvimento e o desfecho. Diz ele que as notícias são escritas diariamente como unidades relativamente autônomas, mas elas têm pernas, elas caminham, elas são significados em construção (*follow up stories*). É fundamental recompor retroativamente a totalidade do acontecimento jornalístico como um bloco semanticamente coeso, tarefa que o leitor realiza inconsciente, mas permanentemente e o analista pode reconstituir, a partir do texto. De forma mais ou menos arbitrária, o analista poderá identificar o princípio, o desenvolvimento e o final do acontecimento que está observando, embora muitos fatos permaneçam abertos por longos períodos na mídia. O início e o final de alguns acontecimentos serão mais fáceis de ser determinados, especialmente se o acontecimento se finda. Em outros casos um analista ou historiador terá de fazer um corte arbitrário para delimitar um acontecimento. Em seu auxílio, o analista poderá recorrer às concepções de seqüências narrativas da teoria literária.

micro-episódios de sentido aberto, mas relacionados a algo progressivamente refigurado na imaginação dos receptores, com o auxílio da memória. Gradualmente o leitor vai preenchendo imaginativamente as lacunas, construindo conexões, recompondo narrativas sobrepostas, realizando a fusão de horizontes e criando o que denomino “acontecimentos jornalísticos”. O que permite ao receptor “seguir virtualmente as pegadas da história” (ou estória) são os fatores redundantes e recorrentes das notícias (a temática, as personagens, o espaço das ocorrências, etc.).⁶

Não basta estabelecer relações cronológicas de transformação entre as notícias de ontem, as de hoje e as de amanhã, entretanto. Não é o estabelecimento de uma ordem temporal de incidentes ou ações no desenrolar de uma história, como pretendia V. Propp (1984) no seu trabalho pioneiro, que garantem a narratividade das notícias dispersas. Nem tampouco o estabelecimento lógico de uma sintaxe funcional, como defendia o estruturalismo de A. J. Greimas (1971) e T. Todorov (1971,1970) que garante um caráter narrativo aos enunciados jornalísticos. O estabelecimento de uma história semanticamente coesa é um passo inicial indispensável.⁷ É preciso identificar desde o princípio uma macroestrutura global coerente sem a qual não se pode avançar. Mas, a coesão da história só será plena na virtualidade da experiência cognitiva e simbólica do receptor, na imaginação narrativa do leitor ou ouvinte.

Se defendermos a refiguração narrativa do texto nos processos de recepção, como sugere P. Ricoeur e como defende mais enfaticamente a teoria da recepção estética, é na fusão de horizontes de expectativas que ocorre no ato de leitura onde devemos buscar a reconstrução de uma coerência narrativa virtual estimulada pelo texto jornalístico. No ato de leitura, o caráter fático dos enunciados jornalísticos remete o receptor da notícia para uma experiência cognitiva de realidade, mas a necessidade de reconstruir significados narrativos unitários o impele simultaneamente rumo a experiências simbólicas. O ato de recepção das notícias deve ser visto como uma experiência estética: um momento cognitivo em que os homens aprendem algo de si mesmos e de sua realidade, mas também um momento de branda ou intensa comoção simbólica e estética, dependendo de cada notícia e circunstância de recepção. Um lugar onde os homens percebem e simultaneamente experimentam o mundo recriando criativamente acontecimentos temáticos significativos.

4. A recepção fragmentada das notícias reconfigura narrativas?

Precisamos, então, fazer a pergunta: na recepção das fragmentadas notícias do dia a dia ocorre igualmente um processo cognitivo, estético e simbólico de fusão de horizontes? Essa pergunta só poderá ser respondida com estudos empíricos. Mas, para refinar a hipótese, podemos recorrer às formulações da psicologia cultural. As idéias de J. Dewey (1998,22/3)

⁶ Para T. Todorov (1970) uma seqüência narrativa completa é formada no mínimo por cinco proposições: situação inicial estável que uma força vem perturbar. Daí resulta um estado de desequilíbrio; pela ação de uma força dirigida em sentido inverso, o equilíbrio é restabelecido; o segundo estado de equilíbrio é semelhante ao primeiro, mas nunca idêntico. P. Larivaille também define como seqüência-tipo uma seqüência quinária articulada do seguinte modo: 1) situação inicial; 2) perturbação; 3) transformação; 4) resolução; situação final. Observe que as seqüências descrevem sempre um agrupamento semântico coeso que lhes confere unidade. Ver Reis e Lopes (1988,184/6). No jornalismo, a recomposição da seqüência pode tornar-se problemática porque nem sempre há um início ou um final da história claramente configurado (como em muitos romances e filmes enigmáticos). Nas análises a continuidade deverá ser buscada através da reiteração temática, reiteração de circunstâncias, personagens e lugares, que tecem o fio da história. Na análise que defendemos, esse é o passo inicial, mas a coerência narrativa deve ser invocada, através da fenomenologia, na cooperação interpretativa do leitor, na fusão de horizontes entre o mundo do texto das notícias e o mundo da cultura do receptor.

⁷ M. Bal (2001) sugere, em um processo analítico, a elaboração de um resumo da história seguindo-se a lógica cotidiana que rege nossa realidade humana. Ele reconhece a dificuldade de se remontar uma ordenação cronológica em muitos contos e romances, especialmente nas novelas experimentais modernas onde tipos de anacronias estão sempre presentes. Essa dificuldade é a mesma, ou ainda maior, na remontagem dos acontecimentos narrativos jornalísticos que estamos aqui sugerindo.

sobre a construção de significados pela mente reflexiva (que ele considera semelhante a uma construção narrativa) podem auxiliar o desenvolvimento de nosso raciocínio.⁸ No pensamento automático e incontrolado, diz Dewey, há um fluxo contínuo não regulado de impressões e imagens. Mas, no pensamento reflexivo, há uma ordenação seqüencial de idéias em que cada uma determina a seguinte, que por sua vez remete às que precederam: cada fase é um passo de algo rumo a algo. A exigência de diminuir ou extinguir a ambigüidade é o fator orientador e estabilizador. A corrente se transforma em cadeia de pensamentos e imagens ligados entre si num movimento dirigido a um fim comum, a uma conclusão reflexiva. Há em cada experiência cognitiva uma sucessão mais ou menos coerente de incidentes e episódios unidos por ruptura de continuidade, narrações imaginadas e lógicas.

Mas, o que importa, observa Dewey, não é a seqüência, é a *con-seqüência*. Os significados inconscientemente construídos dessa forma têm por trás deles um “fundo de verdade”, uma crença em algo que transcende e ao mesmo tempo certifica seu valor. A crença realiza uma afirmação a cerca de uma questão de fato, de um princípio, de uma lei. O mais importante são as sucessões mais ou menos coerentes de incidentes e episódios imaginativos unidos sem ruptura de continuidade entre si, que podem estar a meio caminho entre as fugazes imprecisões caleidoscópicas da fantasia e as considerações deliberadamente utilizadas para estabelecer uma conclusão.⁹ Para ele, o pensamento reflexivo (ou narrativo) tem um propósito que transcende a mera diversão, que deve conduzir a algum lugar, que solicita uma conclusão. Há uma meta que se pretende alcançar e essa meta impõe o controle sobre a seqüência de idéias, impõe uma combinação coerente em direção a uma conclusão unificada (Dewey, 1998, 56/7).

Afastando-nos do pensamento reflexivo individual e movendo-nos para o coletivo, que nos parece mais pertinente aos processos de recepção das notícias, recorreremos à psicologia cultural de K. Gergen (1996,232). Diz ele que as pessoas vivem os acontecimentos da vida cotidiana de modo narrativo porque estão imersas em narrações que vão carregando de sentido os relatos: “adquirem a realidade de um princípio, de um ponto grave, de um clímax e de um final, e assim sucessivamente.” As pessoas vivem os acontecimentos desse modo e os classificam precisamente assim. Por isto, não dizemos que a vida copia a arte, mas que a arte se converte no veículo através do qual a realidade da vida se torna manifesta: “em um sentido significativo, pois, vivemos mediante narrações, tanto ao relatar como ao realizar o eu”.

Não só contamos nossas vidas como relatos, mas também nos relacionamos com os outros de forma narrativa, observa Gergen. A consciência humana, continua ele, é um fluxo contínuo de seqüências dirigidas a metas: compreender uma ação é situá-la no contexto dos acontecimentos precedentes e conseqüentes. Muito distante dos enfoques imanentes e internos às estruturas das narrativas, as narrações, segundo este ponto de vista, são instrumentos lingüísticos incrustados nas seqüências convencionais de ação e empregados nas relações de tal modo que sustentam, intensificam ou impedem formas de ação: funcionam como histórias morais, são recursos de origem sociocultural (intersubjetivos). As narrações estão cultural e historicamente situadas, são subprodutos dos intentos de se relacionar através dos discursos. Um relato estabelece um ponto final a alcançar, isto é, estabelece um forte

⁸ Embora Dewey enfatize a expressão “mente reflexiva”, o desenvolvimento do seu raciocínio mostra que ele se refere também a significados narrativos, simbólicos, às crenças e fantasias.

⁹ John Dewey observa que o pensamento reflexivo (formador de significados) está sempre direcionado ao passado e ao futuro (sequenciação). Depende das experiências passadas, não surgem do nada, compara com as experiências anteriores, revisa fatos e idéias prévias (p. 110). Ao mesmo tempo, projeta visões de futuro, prognostica, conjectura, antecipa, hipotetiza, considera, refuta. Há um momento em que o significado é só uma idéia ou imagem, está só sugerido (p. 121), e só se transformará em um significado compreendido quando entendido em contexto (relações): “apreender o significado de um objeto é contemplá-lo em suas relações com outras coisas” (p. 125”).

componente cultural que se deriva da ontologia da cultura (p. 236), seleciona acontecimentos relevantes a partir deste ponto final, ordena os incidentes segundo o cronotopos culturalmente definido (p. 238). Identificamos certa analogia nesta psicologia cultural com as idéias de P. Ricoeur e as teorias da recepção estética.

É o mesmo ponto de vista de outro psicólogo cultural, Jerome Bruner (1998), para quem a psicologia popular (o senso comum) é de natureza narrativa, não de natureza lógica ou categorial: a psicologia popular trata de agentes humanos que fazem coisas baseando-se nas suas crenças e desejos, e se esforçam para alcançar metas. As narrativas são inerentemente seqüenciais, diz ele. Mas, essas seqüências não possuem um significado próprio, este só se realiza na configuração global da totalidade da seqüência: “sua trama, sua fábula” (p. 56). Podem ser reais ou imaginárias sem perder o seu poder simbólico de configuração global, independente de sua verdade ou falsidade.

As narrativas, diz Bruner, fundam suas raízes em nossa ancestral herança de contar histórias (p. 57). Para ele, há uma predisposição cultural em organizar a experiência de forma narrativa mediante estruturas de tramas (mimese): captar a vida em ação adaptando e melhorando o que sucedia. Estar na história, diz ele parafraseando a P. Ricoeur, tem um parentesco com contar uma história. Há uma mútua correspondência entre a forma de vida e o discurso narrativo: a mimese é uma metáfora da realidade, refere-se à realidade não para copiá-la, mas para outorgar a ela uma nova leitura. Por isso é que a narrativa pode seguir adiante independente da exigência de referencialidade, sem a obrigação de ter um correspondente no mundo. As narrativas, diz o autor, mediam entre o mundo canônico da cultura e o mundo idiossincrático das crenças, desejos e esperanças, reiteram as normas sem serem didáticas (p. 63).

Reunindo as contribuições da psicologia cultural às da historiografia, vamos encontrar em um artigo (que se tornou um clássico) do historiador Hayden White (1980) os argumentos para ancorar com segurança nossa hipótese sobre a construção da narrativa no ato de recepção das notícias. As narrativas, diz ele, são uma particularidade humana mais que uma especificidade cultural, são um metacódigo humano universal. White insiste que as narrativas, sejam elas factuais ou fictícias, têm um motivo de ordem legal que provê o impulso para narrar e configurar as histórias. Esse impulso, diz ele a título de hipótese seguindo a Hegel, é o conflito entre o desejo e a legalidade, a legitimidade, ou a autoridade genericamente concebida. Narrar histórias seria impensável sem a pressuposição de um sistema de leis em relação à qual uma consciência histórica pode ser possível. São as relações humanas governadas por leis, legalidades e legitimidades que provêm as tensões e os conflitos que tornam possível representar a realidade como história, seja ela real ou imaginária.

A conclusão de White é radical: se cada história é um tipo de alegoria moral, seu objetivo latente ou manifesto é moralizar os eventos e a realidade de que trata. Ele sugere, então, que a narrativa está intimamente vinculada ao impulso de moralizar, de estabilizar a realidade. As idéias de White nos levam a pensar sobre a existência do jornalismo como crônica da realidade cotidiana diária. Contra qual realidade ética (pano de fundo moral) escrevem diariamente os jornalistas? “*Good news is no news*”, diz o ditado jornalístico. Se não há conflito, não há notícias, as notícias estão sempre relacionadas a inversões e transgressões. O acontecimento jornalístico, disse há tempos A. D. Rodrigues (1993), é aquilo que rompe na superfície lisa da história, é o negativo da racionalidade. Neste sentido, conclui ele, o jornalismo inscreve-se inequivocamente no processo de regulação social, é uma prevenção racionalizante: o discurso dos mídia surge para reorganizar a experiência do aleatório e lhe conferir racionalidade. As palavras de White (pág. 18/19) para a historiografia são muito semelhantes: se nada há de problemático, se não há contestação, nada há para

representar nem história para ser contada. É porque, e só quando há contestação, que algo surge para ser narrado.

Em artigo anterior (Motta, 2003a), observei que a notícia enquanto ritual simbólico desempenha difusamente um papel de mediação entre os homens e uma cosmovisão, ainda que confusa e muito sub-repticiamente percebida. Argumentei que, como todo ritual que reporta continuamente as indeterminações, a notícia pode ser entendida como uma práxis de dominação da contingência. Utilizei as palavras de L. Duch (2002,190) sobre os atos ritualísticos em geral para reforçar meu ponto de vista (ainda que elas não se refiram particularmente às notícias):

“Todo ritual pretende ser uma terapia benéfica destinada a remediar, a nível individual e coletivo, os estragos da negatividade, uma estratégia para voltar a integrar as forças que, na existência humana, atuam de maneira caotizante... uma reintegração do todo que havia sido “centrifugado” da vida humana como consequência da ação do mal e da morte, uma consolidação do nós coletivo e social... a fim de evitar a desagregação e a desestruturação provocada pelos interesses de todo tipo, pela inimizade, pela incompreensão e pelo medo.”

Em última instância, é essa a minha hipótese: o papel cognitivo da notícia segue uma estratégia simbólica destinada, a nível individual e coletivo, a fazer frente aos estragos da negatividade e voltar a reintegrar o todo ameaçado, consolidando o conjunto social e evitando a sua desestruturação pela angústia, ansiedade e medo diante da contingência. É assim, portanto, no âmbito da cultura, não das imanências internas, que é possível reconhecer as determinações canônicas que configuram o caráter narrativo dos enunciados jornalísticos. Cabe ao analista identificar os impulsos morais e éticos no âmbito da cultura que configuram significativamente os dramas e tramas das narrativas jornalísticas, independente de seu maior ou menor grau de objetividade.

5. A tessitura da intriga jornalística e conhecimento de mundo

Com o pano de fundo da teoria da recepção, da antropologia interpretativa e da psicologia cultural penso poder-se construir uma teoria cognitiva das narrativas jornalísticas. As notícias são fragmentos parciais de histórias, de personagens e atores dos dramas e tragédias humanas contadas e recontadas diariamente, pontuadas de lacunas e hiatos de sentido que precisam ser permanentemente negociados pelo receptor no ato de leitura. As notícias condensam difusamente conflitos, tensões, terror e piedade. É o receptor das fragmentadas notícias quem vai intuitivamente conectar as partes, tecer os laços de significação temporal, preencher as lacunas, reconfigurar as indeterminações, articular passado, presente e futuro, montar os atravessados quebra-cabeças dos enredos através de atos criativos de recepção. O leitor ou ouvinte faz isto porque precisa e busca encadear os fragmentados e superpostos episódios das notícias com as difusas histórias de sua vida, repondo continuamente o ato de recepção jornalística na cultura, no mundo da vida. É na interpretação imaginativa do leitor ou ouvinte que a narrativa jornalística ganha narratividade e consistência, ganha contornos morais e éticos, reconfigura histórias significativas (acontecimentos jornalísticos) independente da identidade do texto, das qualidades intrínsecas dos gêneros ou estilos.

O mundo do jornalismo é o mundo da tragédia e da comédia humanas. O jornalismo é uma atividade mimética: representa a vida, as ações dos homens, dos bons e maus homens, relata os dramas, as tragédias, as sagas e as epopéias contemporâneas. As notícias são relatos fragmentados e superpostos sobre a nossa existência, sobre as nossas dores e os nossos amores, nossos sofrimentos e gratificações, sobre os acasos e contingências que nos afetam. O jornalismo conta continuamente as histórias dos nossos heróis, nossas

batalhas e conquistas, nossas derrotas e frustrações. Como atividade mimética, é sobre esse pano de fundo da cultura humana, com todas as suas fortunas e infortúnios, que o jornalista trabalha, e no qual ele se encontra com seus leitores ou ouvintes. Nesses termos, podemos falar de uma poética e de uma narrativa jornalística, assim como falamos em uma poética e uma narrativa literária.

As notícias nascem das ambigüidades dos valores e normas de uma cultura. Plagiando J. M. Redfield (1975) podemos dizer que é com os olhos fixados nas normas culturais que o jornalista apresenta histórias problemáticas e desviantes ao seu auditório. Ao reportar os dramas e tragédias humanas, os jornalistas estão continuamente testando os limites de nossa cultura, de suas normas, valores, regras e jurisprudências. As notícias transformam as tragédias humanas em relatos dramáticos para serem confrontados com o mundo ordinário da vida. Nas notícias, nossa cultura torna-se problemática em si mesma. Em princípio, as notícias desorientam a audiência com o relato dos fatos dramáticos (a desordem), mas o jornalismo é ambivalente. Simultaneamente apresenta a ordem, deixa no ar alternativas hipotéticas (Motta, 2003). Nem sempre de uma forma didática, mas frequentemente de uma forma pedagógica, a atividade mimética do jornalismo, assim como da arte, ensina.

Essa afirmação deve ser tomada com parcimônia, entretanto. Assim como a arte, o jornalismo constrói-se sobre as ambigüidades, os dilemas e contradições do mundo da vida. Mas, como o teatro, não apresenta soluções nem promessas de resolver os dilemas. Deixa isto para a religião, a política, as ideologias. Plagiando novamente as palavras de J. Redfield sobre a arte dramática, podemos compreender a experiência da recepção no jornalismo: ela atinge seu clímax e apogeu intelectual quando nos revela o caráter universal e pervagante das tragédias que diariamente conta. É nesse aspecto que o caráter mimético do jornalismo se revela com mais força: ele leva adiante junto aos receptores, diariamente, sucessiva e permanentemente, uma difusa experimentação de valores. O jornalismo toma empréstimos da ética para selecionar e apresentar as notícias, mesmo quando prega uma total suspensão de valores e juízo moral. Ou ainda, como revela P. Ricoeur a respeito da poética, o próprio projeto de neutralidade pressupõe a qualidade originalmente ética da ação.

Estou sugerindo que a recriação de sentidos no processo de recepção deve ser observada através de uma abordagem antropológica da notícia (a notícia como objeto de mediação cultural). Essa abordagem propõe a observação de seqüências de notícias sobre episódios singulares (análise de incidentes, como sugeria Darnton ou de acontecimentos, como prefiro) que configuram encadeamentos narrativos unitários como enredos com princípio, meio e fim. Encadeados, os fragmentados incidentes diários reportados configuram seqüências de significações abertas, mas unitárias: os acontecimentos jornalísticos. A determinação sintática desses acontecimentos se manifesta de forma latente no texto, mas só pode ser coerentemente reconfigurada no ato de recepção, como sugere Ricoeur.

6. Tecendo a história do presente

Há algo singular no caráter da narrativa jornalística, além de sua configuração ética e moral. Diferentemente da história, a narrativa jornalística, ainda que utilize frequentemente o pretérito perfeito ou imperfeito em seu discurso, refere-se ao presente, ao momento contemporâneo. Essa coetaneidade confere uma singularidade à narrativa jornalística em relação às narrativas da história ou da literatura. O jornalista narra continuamente a história do presente imediato, uma história fugidia, inacabada, aberta, mas, uma história. Negar às narrativas jornalísticas o caráter de história é, como disse o historiador P. Nora (s/data), fazer coro com a atitude positivista que negou à atualidade a dignidade da história. O presente

intensificou-se, diz ele, está super aquecido, adquiriu uma dimensão histórica.¹⁰ Antes de qualquer elaboração crítica, é vivido diretamente como história e se impõe ao historiador desde o exterior, história falada, escrita, televisionada: “se em algum lugar pulsa o coração da história contemporânea, não é no silêncio dos arquivos, mas no burburinho da sala de redação ou de uma conferência de imprensa” (pág. 535). O jornalista, afirma ele, é o historiador natural da atualidade. A história do presente, observa, não é um simples apêndice linear da história do passado, mas uma história distinta, cuja particularidade é justamente sua exclusão, seu rechaço do campo da história.

Não podemos entrar aqui no instigante debate sobre o conceito de história do presente. Precisamos regressar à discussão sobre a análise dos acontecimentos, que Darnton chamou de análise de incidentes, para concluir nossa reflexão do jornalismo como narrativa do presente. Gostaria de mudar ligeiramente as perguntas de Darnton sobre o sentido dos acontecimentos: Qual a significação dos acontecimentos que se precipitam sobre nós desde os *mass media*? Como compreende-los? Onde encontrar os fios que conectam as histórias e tornam os acontecimentos noticiosos compreensíveis? Esses acontecimentos permanecem na superficialidade da rapidez de seu consumo ou chegam a conformar imaginários coerentes, ainda que fugazes? O ato de recepção das notícias constitui experiências narrativas estabilizadoras do senso comum ou são experiências cognitivas demasiado breves, incapazes de vincular antecedentes e conseqüentes?

Não temos respostas definitivas para essas perguntas, que só poderão tornar-se consistentes com estudos empíricos. Mas argumentamos ao longo do artigo que as notícias encadeiam narrativas sobrepostas e fugazes, mas provisoriamente coerentes e unitárias. Narrativas consistentes o suficiente para, pelo menos, organizar a experiência imediata dos receptores no mundo da vida. P. Nora (1979) observa que um novo tipo de acontecimento vinculado ao jornalismo vislumbra hoje uma história distinta. O sistema de atualidade tem o seu modo de produção, os *mass media*, e seu produto estandardizado, o acontecimento. Mas, um acontecimento diferente das efemérides do passado, que busca continuamente uma consciência de si mesmo. O acontecimento jornalístico, conclui ele, constitui-se no centro do nosso presente histórico. Como crônica do cotidiano, o jornalismo organiza acontecimentos e estabiliza hoje nossas confusas e difusas experiências do tempo presente, tecendo sucessivamente a história imediata.

Creio que, a partir da serialidade da cobertura de incidentes fragmentados noticiados diariamente pela mídia, o analista pode reconstruir narrativamente o enredo de acontecimentos midiáticos como histórias breves, desde um ponto de vista do receptor. Reunindo e encadeando as notícias diárias como histórias unitárias potenciais, como parece fazer o receptor, é possível recuperar sua configuração temporal e chegar até o fundo moral que projetou os fatos como notícias.

Seguir uma história, diz Ricoeur, é atualizá-la no ato de leitura. Partindo dos atos de leitura, creio ser possível recuperar as atualizações narrativas do jornalismo. No ato de ler o destinatário joga com a coesão narrativa, experimenta, sobrepõe, conclui a obra, carrega sozinho a tarefa de tecer as difusas intrigas. Como analistas, podemos acompanhá-lo no percurso dessa tarefa. Ficção não é um gênero do discurso, é uma forma de expressão humana. É uma relação intersubjetiva que os indivíduos estabelecem com a realidade. Como

¹⁰ P. Nora (1979) registra a morte do acontecimento natural na história contemporânea, mas identifica o retorno de outro tipo de acontecimento: multiplicado desmesuradamente pelos meios de comunicação que o produzem, o acontecimento contemporâneo nos permite ler o imaginário de uma sociedade da qual representa o papel de memória e, ao mesmo tempo, de um mito. Analisar o acontecimento contemporâneo, sua estrutura, seus mecanismos, o que ele contém de significação social, diz ele, não é interrogar sobre a espuma do tempo histórico, mas aproximar-se do funcionamento de uma sociedade através das representações parciais e deformadas que ela produz.

se leitores fossem, os analistas poderão compreender a natureza narrativa dos enunciados jornalísticos reconstituindo seus episódios, suas seqüências, suas intrigas. A partir daí, recuperar suas fábulas e observar as experimentações éticas e morais continuamente em curso na cultura contemporânea, independente do estilo ou grau de objetividade dos enunciados.

Referências bibliográficas:

- Bal, Mieke (2001): Teoria de la narrativa, Cátedra, Madrid
- Bruner, Jerome (1998): Actos de significado, Alianza, Madrid
- Darnton, Robert (2004): Um assassino sentimental, Cadernos Mais, FSP, 23/05/2004
- Duch, Lluís (2002): Antropologia de la vida cotidiana, Trotta, Madrid
- Geertz, Clifford (1989): A interpretação das culturas, LTC, Rio de Janeiro
- Gergen, Kenneth J. (1996): Realidades y relaciones, Paidós, Barcelona
- Greimas, A. J. (1971): Elementos para uma teoria da interpretação da narrativa mítica, R. Barthes, Análise estrutural da narrativa, Vozes, Petrópolis
- Iser, Wolfgang (1999): Teorias da recepção, in J.C.C. Rocha, org., Teoria da Ficção, UERJ, Rio de Janeiro
- Jauss, Hans Robert (2002): Pequena apologia de la experiencia estética, Paidós, Barcelona
- Jauss, H. Robert (1987): El lector como instancia de una nueva historia de la literatura, in J. A. Mayoral, Estética de la recepción, Arco Libros, Madrid
- Motta, Luiz Gonzaga (2002): Para uma antropologia da notícia, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, Vol. XXV, No. 2, julho/dezembro
- Motta, Luiz Gonzaga (2003): O jogo entre intencionalidades e reconhecimentos: pragmática jornalística e construção de sentidos, Comunicação e Espaço Público, Ano VI, Nos. 1 e 2
- Motta, Luiz Gonzaga: (2003^a): Sobre o trabalho simbólico da notícia, GT Comunicação e Cultura, CD-ROM Compos 2003
- Nora, Pierre (s/data): Presente, in J.Le Goff, R. Chartier e J. Revel, La nueva historia, Mensajero, Bilbao
- Nora, Pierre (1974): El retorno del acontecimiento, Hacer la historia, Laia, Barcelona
- Redfield, James M. (1975), Nature and Culture on the Illiad. The tragedy of Hector, The University of Chicago Press, Chicago
- Reis, C. e A. C. M. Lopes (1988): Dicionário de teoria da narrativa, Ática, S. Paulo
- Revel, Jacques (s/data): Acontecimento, in J. Le Goff, La nueva historia, Mensajero, Bilbao
- Ricoeur, Paul (1994): Tempo e narrativa, Tomo I, Papyrus, S. Paulo
- Rodrigues, Adriano D. (1993): O acontecimento, in N. Traquina, Jornalismo-Questões, teorias, "estórias", Vega, Lisboa
- Schudson, Michael (2002): News as literature and narrative, The sociology of news, New York
- Todorov, Tzvetan (1970): As estruturas narrativas, Perspectiva, S. Paulo
- Todorov, Tzvetan (1971): As categorias da análise literária, in R. Barthes (1971), op. Cit
- White, Hayden (1980): The value of narrative in the representation of reality, in W.J.T. Mitchell, On narrative, University of Chicago Press, Chicago

Aids e mídias: narrativas jornalísticas

Rosana de Lima Soares ¹

Resumo : O tema proposto para este artigo busca abrir novas perspectivas sobre um tema que não é, propriamente, novo: após 25 anos de história, como pensar a aids em sua interface com outras disciplinas? Devido a seu caráter complexo, a aids não pode ser tratada de forma monocromática. Além da área médica e científica, lugares privilegiados para sua discussão, invoca relações com questões éticas, morais, sociais, culturais. Ao fazê-lo, estabelece interfaces com diversos campos das ciências humanas, como a filosofia, a sociologia, a história, a antropologia. No cruzamento dessas fronteiras situa-se, de forma privilegiada, o campo da comunicação e, especialmente, o jornalismo, imprescindível para pensarmos a aids tanto em termos da divulgação dos avanços médico-científicos como na elaboração de campanhas de prevenção eficazes.

Palavras-chaves: Narrativa jornalística – aids – discurso – estigmas sociais

Aids e mídias: narrativas jornalísticas

“O melhor remédio é manter o horizonte da esperança”. (Herbert de Souza)

O tema proposto neste artigo abre amplas perspectivas: como pensar a aids em sua interface com outras disciplinas? Devido a seu caráter complexo, a aids não pode ser tratada de forma monocromática. Além da área médica e científica, lugares privilegiados para sua discussão, invoca relações com questões éticas, morais, sociais, culturais. Ao fazê-lo, estabelece interfaces com diversos campos das ciências humanas, como a filosofia, a sociologia, a história, a antropologia. No cruzamento dessas fronteiras situa-se, de forma privilegiada, o campo da comunicação, especialmente o jornalismo.

A comunicação – e a *comum ação*, ou ação comum, nela implicada – é imprescindível para pensarmos a aids tanto em termos da divulgação dos avanços médico-científicos como na elaboração de campanhas de prevenção baseadas em persuasão e eficácia. Mais do que isso, o jornalismo é também fundamental quando pensamos nas redes midiáticas e nos discursos sobre a aids que nelas transitam, discursos esses que

¹ Doutora em Ciências da Comunicação, professora no Departamento de Jornalismo e Editoração e no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP, pesquisadora do Núcleo de Estudos Linguagem e Mídia (ECA-USP).

apontam tanto para as relações sociais estabelecidas em torno desta síndrome, como para os deslocamentos possíveis e necessários destas relações.

Quando falamos em aids e comunicação, portanto, queremos destacar alguns aspectos envolvidos nessa equação, especialmente as figurações e configurações da aids nas mídias, destacando o jornalismo impresso e as campanhas de prevenção governamentais. Além de apontar as trajetórias narrativas da aids, pretendemos confrontá-la com os avanços conquistados na área médico-científica e as mudanças ocorridas em termos socioculturais. Atualmente, é oferecida aos portadores do HIV a possibilidade de viver mais e melhor; mas quais as transformações culturais em relação a sua inserção social? Um dos lugares para responder a essa pergunta são os discursos que circulam nas mídias, ou discursos midiáticos.

É nesse contexto que temos que nos perguntar o que tem sido feito e o que poderia ser feito em relação aos discursos sobre a aids no Brasil. Diversas questões se colocam nessa discussão: quais as dimensões e particularidades da epidemia no Brasil? Quantos são os atingidos, como e de que forma? Quais os grupos mais afetados? Quais as formas de transmissão? Quais as particularidades de cada região do país? Quais as previsões para os próximos anos? Como a epidemia vem sendo monitorada? Quanto custa tratar da aids? Como isso poderia ser feito? Quais as campanhas já desenvolvidas? Quais os seus resultados? Que estratégias seguir no futuro?

Num momento em que, mais do que que *morrer com aids* o que percebemos é a necessidade de aprendermos, verdadeiramente, a *(con)viver com aids*, os desafios que tal *(con)vivência* nos colocam não são poucos, nem fáceis de serem enfrentados. Surgida no início da década de 80, a aids – talvez a primeira doença infecto-contagiosa de dimensões globais (mais do que uma epidemia uma *pandemia*) – passou a ocupar a cena social de forma efetiva em 1983, a partir do isolamento de seu agente causador, o HIV (*Human Immunodeficiency Virus*).

O próprio nome da doença – aids – constitui uma sigla para a chamada “síndrome da imunodeficiência adquirida”: *síndrome*, e não doença, porque a ela são associados inúmeros fatores que, em conjunto, convergem para seu desenvolvimento; *imunodeficiente* porque, ao atacar o sistema imunológico do doente, torna-o frágil para lidar com as chamadas “doenças oportunistas”; finalmente, a aids é *adquirida* por um agente transmissor externo e não desenvolvida pelo próprio organismo.

A particularidade da aids, portanto, faz com que ela seja não apenas um assunto médico e científico, mas também psicossocial e cultural, com implicações em termos de

educação e prevenção. Mas os avanços em relação à tematização da aids não correspondem aos avanços já alcançados pela ciência, que embora ainda não tenha encontrado uma cura ou vacina eficazes avançou significativamente em termos de conhecimento e controle da síndrome nos últimos anos.

A desinformação em relação à doença ainda é grande, e mesmo entre aqueles que possuem informações não ocorre, necessariamente, uma mudança de comportamento ou atitude. Uma “cultura de prevenção²” precisa ser incrementada, para tentar equilibrar a diferença existente entre o volume de informações sobre a doença e a pouca assimilação de práticas de prevenção. Apesar da relativa *banalização* da questão da aids (notemos, por exemplo, um número menor de matérias nas mídias, trabalhos acadêmicos ou eventos como este em que estamos participando, como se o problema já houvesse sido resolvido), o número de casos de pessoas contaminadas aumenta em progressão geométrica, indicando a existência de um hiato entre informação e ação. Por isso não hesitamos em afirmar que, em relação à aids, apenas uma *ação comum* poderá dar conta deste hiato.

Mais de vinte anos se passaram e o tema da aids ainda se apresenta como fascinante e multifacetado: quanto mais pensamos e pesquisamos sobre ele, mais encontramos perguntas e novos caminhos, sempre intrincados, relacionando sexo, morte, doença, moral, comportamentos e também estigmas, preconceitos, discriminações, omissões e silêncios. Uma história marcada por mal-entendidos, suposições, acontecimentos que viriam negar fatos dados como certos, como o aparecimento do primeiro bebê infectado, em 1987. Uma criança soropositiva — talvez o primeiro abalo de uma sociedade que até então julgava os portadores do HIV como pessoas de comportamentos não-aceitáveis socialmente.

Engendrando, sobretudo, relações entre o sexo e a morte, desde seu aparecimento a aids tem se revestido de aspectos obscuros, sombrios, proibidos. Some-se a isso o fato de ainda não terem sido descobertos nem uma vacina preventiva, nem um medicamento para sua cura, e vemos uma doença singular.

Desde 1996, a utilização de medicamentos combinados para tratar da aids de forma mais eficaz revolucionou as formas de convívio com a doença, tanto em termos médicos como em termos sociais. Atuando em diferentes estágios de desenvolvimento da síndrome, esses medicamentos visam equilibrar a proporção entre o número de cópias de HIV presentes no sangue e o número de células de defesa do organismo (CD4). Com o uso dos

²Sergio Haddad (Cedi, 1993). Ao se referir à “cultura de prevenção” esclarece: “O trabalho educativo é prioritário na questão da prevenção da Aids. Mas esta educação, para ser eficaz, deve ser adequada às diversas faixas etárias, a grupos sociais específicos, aos homens e mulheres, seus hábitos, comportamentos, valores éticos e culturais”.

medicamentos, a quantidade de HIV tende a diminuir, ao mesmo tempo em que o sistema imunológico é fortalecido.

Dessa forma, a partir do advento dos medicamentos combinados constatamos uma maior inserção social dos portadores do HIV, que passaram a ter lugar e nome nas mídias em geral. Entretanto, a despeito dos inúmeros avanços nos tratamentos e terapias – que garantem hoje aos soropositivos uma vida com qualidade e que, notadamente, têm feito despencar o número de mortes –, um fantasma insiste em rondar as pessoas afetadas pela aids: a estigmatização que cerca a doença e, desse modo, reveste seus portadores de imagens estigmatizantes, gerando ainda hoje preconceito e discriminação.

É nesse sentido que acreditamos ser fundamental a contribuição da comunicação para pensar a aids: em primeiro lugar, para estabelecer um debate amplo na sociedade, informando sobre os avanços médico-científicos e tematizando seus aspectos sociais e culturais; em segundo lugar, para propiciar o surgimento e fortalecimento de uma “cultura de prevenção” que possa enfrentar os desafios colocados por essa síndrome às campanhas de saúde pública.

Informar e formar se constituem como os dois pólos em que a comunicação se torna relevante para tratarmos dessa síndrome, não apenas médica, mas também social, e que nos obriga a mudar padrões de comportamento e idéias, repensar valores e conceitos, questionar posturas e concepções. É da comunicação, portanto, que partimos para pensar as tematizações da aids, percorrendo suas trajetórias narrativas nas mídias, nas campanhas de prevenção e nas relações sociais, sem esquecer dos entrelaçamentos que relacionam estas narrativas entre si e também com aquelas do discurso médico-científico.

Nas relações entre aids e comunicação, a questão da prevenção pode nos auxiliar no estabelecimento de diretrizes. De acordo com Mann (1993), três aspectos são fundamentais quando tratamos destes termos. O primeiro se refere à *informação e à educação* como requisitos essenciais, em que o mais importante é a participação dos grupos-alvo na elaboração e implementação de programas a serem desenvolvidos. O segundo aspecto envolve *os serviços sociais e de saúde*, ou seja: não basta informar que é preciso, por exemplo, usar camisinha, mas é preciso haver a possibilidade de acesso gratuito ou preços acessíveis. Finalmente, o terceiro aspecto é mais abrangente, envolvendo mudanças de atitude e de mentalidade na sociedade como um todo não na forma de coerção, mas de respeito.

Como dissemos, a aids passou a ocupar espaço nos jornais no início da década de 80, com o aparecimento dos primeiros casos clínicos. O que se destaca nessas primeiras

matérias é que, apesar do grande desconhecimento científico, alguns elementos simbólicos que permaneceriam até recentemente já começam a ser esboçados. Entre eles, destacam-se as referências aos homossexuais e aos usuários de drogas; o tom alarmista das matérias, demonstrando que a ciência não conhecia a doença; a idéia de que a aids *alastrava-se* pelo mundo. Em sua trajetória pelas mídias, podemos dizer que a aids foi narrada, primeiramente, como uma doença que afetava apenas homossexuais masculinos, ou seja, pessoas de vida sexual tida como desregrada em relação aos padrões sociais vigentes.

No final da década de 80, a aids já fazia parte do cenário nacional, ainda que tardiamente. A imprensa não parava de noticiar os novos avanços da ciência e os acontecimentos sociais a ela ligados: “Fiocruz estuda relação com mal de Chagas”; “Juiz aceita pedido de indenização de médica que contraiu aids em NY”; “França investe US\$ 113 milhões em educação e pesquisa sobre aids”; “Igreja Católica acredita que aidéticos são ‘satanizados’ na América Latina”; “Aids ainda é considerada ‘doença capitalista’ na União Soviética”; “OMS calcula em 10 milhões os contaminados no mundo”³.

Percurso estranho o dessa doença, pensava eu. Primeiro, disseram que só afetava homossexuais masculinos. Logo depois, vieram com a história dos macacos africanos que haviam transmitido o vírus aos humanos. Em seguida, usuários de drogas foram infectados. Até aí, nada de novo. Apenas grupos considerados marginais, fora-da-lei, desviantes (grupos já estigmatizados socialmente) eram relacionados à nova síndrome. Estava criado o estigma do “grupo de risco”: pessoas que possuíssem determinados comportamentos estariam mais sujeitas à infecção pelo HIV. Mas eis que surgem novas descobertas: o vírus é encontrado em mulheres, heterossexuais, crianças. E outra síndrome foi criada: do medo, da vergonha e do pecado.

Nesse segundo momento, os comportamentos “desviantes” não pareciam mais tão distantes assim: surgem nas mídias inúmeros casos de personalidades públicas – atletas, atores, cantores, artistas em geral – portadoras do HIV, um dos mais notáveis sendo o do jogador norte-americano de basquete Magic Johnson, que veio a público em 1991 falar sobre sua condição. Antes dele, o ator de cinema Rock Hudson, morto em 1985, havia declarado ser soropositivo. Os anúncios não paravam de se suceder e as mortes aconteciam rapidamente, já que a ciência não havia ainda encontrado uma forma de controlar a epidemia. De estrangeiros distantes, a imprensa passou a falar de pessoas famosas do Brasil: artistas, cantores, escritores. Vieram os Cazuzas, Lauros, Claudias. Mais alguns

³Folha de S. Paulo (01/12/88, 05/11/80, 05/11/80, 06/10/87, 01/12/88, 01/12/88).

meses e já se ouvia: “Meu primo tem um amigo que tem um tio que tem um vizinho que está com aids”.

O cerco foi se fechando: minha tia tem uma vizinha, minha vizinha tem um filho, minha tia, minha amiga, meu irmão, minha filha, eu. Eu? No início dos anos 90 era difícil não conhecer alguém que não conhecesse alguém infectado pelo HIV. Apenas num terceiro momento, no final da década de 90, as mídias passaram a tratar da aids em âmbito mais geral, estendendo seus relatos aos cidadãos comuns, antes anônimos, e às relações cotidianas.

Tal deslocamento encontra paralelo na própria transformação da configuração da aids em termos epidemiológicos e socioculturais. A trajetória da transformação do conceito de *risco*, próprio dos anos 80, em *vulnerabilidade*, próprio dos anos 90 (cf. Ayres, França e Calazans, 1997), revela uma abordagem interessante para se pensar as narrativas midiáticas da aids. Esse processo caminha do *estranhamento* de grupos e comportamentos de risco ao *reconhecimento* das pessoas em geral, recheando seus relatos com depoimentos, entrevistas, experiências pessoais, histórias de vida.

Podemos afirmar que mais do que uma síndrome clínica, ou uma *epidemia médica*, a aids carrega em si também uma síndrome cultural, ou uma *epidemia social*, percebida nos tabus que ainda cercam esta doença e as pessoas por ela afetadas. Ainda hoje nos surpreendemos com o baixo grau de simpatia e a falta de solidariedade em relação a seus doentes. Em nossa dissertação de mestrado⁴, as narrativas do jornal *Folha de S. Paulo* confirmaram: a aids engendra mesmo um grande *enigma*, mais tarde percebido como *estigma*, para além do preconceito ou da discriminação.

A pesquisa foi, posteriormente, estendida a outros jornais (*Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Jornal da Tarde*, *Correio Braziliense* e *Gazeta Mercantil*)⁵. Apenas nesse breve intervalo de tempo, pudemos perceber variações e deslocamentos nas narrativas da aids, apontando para a complexidade da síndrome em termos socioculturais. Em linhas gerais, podemos apontar, para o primeiro período (1994-1995), a configuração de três grupos temáticos que indicam as tendências da imprensa em relação à questão da aids: *Estado*, *Ciência* e *Homossexualidade*. No segundo período

⁴ Cf. *imagens veladas, imagens re-veladas: narrativas da aids nos escritos do jornal folha de s. paulo* (São Paulo: ECA-USP, 1997).

⁵Projeto de Pesquisa Alfa-Educom, da Comunidade Européia (França, Espanha, Portugal, Argentina e Brasil). No Brasil, a pesquisa foi coordenada pela Profa. Dra. Silvia Helena Simões Borelli, do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais (Departamento de Antropologia) da Pontifícia Universidade Católica da São Paulo (PUC-SP).

(1997-1998), temos a formação de quatro grupos temáticos: *Estado, Ciência, Pessoas e Sociedade Civil*. Os dois períodos apresentam entre si convergências e dissonâncias.

Uma constante é a recorrência de matérias na editoria de Ciência, relacionadas geralmente à *boa notícia* que os avanços científicos e as descobertas de medicamentos representam. Principalmente no segundo período, em que os medicamentos passam a ser combinados para tratamento dos portadores, é grande a euforia das mídias em torno dessa nova possibilidade de controle e superação da doença. Tal possibilidade, acreditamos, gerou deslocamentos na relação dos soropositivos com a sociedade em geral: aqueles que antes não podiam dizer que eram portadores do HIV começam a se manifestar e a aparecer, ganham nome e voz nas mídias, explicando talvez o aumento significativo do número de matérias sobre pessoas em geral e suas experiências com a aids.

A ordenação dos grupos temáticos marca a grande diferença entre as leituras de 1994-1995 e as de 1997-1998. No primeiro período, a questão dos portadores do vírus estava relacionada à forma como haviam contraído a doença, o que fazia com que as referências à questão da *homossexualidade* e das *drogas* fossem constantes. As matérias apontavam claramente a distinção entre os chamados *grupos de risco* (homossexuais e drogados) e as *pessoas fora de risco* (todos os outros), revelando a presença de poucos atores sociais envolvidos nas narrativas e reforçando o preconceito em relação a grupos sociais específicos, distanciados das pessoas em geral.

No segundo período, o eixo temático aponta uma tendência à personalização dos portadores, com aparecimento de fotos, nomes, idade, profissão, entre outros dados. Da preocupação com o contágio e a doença, as matérias passam a privilegiar *aqueles que estão (con)vivendo com aids* – provavelmente devido ao forte impacto causado pela descoberta de novos medicamentos –, deixando de enfatizar a que *grupo de risco* os portadores pertenceriam e, ao fazê-lo, aproximando-os das pessoas em geral. Tais medicamentos ampliaram a qualidade e perspectiva de vida dos portadores, desassociando, ao menos no plano clínico, o par aids-morte.

É interessante notar que o mesmo deslocamento – do *isso não me diz respeito* ao *isso me interpela*, do imobilismo à mobilização, do distanciamento à proximidade, do *falar para* ao *falar com* – pode ser percebido nas campanhas de prevenção governamentais veiculadas entre os anos de 1994 e 1999, obedecendo a uma lógica sazonal (carnaval e dia mundial de luta contra a aids) e desenvolvidas a partir de dois eixos: campanhas genéricas, voltadas para a população em geral, e campanhas específicas, voltadas para segmentos particulares, como jovens ou mulheres.

As primeiras campanhas veiculadas no Brasil possuíam apenas caráter *informativo*, na linha do “saiba como se pega aids”; num segundo momento, surgiram campanhas de enfoque *testemunhal*, por meio de depoimentos de personalidades famosas; num terceiro momento, percebemos o tom *interpelativo* das campanhas, pretendendo convocar e mobilizar as pessoas a assumirem uma ação efetiva em relação à aids.

Exemplos dessa trajetória são percebidos em campanhas voltadas para mulheres, como *Quem se ama se cuida* (informe/Hebe Camargo, 1995), *Direitos* (depoimento/Sandra Bréa, 1996), *Canções de Carnaval: viver sem aids só depende de você* (convocação/Regina Casé, 1999).

A primeira traz a apresentadora Hebe Camargo falando sobre aids de forma impessoal e distanciada, apenas transmitindo conselhos e informações sobre a prevenção da doença (como se dissesse *não me sinto preocupada, sei que isto existe e é um sério problema, mas a solução está nas mãos de vocês*). A segunda aproxima-se um pouco mais do público, trazendo a atriz Sandra Bréa em um depoimento em que anuncia sua condição de soropositiva e seus direitos (como se dissesse *isto aconteceu comigo e pode acontecer com você, eu sou testemunha disto*). A terceira campanha, em tom mais informal e divertido, traz a atriz Regina Casé cantando marchinhas de carnaval, aproximando-se do público e interpelando-o para que assuma a aids como um problema concernente a todos nós (como se dissesse *em relação à aids, nós estamos sujeitos aos mesmos riscos*).

As trajetórias dessas três campanhas podem ser vistas como uma possível síntese da aids nas mídias, na sociedade e na epidemiologia: informar, testemunhar, interpelar, um movimento que vai de grupos e comportamentos de risco (“eles” e “você”) à vulnerabilidade de cada um (“nós”), da impessoalidade à humanização, do preconceito à solidariedade.

No início do século 21, confirma-se a mudança observada nas mídias (jornais impressos e campanhas de prevenção) ao longo dos anos 90: *a aids mudou de cara*, aproximando-se das pessoas em geral. É esse o título do suplemento publicado no jornal *Folha de S. Paulo* (28/11/2001), com a seguinte chamada de capa: “20 anos depois, a doença mata menos e com menor estardalhaço, mas a contaminação e o preconceito continuam”. Ainda que as narrativas tenham se deslocado dos *outros* para *todos nós*, os avanços médico-científicos não se refletiram em termos socioculturais – e nem esperaríamos que tal transposição fosse automática.

Embora as narrativas tenham se deslocado do *falar para* o *falar com*, para os que (con)vivem com a doença as histórias de estigmatização perduram, ainda que com

variações. Estigmatizados antes pelas marcas físicas, hoje pelas marcas simbólicas, aos *portadores* parece não haver nome mais adequado: eles são de fato *depositários* dos estigmas que ainda constituem a aids, mesmo que em sinais não-revelados. Daí falarmos em desafios para aprender a *(con)viver com aids*.

Na crônica *O dia da cura* (1994), Betinho já intuía tais desafios quando relaciona a cura do corpo – aquela que a medicina pode propiciar via ciência – e a cura da sociedade – aquela que só pode advir da superação de estigmas sociais. A metáfora entre a vida/morte do corpo e a vida/morte da sociedade é uma das mais belas jamais escritas para se pensar a aids.

Seja em termos médico-científicos, seja em termos socioculturais, os estigmas da aids (suas marcas) estão ainda em busca da cura (seu antídoto). Betinho apontara que mesmo antes da cura “física” dos remédios seria possível a cura “social” da solidariedade. Os medicamentos atuais aproximam-se da cura – há de fato cada vez mais pessoas *(con)vivendo com aids* – mas, paradoxalmente, tão difícil quanto *morrer com aids* parece ser *viver com aids*.

Exemplo recente foi a reportagem de capa publicada na revista *Época* (edição 422, 15/06/2006) por ocasião dos 25 anos da identificação do vírus HIV. A matéria extensa – outras revistas semanais como *Veja*, trouxeram apenas textos curtos sobre a aids – aponta, sim muitas variações, para o trajeto descrito acima. Baseada na história de vida de Valéria, hoje com pouco mais de 30 anos e soropositiva há mais de 15 anos, a reportagem – que mereceu ser tema do editorial da revista – enfoca os “sobreviventes” da Aids. Em tom ao mesmo tempo catastrófico e esperançoso, apresenta pelas histórias dos portadores – todos realizando tratando com combinação de medicamentos – para nos alertar de que a síndrome ainda é uma pandemia e que qualquer descuido pode ser fatal. Oscilando entre o tom otimista da ciência e o pessimismo da lentidão de seus avanços, o texto nos lembra que é, sim, possível *(con)viver com aids*, mas que os custos sociais, efeitos colaterais e, sobretudo, transformações no corpo são novos problemas que se colocam aos portadores. Por tratar do tema de maneira não eufórica, o texto cumpre uma das funções do jornalismo como discurso disciplinador, normatizando comportamento e regulando as formas de interação social. Nesse sentido, atende a uma das características do próprio jornalismo científico e funciona como uma espécie de campanha de prevenção disfarçada nas linhas da matéria apresentada. O tom que lemos é, ainda, aquele que convoca ao cuidado e interpela o leitor para que este não pense que o problema foi solucionado. Embora trate de

portadores, mais do que falar deles o texto fala aos seus outros, não portadores, para que se previnam *contra* a doença.

Dessa maneira, uma vez mais, como nas narrativas dos jornais ou das campanhas, um deslocamento é percebido na sociedade: a aids, doença do outro, do estranho, do diferente (distante de mim) passa a ser vista como doença de todos nós, do familiar, do semelhante (próxima a cada um). Não seria este o melhor remédio para os estigmas sociais que ainda revestem as imagens da aids e de seus portadores?

Referências bibliográficas

- AYRES, J. R. C. M.; FRANÇA JR., I.; CALAZANS, G.J. *Aids, vulnerabilidade e prevenção*. São Paulo, 1997 (mimeo.).
- BARTHES, R. “Estrutura da notícia”. In: *Crítica e verdade*. São Paulo: Perspectiva, s/d.
- BENVENISTE, E. *Problèmes de linguistique générale II*. Paris: NRF/Gallimard, 1974.
- BIANCARELLI, A. “Doença em foco: as reportagens sobre Aids publicadas pela *Folha de S. Paulo*”. In: *Revista USP*, n. 33, março/abril/maio de 1997.
- BORELLI, S. H. S. & SOARES, R. L. *Aids e prevenção: balanços e perspectivas das estratégias de comunicação*. Relatório Final do Projeto de Pesquisa Alfa-Educom/Comunidade Européia. São Paulo: PUC, 1998.
- CARNEIRO, H. F. *Aids, a nova desrazão da humanidade*. São Paulo: Escuta, 2000.
- FOLHA DE S. PAULO. “A Aids mudou de cara”. *Revista da Folha*, 28/11/2001.
- FREITAS, J. M. M. *Comunicação e psicanálise*. São Paulo: Escuta, 1992.
- MANN, J. et al. (orgs.). *A Aids no mundo*. Rio de Janeiro, Relume Dumará/Abia, 1993.
- PAIVA, V. S. F. (org.). *Em tempos de Aids*. São Paulo: Summus, 1992.
- PARKER, R. et al. (orgs.). *Aids no Brasil*. Rio de Janeiro: Relume Dumará/Abia, 1994.
- REVISTA USP. *Dossiê Aids*. São Paulo, USP, Coordenadoria de Comunicação Social, n. 33, março/abril/maio de 1997.
- SOARES, R. L. “Aids, feminino plural: trajetos de uma epidemia”. *Revista Cambiassu – Estudos em Comunicação*, São Luís, vol. X, n.1, jan./jun. 2000.
- _____. *Imagens veladas: Aids, imprensa e linguagem*. São Paulo: Annablume, 2001.
- SONTAG, S. *A Aids e suas metáforas*. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.
- SOUZA, H. “O dia da cura”. In: *A cura da Aids*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1994.

A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência

Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior ¹ e João Carlos Correia ²

Resumo: Este trabalho tem como objetivo discutir a hipótese de que o telejornalismo representa um *lugar de referência* para os brasileiros muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo. Com a finalidade de apresentar um esboço teórico dessa proposta, o estudo está dividido em três momentos: o telejornalismo como um lugar de construção do real, o conhecimento do telejornalismo e a produção do conhecimento. Como pano de fundo dessa caminhada, o que estamos apontando e indicando são algumas pistas, algumas considerações e algumas provocações para a construção de uma epistemologia do telejornalismo.

Palavras-chave: Telejornalismo, cotidiano e *lugar de referência*

1. INTRODUÇÃO

Os brasileiros acreditam mais na mídia que no Governo. A informação, resultado de um pesquisa da agência de notícias Reuters, da Rede Britânica BBC e dos Media Centre Poll da Globescan realizada em dez países mostra a centralidade e importância da televisão na sociedade brasileira. Dentro desse contexto, o campo do telejornalismo ocupa um lugar de destaque como a principal fonte de informação para 56% dos entrevistados é a televisão (BRASIL, 2006, p. 31).

Os estudos sobre esse fenômeno estão a exigir do mundo acadêmico, em particular, dos pesquisadores um olhar mais atento e maiores investigações sobre os telejornais de rede nacional, os noticiários regionais e locais que contribuem de uma forma relevante para a construção de parte da realidade social da realidade brasileira diariamente (BERGER;LUCKMANN,1995).

O objetivo deste trabalho é procurar estabelecer um quadro teórico mais efetivo do estudo que apresentamos no ano passado, no III Encontro da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), que trata das relações entre os

¹ Mestre em Comunicação na Famecos/Pucrs, Doutor em Comunicação (UFRJ). Professor e pesquisador na Graduação e na Pós-Graduação em Comunicação do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco.

² Doutor, Professor Auxiliar da Universidade Beira Interior, Portugal.

telejornais e o dia a dia das pessoas. Ao conceito provisório do telejornalismo como um *lugar de segurança* nas sociedades complexas propomos o conceito de *lugar de referência* (VIZEU, 2006).

Defendíamos que os telejornais funcionam como uma espécie de *lugar de segurança* no mundo da vida (SCHTUZ, 2003) tendo por base que a televisão se constitui num lugar de familiaridade e tranquilidade no dia a dia acabou se mostrando insuficiente para dar conta da relevância dos noticiários como um lugar de mediação entre o mundo dos fatos, dos acontecimentos, ao longo texto usamos essas duas expressões de forma indistinta, e a sociedade. (SILVERSTONE, 1996).

Ora se o cotidiano envolve tristezas, alegrias, ódios, afetos, tensões, conflitos, segurança e insegurança, a proposição de um lugar de segurança em vez de permitir que apresentássemos de uma forma coesa, coerente e clara a perspectiva teórica que começávamos a desenvolver sobre a referencialidade do telejornalismo nas sociedades complexas (MELLUCI, 2001) acabava dificultando a compreensão da hipótese.

Por isso, a hipótese central deste trabalho é que o telejornalismo representa um *lugar de referência* para os brasileiros muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo (CANCLÍNI, 1995). Com a finalidade de apresentar um esboço teórico dessa proposta, o estudo está dividido em três momentos: o telejornalismo como um lugar de construção do real, o conhecimento do telejornalismo e a produção do conhecimento. Como pano de fundo dessa caminhada, o que estamos apontando e indicando são algumas pistas, algumas considerações e algumas provocações para a construção de uma epistemologia do telejornalismo (EKSTRÖM, 2005).

O modelo de que o jornalismo reproduz o real tal como ele, sendo uma espécie de fotografia da realidade, já não encontra praticamente mais guarida nas pesquisas desenvolvidas na área (TRAQUINA, 2004), (SHUDSON, 2002) (PENA, 2005). O espaço em que essa visão de reprodução ainda se mantém de uma maneira forte é nas redações das empresas de jornalísticas em função de dois mitos da prática profissional, que não são a preocupação deste trabalho: a imparcialidade e a objetividade, que permitiriam a jornalista afirmar que o distanciamento dos fatos garantia notícia ser o espelho da realidade. (SCHUDSON, 1978).

O processo de produção da notícia é extremamente complexo e envolve desde a captação, elaboração/redação/edição, uma audiência interativa. Envolve momentos

de contextualização e descontextualização dos fatos. É resultado da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras de redação), da língua e das regras do campo das linguagens, da enunciação jornalística e das práticas jornalísticas.

A nossa preocupação central é discutir e refletir o campo jornalístico como um lugar relevante na construção social da realidade (VERÓN, 1995) campo jornalístico como um lugar central na construção social da realidade. Como bem observou Bourdieu (1997) os jornalistas refrataram a realidade ao cobrir os acontecimentos. Ou seja, eles têm “óculos” especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras: “eles operam uma seleção e uma **construção** do que é selecionado” [grifo nosso], (Bourdieu, 1997, p. 25) A notícia ao refratar a realidade constitui e é constituída por essa.

2. A ORGANIZAÇÃO DO MUNDO

A imagem que a mídia constrói da realidade é resultado de uma atividade profissional de mediação vinculada a uma organização que se dedica basicamente a interpretar a realidade social e mediar os que fazem parte do *espetáculo mundano* e o público. Compartilhamos com a afirmação de Gomis (1991) e consideramos que a mídia não só transmite, mas prepara e apresenta uma realidade dentro das normas e das regras do campo jornalístico.

Na construção das notícias os jornalistas mobilizam enquadramentos conhecidos e realizam alguns ajustes que fazem o velho e o banal parecerem novos Hall (2005). Segundo Chandler (2005) lista alguns procedimentos no processo de produção da notícia num telejornal que mostram que os fatos que vão virar notícias não só selecionados, mas ativamente construídos. Ele observa que ao fim de uma entrevista gravada são feitas imagens de detalhes da entrevista para serem utilizados na edição da fala do entrevistado. O objetivo é ocultar o processo de edição procurando dar um efeito de realidade para a matéria.

Tuchmann (1980) explica que os telejornais utilizam ângulos determinados na produção das reportagens com enquadramentos que buscam conferir significados sociais as relações espaciais. Uma imagem mais próxima procura enfatizar aspectos mais dramáticos da matéria, ocorrendo o contrário quando a imagem é mais geral o

que procura transmitir uma espécie de *reprodução* da realidade, é como se essa estivesse sendo mostrada de uma forma objetiva tal como é, produzindo um efeito de real.

De acordo com a autora, nas práticas diárias os jornalistas fazem enquadramentos das múltiplas realidades. Um exemplo disso é a tipificação dos acontecimentos em notícias: *duras* (as factuais do dia. Ex: um acidente de ônibus com mortos); *leves* (shows, peças de teatros, etc. que não precisam ir ao ar no telejornal no dia em que foram gravadas porque não perdem atualidade) e *as súbitas* (uma ruptura no cotidiano. Ex: acidente de avião).

Além dessas ainda há as notícias *em desenvolvimento* (notícias que vão mudando ao longo do dia em função de novas informações. Ex: uma operação da Polícia Federal para prender fraudadores da Receita Federal); e as notícias *em seqüência* (há um calendário prévio dos acontecimentos. Ex: uma CPI normalmente tem a agenda dos depoimentos da semana).

Tuchmann (1980) afirma que o enquadramento das notícias organiza a realidade cotidiana e é parte importante dessa por causa do caráter público que é uma característica essencial da notícia. Complementa afirmando que a notícia não só define, redefine, constitui e reconstitui significados sociais; mas também define e redefine, constitui e reconstitui maneiras de fazer coisas: os processos existentes e as instituições.

Se a notícia televisiva contribui para a construção da realidade social, é possível se afirmar que a informação noticiosa é uma forma de conhecimento. Mas, que tipo de conhecimento? Esse é o segundo momento do nosso trabalho em que procuramos construir um arcabouço teórico propondo que o telejornalismo é um lugar de referência para homens e mulheres: o conhecimento do telejornalismo. Não há notícia sem conhecimento.

Como afirma Van Dijk (2005, p.14): “Nada pode parecer tão trivial quanto a tese de que sem conhecimento não haveria notícia alguma”. A afirmação, aparentemente simples, revela a necessidade da discussão e da relevância do Jornalismo como uma forma de conhecimento.

Um dos primeiros pesquisadores a trabalhar essa perspectiva foi Park (1972). Com base no pensador William James, um dos principais representantes do pragmatismo, movimento filosófico que exerceu profunda influência no pensamento

americano durante parte do século XX, existem dois tipos fundamentais de conhecimento: *o conhecimento de* e *o conhecimento acerca de*.

Grosso modo, o autor explica que o conhecimento de é uma espécie de conhecimento que adquirimos no curso dos nossos encontros pessoais e de primeira mão do mundo que nos rodeia. Já o conhecimento acerca de é formal. É o conhecimento que atingiu um certo grau de precisão e exatidão substituindo a realidade concreta por idéias e as coisas por palavras.

Genro (1977) num interessante trabalho, fundamental para quem quer pensar o jornalismo como uma *forma social de conhecimento*, apesar de reconhecer a contribuição de a contribuição de Park, critica seus pressupostos teóricos afirmando que ele não vai além da função orgânica da notícia e da atividade jornalística. No entender dele, a postura assumida por Park é redutora porque supõe uma espécie de *sensu comum* isento das contradições internas, cuja função seria somente reproduzir e reforçar as relações sociais vigentes, integrar os indivíduos na sociedade.

Algumas pistas para compreendermos o Jornalismo como um campo do conhecimento, desenvolvida por alguns autores (MEDITSCH,2005) e (LIMA,2001), é a apropriação da perspectiva conceitual da teoria ação de Freire (1987) para pensarmos o conhecimento produzido pelo campo jornalístico. Entendemos que o instrumental teórico proporcionado pelo autor permite trabalhar e refletir o Jornalismo na sua essência. A referência do Jornalismo é a realidade, o mundo da vida, o cotidiano de fatos, acontecimentos, de homens, de mulheres, de alegrias, de tristezas, de afetos, de tensões, de conflitos e de paz.

3. O CONHECIMENTO DO TELEJORNALISMO

O contexto teórico do conhecimento do Jornalismo é o contexto da *práxis*. O jornalismo precisa *molhar-se* pela realidade. Ou seja, não há contexto teórico verdadeiro a não ser na união dialética com a prática, com o contexto concreto. No contexto teórico buscamos *tomar distância* dos fatos; no prático, no concreto somos sujeitos e objetos em relação ao objeto (FREIRE, 1987).

Nas práticas diárias de produção da notícia é esse procedimento que os jornalistas adotam o tempo todo, muitas vezes de forma inconsciente. No *contexto teórico* de elaboração da informação, o repórter, o redator assumem o papel de sujeitos cognoscentes da relação sujeito-objeto que se dá no contexto concreto para,

voltando a este, melhor atuar como sujeitos em relação ao objeto. Consideramos que essa relação teoria/prática faz parte do método de apuração de uma matéria, de edição e de apresentação. O método jornalístico tem que ser trabalhado com rigor (CORNU, 1999).

As informações essenciais não podem ser suprimidas. As notícias devem trazer detalhes básicos para que possam ser compreendidas. As várias faces de um acontecimento devem ser apresentadas. Na construção da notícia é preciso estar sempre atento para que aspectos da realidade não sejam ocultados nem silenciados. Os textos têm que buscar uma objetividade possível, tomando-se cuidado em não alterar textos e documentos.

A investigação é da essência do jornalismo porque diminui a possibilidade do erro e do equívoco. Caso isso ocorra, ainda dentro das práticas jornalísticas, faz-se necessário retificar a informação publicada que se revela inexata. No entanto, uma das tarefas centrais do rigor do método, do conhecimento do Jornalismo, é evitar a ambigüidade na informação. Outro aspecto importante no atual processo de produção da notícia é sob a ditadura da audiência, da concorrência, precarizar a qualidade da informação noticiosa (CORNU, 1999).

Por isso, como alerta Freire (1987) - e é importante nas práticas sociais do jornalismo -, precisamos ir além da mera captação dos fatos buscando não só a interdependência entre eles, mas também o que há entre as parcialidades constitutivas da totalidade de cada um. Nesse sentido, o jornalismo necessita estabelecer uma vigilância constante sobre a sua própria atividade.

Ainda dentro da perspectiva de Freire (1997) consideramos que a comparação que o autor faz entre a ingenuidade e a criticidade pode contribuir para entendermos o Conhecimento do Jornalismo - que trata dos acontecimentos do mundo, dos diversos saberes, dos campos da experiência e do cotidiano. O autor esclarece que não há diferença e nem distância entre a ingenuidade e a criticidade. Para Freire, entre o saber da pura experiência e dos procedimentos metodicamente rigorosos ocorre uma superação.

Freire (1997) argumenta que não acontece uma ruptura porque a curiosidade ingênua, sem deixar de ser curiosidade, continuando a ser curiosidade se critica.

Continuando a explicação diz que ao criticizar-se, tornando-se curiosidade epistemológica, metodicamente “rigorizando-se” na sua aproximação ao objeto, conota seus achados de maior exatidão. A curiosidade metodicamente rigorosa do método cognoscível se torna curiosidade epistemológica, mudando de qualidade, mas não na essência.

É dentro desse quadro que opera o conhecimento do jornalismo. Na produção da notícia o jornalista trabalha constantemente dentro dessa perspectiva de superação. Não é permitido ao jornalista que seja ingênuo na cobertura dos fatos. A tomada de consciência (FREIRE, 2003) é o ponto de partida da sua atividade. Como é possível dar conta da cobertura dos acontecimentos, da mediação entre eles e a sociedade, se antes de construir a informação não conheço o objeto. É tomando consciência dele que me dou conta do objeto, que é conhecido por mim.

A eficácia da atividade jornalística e o Conhecimento do Jornalismo estão intimamente ligados ao que Freire (1995) colocava como a capacidade de abrir a *alma* da cultura, de aprender a racionalidade da experiência por meio de caminhos múltiplos, deixando-se *molhar, ensopar* das águas culturais e históricas dos indivíduos envolvidos na experiência. É dimensão crítica do conhecimento jornalístico, num imbricamento entre teoria e prática.

Há dois aspectos importantes do método Paulo Freire para pensarmos o Jornalismo não só do ponto de vista metodológico, mas como uma forma de conhecimento: a problematização e o diálogo, dois aspectos já anteriormente apontados por Meditsch (2005) ao estudar as relações entre a mídia e Paulo Freire.

Ao abordar o papel da problematização na Educação na produção do conhecimento, Freire (1987) defende que o conhecimento científico e a elaboração de um pensamento rigoroso não podem prescindir de sua matriz problematizadora, a apreensão de ambos não pode prescindir igualmente da problematização deve ser feita em torno do próprio saber que o educando deve incorporar.

Como na Educação, acreditamos que a problematização também ocupa um papel central no Jornalismo. Não é possível se falar em conhecimento do jornalismo sem uma problematização constante das práticas jornalísticas, na função do Jornalismo de informar. Um outro aspecto importante é a também centralidade do

diálogo nos processos jornalísticos de construção do real, o fazer jornalístico é um *estar em diálogo*.

Nesse diálogo que o Jornalismo estabelece, com base nas pesquisas que estamos desenvolvendo, em particular nos dois trabalhos que acompanhamos as práticas diárias dos jornalistas na produção da notícia (VIZEU, 2000); (VIZEU,2006) podemos observar e elencar cinco funções do conhecimento do Jornalismo: *exotérica*, *didática*, *de familiarização* e *de segurança*.

A postura esotérica de outros campos, por exemplo, todo um instrumental teórico e prático que só diz respeito as práticas médicas e do domínio da instituição médica resulta num discurso hermético, restrito a um grupo. A função do campo jornalístico é tornar esse discurso compreensível para o grande público.

Diferentemente da natureza sacralizada do lugar de fala autorizado das outras instituições, a cena sobre o fundo da qual se recortam os lugares de fala dos enunciadores autorizados do discurso jornalístico é um lugar simbólico dessacralizado, que tem como preocupação *deselegidar*, ou seja *revelar* a realidade (RODRIGUES, 1996)

4. A FUNÇÃO DIDÁTICA

A segunda função do Jornalismo como uma forma de Conhecimento é a didática. Um exemplo disso são os manuais de jornalismo. Verón (1983 a) vê o jornalista como um *enunciador pedagógico*, que pré-ordena o universo do discurso visando o leitor, que procura orientar, responder-lhe às questões, em suma informar, sempre guardando uma distância do objetivo dele.

Vilches (1989) observa que não se pode esquecer que o telejornal estabelece com o espectador(audiência) uma relação pedagógica, pois ensina como se portar diante do texto televisivo, com que atitude comunicativa e em que condições deve aprender as características do gênero. Ou seja, operando de uma forma *didática* a notícia faz uma mediação entre os diversos campos de conhecimento e o público.

Com base nas investigações e pesquisas que estamos fazendo até o presente momento, reatualizamos a questão do jornalismo como um *lugar de segurança* que desmembrando em duas funções: a de segurança e a de familiarização. Refletimos e avaliamos que a idéia de lugar de segurança, mais confundia os nossos propósitos de tratar o jornalismo como um *lugar de referência*, conceito que entendemos dá uma

dimensão mais ampla ao Jornalismo como uma espécie de lugar de orientação nas sociedades complexas que homens e mulheres recorrem para o bem e para o mal.

Com o conceito de lugar de segurança também evitamos utilizar o conceito de risco do sociólogo alemão Ulrich Beck (2002) cada vez mais usado para entender as relações entre jornalismo e sociedade como foi o caso da pesquisa realizada por Waisbord (2002) sobre a mídia nos Estados Unidos depois do 11 de Setembro . Resumidamente, risco é enfoque moderno de previsão e controle das conseqüências futuras da ação humana, as diversas conseqüências não desejadas da modernização radicalizada. Tem como preocupação colonizar o futuro, um mapa cognitivo. O risco é uma função da nova ordem global. Consideramos que o conceito de risco como o de lugar de segurança, mais confunde do que explica o jornalismo como um lugar de referência.

A partir de agora o lugar de segurança cede espaço as funções de segurança e familiaridade. Uma investigação de Silverstone (1996) sobre a televisão e o cotidiano oferece-nos interessantes pistas para a nossa caminhada na tentativa de discutirmos a função de segurança no jornalismo.

Sem a preocupação de ser fiel a análise teórica de Silverstone interessa-nos aqui o caminho aberto pelo autor para a construção da nossa hipótese discutindo os conceitos de *segurança ontológica* e *objeto transicional* . Por isso, interessa-nos aqui aproximá-los da idéia do telejornal como uma referência de estabilidade e segurança para as pessoas no mundo que as cerca.

Giddens (2003) considera que as rotinas diárias desempenham um papel central na sociedade. Por isso defende que a confiança na continuidade do mundo objetivo e no tecido da atividade social depende de certas conexões especificáveis entre os indivíduos e os contextos dos quais se movimenta no cotidiano.

A seguridade ontológica mostra a fé que a maior partes dos seres humanos tem na continuidade de sua identidade própria e na “estabilidade” dos meios circundantes de ação social e material. A crença na fidelidade das pessoas e das coisas, essencial a noção de confiança, é fundamental para os sentimentos de segurança ontológica.

No que diz respeito ao telejornalismo poderíamos dizer que a forma como os telejornais organizam o mundo procurando dar uma ordem ao caos circundante tornaria-o um lugar de *segurança ontológica* para as pessoas. Mais adiante voltaremos a abordar com mais detalhes essa questão da segurança trabalhando-a de uma forma integrada com os conceitos de *objetos transicionais* e *espaço temporário* de Winnicott (1975).

Grosso modo, os *objetos transicionais* surgem numa fase posterior do desenvolvimento do bebê depois da “mão na boca” e da “mão no genital”. Mais cedo ou mais tarde surge uma tendência de manipulação dos objetos externos ao corpo que Winnicott chama de “não-eu”. O autor comenta que esses objetos representam o seio materno, no entanto, o que lhe interessa é mostrar que eles funcionam como uma espécie de “lugar de tranquilidade” para os bebês.

A televisão no cotidiano das pessoas representaria esse *objeto transicional*, uma espécie de referência, de estabilidade, diante da violência, da insegurança e da complexidade do cotidiano. Os telejornais funcionariam como uma *janela* para a realidade, mostrando que o mundo circundante existe, está lá e tudo não se transformou num caos, a vida segue a sua normalidade. É importante enfatizarmos que estamos particularmente interessados em ressaltar o aspecto desenvolvido por Winnicott que diz respeito ao *objeto transicional* como um objeto que dá segurança ao homem e a mulher, sem a preocupação de aprofundarmos ou apresentarmos a ampla análise de Winnicott sobre o tema.

Com as definições de *segurança ontológica* e *objeto transicional* entendemos que as funções de segurança e de familiaridade ficam mais delineadas no jornalismo. Trabalhando com os conceitos de segurança ontológica e de objeto transicional de uma forma integrada e estabelecendo suas relações com o dia a dia das pessoas podemos considerar, por exemplo, que as pessoas ao sentarem-se nos sofás de suas casas ao final de um dia de trabalho procuram além de informar-se sobre o entorno terem a segurança de que o *mundo lá fora*, apesar dos conflitos, das tensões, da falta de emprego e da insegurança é um mundo no qual é possível de se viver. O noticiário televisivo desempenharia o papel de um desses lugares de segurança.

A confiança, a crença e a segurança são centrais para a sobrevivência do homem. Como observou Schutz (2003) ao falar da atitude natural dos homens e das mulheres com relação ao mundo da vida. No dia a dia adotamos uma postura de suspensão da dúvida em relação ao cotidiano. Ou seja, cremos que as coisas são como estão evidenciadas na realidade. Isso não pode nos levar a raciocínio contrário, que as pessoas não têm dúvidas com relação ao que observam e percebem no dia a dia. Como uma forma de sobrevivência, elas suspendem a dúvida.

Vejamos um exemplo para deixar isso mais claro. De manhã pego meu carro e vou para o trabalho. Ora, quando estou dirigindo não coloco em dúvida o tempo todo se alguém que vêm com outro carro na minha direção vai bater em mim, se um pedestre que está na calçada está com intenção vai se jogar na minha frente, etc. Ou seja, tenho confiança em que as *coisas são como são*. Isso me dá segurança. Dentro desse contexto, minha atitude com relação aos telejornais não é diferente: a forma como ele é organizado, as notícias que se sucedem, o final com uma mensagem de esperança, ou com uma matéria *para cima*, para levantar o ânimo deixam-me mais confiante no mundo, mais informado sobre ele (CORREIA, 2005).

Conseqüência desta função de segurança o Jornalismo como uma forma de conhecimento tem necessária que procurar tornar o mundo menos hostil: é a função de familiarização. O medo do diferente, do estranho é profundamente arraigado no ser humano. É o resultado da ameaça de perdermos os referenciais, de perder o contato com a continuidade do cotidiano que garante a segurança. “Quando a alteridade é jogada sobre nós na forma de algo que não é *exatamente* como deveria ser, nós instintivamente rejeitamos, porque ela ameaça a ordem estabelecida”. (MOSCOVICI, 2003).

Podemos enunciar apropriando-nos de uma forma livre, com um olhar do campo do Jornalismo, da perspectiva apresentada por Moscovici com relação às *representações sociais* que o jornalismo, em particular o televisivo, funcionaria como uma espécie de *fábrica* que tem como uma das suas preocupações tornar comum e real algo que é incomum (não familiar), ou que nos dá um sentimento de não familiaridade.

5. AS OPERAÇÕES/CONSTRUÇÕES DO TELEJORNALISMO

Finalmente chegamos ao nosso terceiro e último momento deste trabalho do jornalismo como um lugar de referência que é a produção do conhecimento no jornalismo. Esse processo é realizado cotidianamente através de cinco operações/construções jornalísticas numa releitura de cinco categorias que apresentamos anteriormente mobilizadas pelos jornalistas no processo de produção da notícia (VIZEU, 2005). Entendemos que essas categorias, muito mais que operadores jornalísticos são na verdade complexas operações/construções nas quais o jornalismo produz a construção do real: *de atualidade, de objetividade, de interpelação, de leitura e operadores didáticos*.

Dentro dos limites deste trabalho faremos um resumo dessas categorias do telejornalismo *As operações/construções de atualidade*: o jornalismo, em particular, o gênero telejornal, é na essência o *discurso da atualidade*. Não da atualidade cronológica, já que entre o momento do acontecimento do fato e a notícia temos um interregno *mediado* pelo telejornal, mas da *atualidade do noticiário televisivo*.

Mesmo um evento transmitido ao vivo, em *tempo real*, se submete ao tempo e à formatação do telejornal: há um recorte sobre a realidade (pelo plano da tomada, pela forma de enquadramento, etc). O tempo do telejornal não é um tempo concreto, não é o tempo do fato, mas um tempo formal, abstrato. Se o presente absoluto do fato é impossível, não importa, o discurso se organizará sobre o presente da enunciação do fato, este sim absoluto: *o presente do próprio ato comunicativo* Requena (1989).

As operações/construções de objetividade – estão intimamente relacionados com os operadores anteriores uma vez que uma das principais preocupações do jornalismo é tentar reproduzir o fato tal como ocorreu. É garantir que o que está sendo relatado é *verdadeiro*: o culto da *objetividade* e da *independência* do jornalismo. A separação entre *comments* (comentários, opiniões) e *news* (notícias) acabou contribuindo para o *mito da objetividade* que até hoje é uma das bases do jornalismo contemporâneo (SCHUDSON, 1980).

O jornalista, produtor do *discurso realista*, situa-se no mesmo plano do *artista realista* que para Barthes (2000) nunca identifica a origem do seu discurso com a realidade, mas, sempre e somente, tão longe, quanto se possa ir, com um real já escrito, com um código prospectivo, ao longo do qual, a perder de vista, nada mais se pode encontrar do que um conjunto de cópias.

Quando confrontado com seu conceito de *verdade* o jornalista reage como o artista plástico que não faz mais nada do que citar o código supremo, fundado de todo

o real e que é a arte, de onde derivam as *verdades* e as evidências. Tal como o artista plástico, o jornalista é infalível não pela segurança das suas *performances*, mas pela autoridade da sua competência; é ele quem conhece o código, a origem, o fundamento, e quem se assume, assim, como assegura, testemunha e autor da realidade.

Operações/construções de interpelação - o noticiário televisivo, em especial, mostra-nos várias maneiras pelas quais a gramática da produção procura construir um vínculo ativo com a recepção. Os telejornais analisados procuram estabelecer com seus usuários determinadas ações que classificamos como ações de *captura*, construídas semanticamente pelos jornalistas, que tratam de torná-los imaginariamente presentes no interior do próprio telejornal.

Um dos exemplos é o uso do pronome pessoal *nós* que busca fazer da audiência uma espécie de co-participante do telejornal. Isso é muito comum quando o locutor/apresentador recorre ao: *Nós vamos ver, Vamos conferir, etc.* O telespectador é *convidado* a assistir determinada notícia como se estivesse na sala da casa do apresentador.

Operações/construções de leitura – no âmbito do discurso não podemos falar em passividade da audiência, pois ela é *acionada* a efetuar *percursos* no interior desse campo, fazendo *elos associativos* com base nos investimentos dos seus próprios saberes e também na pressuposição de que a produção faz ao valer-se da noção de que o coenunciador(telespectador) já sabe sobre aquilo que lhe é dito. O telejornal é uma montagem de muitas vozes (FISKE, 1987).

Todos esses elementos são estruturados, organizados e *trabalhados* permanentemente pelos discursos midiáticos aos quais eles são mais ou menos fiéis. O texto de um telejornal é como um espaço imaginário onde são propostos múltiplos espaços de *participação* à audiência; uma paisagem, de qualquer maneira, onde a audiência pode escolher o seu caminho com mais ou menos liberdade.

Os operadores didáticos – os jornalistas, de uma maneira geral, têm uma preocupação *didática* com relação à audiência. O *Manual de Telejornalismo da Rede Globo*, por exemplo, assume um *ar professoral* ao explicar como o telespectador, a audiência deve ser tratada. Segundo o Manual um dos grandes desafios do telejornalismo é a *tradução* de informações técnicas, a apresentação de pacotes econômicos, a decifração de termos financeiros, etc: “é preferível sermos tachados de *professorais* por uma elite de escolarização a não sermos entendidos por uma massa enorme de telespectadores comuns” (MANUAL DA GLOBO DE

TELEJORNALISMO, Central Globo de Jornalismo, 1986, p.23-24).

Para Fausto Neto (1991), os manuais contribuem para condicionar os procedimentos de leitura do campo da recepção, estruturando-a, segundo certas regras. Isto é, o leitor – ou no sentido mais geral, o receptor dos suportes de comunicação – é alguém construído no próprio processo de produção jornalística.

É dentro desse contexto entendemos que é possível falar do telejornalismo como um *lugar de referência*. Um exemplo prático do que estamos apresentando foram à série de incidentes que aconteceram em São Paulo, a maior capital da América Latina, de tanto a tanto desse ano.

Diante do que a mídia denominou de cultura de medo, a cidade e o Estado reféns de uma facção criminosa a televisão funcionou como uma espécie de lugar de referência para as pessoas buscarem informações e procurarem informações para tentar entender o que estava ocorrendo. A audiência dos telejornais disparou.

Como observa Wolton (2004), os noticiários televisivos funcionaram um *laço social*. Segundo o autor os laços primários que dizem respeito à família, à vizinhança, à solidariedade de classe, à pertinência religiosa tornam-se cada vez mais distantes resultando numa fragilidade nas relações entre a massa e o indivíduo, entre a massa e as pessoas. É nessa ausência de um espaço sociocultural entre a experiência do indivíduo e do coletivo que se situa o interesse pela televisão. Ela funcionaria como um laço estruturante. O País se veria como uma Nação, como uma comunidade imaginada (ANDERSON, 2005).

É o que de certa forma ocorre no País nas transmissões dos grandes eventos midiáticos com a copa do mundo e as eleições. Os milhões de brasileiros e brasileiras que acompanharam a cobertura pela televisão estabeleceram, de certa forma, uma relação de pertencimento a uma *comunidade*, a uma Nação chamada Brasil. Eles sabiam que naquele instante, em outras cidades, e em outros Estados, cidadãos que eles provavelmente nunca encontrarão são brasileiros que nem ele. O telejornalismo funcionaria como um lugar de referência. Ainda estamos trabalhando essa hipótese, mas consideramos que outros e novos estudos podem contribuir para entendemos a função do telejornalismo nas sociedades democráticas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBAGNANO, N. **Dicionário de filosofia**. São Paulo : Martins Fontes, 2003.

ANDERSON, B. **Comunidades imaginadas**. Lisboa : Edições 70, 2005.

- BARTHES, R. **S/Z** : uma análise da novela sarrasine de Honoré de Balzac. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1992.
- BRASIL : mídia é mais confiável que governo. **O GLOBO**, Rio de Janeiro, 31 de maio de 2006.
- BECK, U. **La sociedad del riesgo global**. Madri : Siglo XXI, 2002.
- BERGER, P. T., LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 12. ed. Petrópolis : Vozes, 1995. p.147.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro : Jorge Zahar, 1997.
- CANCLÍNI, N. **Consumidores e cidadãos** : conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro : EDUF RJ, 1995.
- CHANDLER, D. **Notes on the construction of reality in tv news programmes**. Disponível em <<http://www.aber.ac.uk/media/Modules/TF33120/news.html>>. Acesso em: 21 nov. 2005
- CORNU. D. **Jornalismo e verdade**. Lisboa : Piaget, 1999.
- EKTSRÖM, M. Epistemologies of tv journalism. **Journalism**, v. 3., n. 3, dec. 2002. Disponível em : <<http://jou.sagepub.com/cgi/reprint/e/3/259>> Acesso em: 31 de dez. de 2005.
- CORREIA, J. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa : Horizonte, 2005.
- FREIRE., P. **Cartas a Cristina**. Bauru : Unesp, 2003.
- _____. **Pedagogia da autonomia**. 4. ed. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1997.
- _____. **Educação na cidade**. 2. ed. São Paulo : Cortez, 1995.
- _____. **Ação cultura para a liberdade e outros escritos**. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1987.
- GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. São Paulo : Martins Fontes, 2003.
- GOMIS, L. **Teoria del periodismo** : cómo se forma el presente. México : Paidós, 1991.
- GUARESCHI, P. Representações sociais. In: GUARESCHI, P. et al. **Os construtores da informação** : meios de comunicação, ideologia e ética. Petrópolis : Vozes, 2000.
- HALL, S. **The narrative construction of reality**. Disponível em <<http://www.centreforbook.culture.org/context/no10/hall.html>>. Acesso em: 21 nov. 2005.
- LIMA, V. A. de. **Mídia** : teoria e política. São Paulo : Perseu Abramo, 2001.

- MANUAL DA GLOBO DE TELEJORNALISMO. **Central Globo de Jornalismo**. Rio de Janeiro : Globo, 1986.
- MARTINI, S.; LUCHESSI, L. **Los que hacen la noticia** : periodismo, información y poder. Buenos Aires : Biblos, 2004.
- MELUCCI, A. **A invenção do presente** : movimento sociais nas sociedades complexas. Petrópolis : Vozes, 2001.
- MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Petrópolis : Vozes, 2003.
- NOVO MANUAL DE TELEJORNALISMO DA REDE GLOBO. **Central Globo de Jornalismo**. Rio de Janeiro : Globo [2001?]. No prelo.
- PARK, R. A notícia como forma de conhecimento : um capítulo da sociologia do conhecimento. In: STEINBERG, C. (org.). **Meios de comunicação de massa**. São Paulo : Cultrix, 1972.
- PENA, F. **Teorias do jornalismo**. São Paulo : Contexto, 2005.
- PNAD 2002. **Pesquisa Nacional por Amstras de Domicílio**. IBGE. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2002/default.shtm>. Acesso em 27 de julho de 2005
- REQUENA, J. **El espectáculo informativo**. Madrid : Akal, 1989.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. **O discurso mediático**. Lisboa, 1996, mimeo.
- SANTOS, B. de S. **Um discurso sobre as ciências**. 10ed. Portugal : Afrontamento, 1998.
- SCHUDSON, M. **The sociology of news**. News York : Norton, 2002.
- SCHUDSON, M. **Discovering news** : a social history of American newspapers. New York : Basic Books, 1978.
- SCHUTZ, A. **El problema de la realidad social**. Buenos Aires : Amorrortu, 2003.
- SILVERSTONE, R. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires : Amorrortu, 1996.
- TUCHMAN, G. **Making news : a study in the construction of reality**. New York : Free Press, 1980.
- TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis : Insular, 2004.

- VAN DIJK, T. Notícias e conhecimento. **Estudos em jornalismo e mídia**. Florianópolis, v. 2, n. 2, p.13-29, 2 semestre de 2005.
- VERÓN, E. **Construir el acontecimiento**. Barcelona : Gedisa, 1995.
- _____. Il est là, je le vois, il me parle. **Revue Communications**, nº38, Paris : Seuil, 1983. p.99-120
- VILCHES, L. **Manipulación de la información televisiva**. Barcelona : Paidós, 1989.
- VIZEU, A. **Telejornalismo: cotidiano e lugar de segurança**. ENCONTRO NACIONAL DOS PESQUISADORES EM JORNALISMO, 3, 2005, Anais... Florianópolis : UFSC , SBPJor, 2006, p. 1-17. 1 CD.
- _____. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis : Calandra, 2005.
- _____. **Decidindo o que é notícia** : os bastidores do telejornalismo. 1.ed. Porto Alegre : EDIPUCRS, 2000.
- WAISORD, S. Journalism risk and patriotism. In: ZELIZER, B., ALLAN, S. **Journalism after September**. New York : Routledge, 2002.
- WOLTON, D. **Pensar a comunicação**. Brasília : Editora da UNB, 2004.
- _____. **Elogio do grande público**. São Paulo : Ática, 1996 .
- WINNICOTT, D. W. **O brincar & a realidade**. Rio de Janeiro : Imago, 1975.

Falibilismo: incertezas na construção do telejornalismo

Aline Maria Grego Lins ¹

Resumo: A produção do telejornal é apresentada como um processo comunicativo complexo, conseqüência de uma intrincada construção autoral coletiva. Ela é permeada por atos comunicativos em diferentes graus: do jornalista com ele mesmo, com outros profissionais e com o público telespectador. O telejornal, analisado enquanto linguagem e ações que se estabelecem no tempo, indica e segue rumos, busca alternativas. É um discurso que discorre sobre fatos que se transformam em notícias, ou melhor, em signos notícias, expostos ao falibilismo, condição inevitável ao processo de construção de linguagem na busca pela verdade, e as experiências colaterais, conceitos engendrados pela semiótica de Charles Sanders Peirce.

Palavras-chave: semiótica, jornalismo, falibilismo, experiência colateral

INTRODUÇÃO

A possibilidade do erro presente num processo de semiose, o falibilismo, é condição inevitável para a oxigenação desse processo, mas, ao mesmo tempo, a capacidade para a auto-correção na semiose, é a “maravilhosa propriedade auto-corretiva da razão, que pertence a todas as ciências” (CP 5.579)². O reconhecimento da falibilidade, sob a ótica de Peirce, não engessa uma mente, pelo contrário, ela promove (re)análises, comparações, idas e vindas, capazes de redimir-se e construir um percurso em busca do signo ideal, o erro ou mesmo a dúvida não têm, assim, conotação negativa, ao invés disso, eles tornam-se construtores de semioses, propulsores de pensamento.

A semiose, para Peirce, tem propósito, isto é, ela move-se em função de uma meta (Salles, 1990), que procura, em última instância, atingir o objeto. Ela se desenvolve por

¹ Professora do curso de Jornalismo, da Universidade Católica de Pernambuco. Integrante do Grupo de Pesquisa em Mídia e Cultura Contemporânea da UNICAP. Doutora em Comunicação e Semiótica, pela PUC de São Paulo.

² Peirce, *apud* Salles, Cecília (1990:24)

causação final, ou seja, por uma espécie de *“acordo com o qual, uma descrição geral ocorre independente de alguma compulsão para ser executado deste ou daquele modo particular”* (Peirce, CP 1.269) A semiose pressupõe intencionalidade que, em termos de causação final, em Peirce, vai significar a busca da verdade³ (Ransdell, 1977:171).

No Glossary of Semiotics, Vicent Colapietro (1993:103) afirma que Peirce advogava a doutrina do falibilismo como *“doutrina que reivindica algo para nós sobre a realidade, responsável por inexatidões ou suscetíveis ao erro. Essa doutrina não deve ser confundida com ceticismo (isto é, no sentido que o ceticismo aponta para a negação da possibilidade do conhecimento da realidade)”*.

Esse saber é construído com momentos de avanços e recuos, quer em termos de pensamento, quer em termos de pesquisas (científicas ou artísticas), é um processo de maturação, em que idéias podem ser confirmadas, rechaçadas ou, apenas, redimensionadas. Segundo Santaella (1993:26), por mais rigoroso e sistemático que seja, por exemplo, um investigador em seu pensamento, ainda assim ele será falível. Para ela, a doutrina falibilística apresenta a concepção de Peirce de Ciência e de Filosofia como *“processos que amadurecem gradualmente, produtos da mente coletiva que obedecem a leis de desenvolvimento interno, ao mesmo tempo, que respondem a eventos externos”*, que dependem de uma série de circunstâncias, ou seja, Peirce não acredita em verdades primeiras e absolutas, nem em concepções prontas ou acabadas, mas em idéias que amadurecem e, por isso mesmo, se transformam.

Colapietro (1994:14) vê a falibilidade como um dado primário ou fato inevitável da existência humana, desde as situações mais simples as mais complexas, e afirma, *“apesar de*

³ Verdade é utilizado aqui conforme Salles (1990:18), isto é, *“verdade sendo considerada uma atividade direcionada por uma meta que, normalmente, se move de um estado de insatisfação para estado de satisfação. Verdade, sendo a tendência da vida humana - os seres humanos, naturalmente, buscam a verdade. Verdade, sendo a meta controladora de toda ciência, como também, de todas as buscas não consideradas, normalmente como científicas.”*

nossos melhores esforços e nossas maiores precauções, nós estamos aparentemente impossibilitados de evitar o erro”. A certeza é um ideal disposto a ser perseguido e difícil de ser conquistado. Mas não é à imperfeição imutável que ele afirma que o homem está fadado. Cecília Salles (1990:24) lembra que a condição para a falibilidade é a propriedade apontada por Peirce como “uma fantástica característica do raciocínio, isto é, que tende a se auto-corriger” (CP 5.575). Para ela isso poderia ser traduzido como “o faro pela verdade. No rumar para o estado final há possibilidade de se errar, mas o processo é auto-corretivo e retoma-se o caminho em direção à verdade”.

Faro pela verdade remete, guardadas as devidas proporções, a idéia obstinada, no jornalismo, do faro, não só pela verdade, mas pela própria notícia. Essa busca é marcada pela incompletude signica que alertava Peirce, isso vai desde a definição e seleção de qual fato (objeto) será transformado em notícia (signo) até a própria construção e representação desse signo. O processo jornalístico é marcado pela imperfeição, como de resto todo processo de construção humana. No caso do telejornal o telespectador é testemunha e refém, uma vez que as mensagens jornalísticas podem apresentar equívocos e contribuir, desse modo, para uma construção de interpretantes do signo notícia equivocada, enganosa. (Baitello, 1996)

A incompletude e o falibilismo no signo notícia

Sem o rigor científico e, na maior parte, desprovida da sensibilidade artística, a idéia no jornalismo do faro pela verdade e pela própria notícia, bem como o anseio pelo ineditismo, entendemos, acaba por transformar a atividade telejornalística numa grande propulsora (às vezes também reveladora) dessa falibilidade imposta ao nosso cotidiano.

A transformação do acontecimento em relato é um percurso que tateia, que aos poucos se dá a conhecer, é um campo inicialmente de indefinições, desde a seleção de qual fato

(objeto) será transformado em notícia (signo) até a própria construção e representação desse acontecimento. Nesse sentido, a prática da pesquisa, da investigação, do levantamento de dados é indispensável ao processo construtor telejornalístico. Assim, a pesquisa é um instrumento valioso uma vez que pode contribuir para a transparência dos fatos, pelo menos aos olhos da opinião pública. Sem falar que, em tese, a pesquisa em geral possibilita a quantificação e tudo aquilo que permite quantificação parece melhor do ponto de vista jornalístico do que aquilo que não permite (Frias Filho, In:Vieira, 1991:19).

Desse modo, alguns procedimentos dos métodos científicos são tomados de empréstimo, por vezes, pelo telejornalismo, na tentativa de melhor fundamentar suas ações e de empreender a imagem de seriedade ao trabalho, assim “o discurso científico tem servido ao discurso jornalístico como modelo de referência, com a função de legitimar na mitologia profissional, uma prática de fazer *enquetes* e fazer revelações.” (Mercier 1996:181).

Apresentar dossiês, documentos como provas, fazer reconstituições ou mesmo pesquisas históricas seriam alguns desses métodos científicos adotados pelo telejornalismo na busca de evitar a falha. Mas esse processo telejornalístico, como de resto todo processo de construção humana, é marcado pela imperfeição. Assim, na produção telejornalística, o jornalista convive com o dilema de informações e idéias que precisam ser maturadas, mas que nem sempre, na feitura diária do telejornal, demandam de tempo - cronológico - para essa maturação, nesse caso a pressão exercida pelo tempo constitui-se um dos conflitos a ser enfrentado pela produção do telejornalismo. Por sua vez, o telespectador é testemunha e refém do telejornal, na medida em que as mensagens jornalísticas podem apresentar equívocos e contribuir, desse modo, para uma construção precária de interpretantes do signo notícia, uma produção que se torna, então, passível de erros e enganos. Segundo Peirce (CP 5.506) “mesmo nas nossas concepções mais intelectuais, quanto mais lutamos para sermos precisos, mais inatingível a precisão aparecerá”.

Otávio Frias Filho (In: Vieira, 1991:24), diretor de redação do jornal Folha de São Paulo, reconhece que o jornalismo move-se por um ideal, pela busca da verdade, mas admite, nesse fazer jornalístico, a vocação para o erro. No telejornalismo, como no jornalismo de um modo geral, pode-se considerar dois tipos de falibilismo: um deles provocado por falhas na cobertura ou abordagem do repórter, sem que houvesse intenção prévia nesse sentido e o outro tipo de falibilismo, intencional, que procura retocar o acontecimento com tons que atendam interesses escusos da empresa jornalística e de grupos a ela ligados, ou mesmo de um jornalista desonesto. (Henn 1996:105)

O primeiro pode ser até contornado e, muitas vezes, bem recebido. Quando provocado pelo acaso, por exemplo, ele pode até acabar gerando novas e interessantes semioses noticiosas. Quanto ao segundo tipo de falibilismo apontado por Henn, esse deve ser rechaçado, na medida em que põe em jogo o próprio fazer telejornalístico e, em especial, a sua relação com o receptor, inclusive colocando em risco a cumplicidade existente, no campo das experiências colaterais, entre emissão e recepção (jornalista e telespectador).

Manuel Chaparro (1994:22) lembra três condições nos propósitos jornalísticos para que esse segundo tipo de falibilismo, apontado por Henn, seja evitado. A primeira condição é que o jornalismo se apresenta como processo social de ações conscientes, capazes de serem controladas. A segunda condição parte do princípio de que, sendo ações conscientes, controláveis e intencionadas, “cada jornalista é responsável moral pelos seus fazeres” e, finalmente, ele acredita que “se uma intenção se refere à execução de um fazer, então as intenções dos fazeres jornalísticos estão necessariamente vinculados aos motivos éticos próprios do jornalismo”. Chaparro, desse modo, cobra a postura ética e o compromisso social dos construtores do processo jornalístico.

Entretanto, no caso da falha intencional, o processo não é auto-corretivo, porque há uma intenção deliberada para que ele não o seja, isto é, é do interesse do próprio emissor que

a notícia, representação do acontecimento, não corresponda, pelo menos em parte, ao fato, a realidade.

Após realizar uma pesquisa com telespectadores de um bairro operário em São Paulo, e em um outro bairro na cidade de Natal, no Rio Grande do Norte, o jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva (1985:114) constatou que a reação de um telespectador que se sente lesado por uma reportagem, sobretudo se enganado sobre um assunto que ele conhece muito bem (do qual ele tem, portanto, experiências colaterais) “é mais definitiva do que quando se defronta com opiniões divergentes de instituições que ele respeita”, como por exemplo, igreja, justiça, universidade.

Mas, é pertinente lembrar, o erro, a falha, nem sempre é intencional. Ela pode revelar, também, a busca, ainda que idealizada, da melhor palavra, do melhor som ou da melhor imagem. No que se refere a produção sígnica, é possível dizer que a rasura apresentada nos documentos de processo da construção telejornalística, de uma certa forma, são a materialização dessa vocação para a falibilidade, mas, ao mesmo tempo, desnuda um percurso movido por um propósito: o comunicar-se. Esse fazer, quase sempre, não se dá de forma instantânea, limpa, primeira, ele é um pensar e repensar, prosseguir e retornar. Um fazer que provoca alterações, que busca articular-se, que expõe, muitas vezes, movimentos de incertezas, e, como destaca Peirce, tendências incertas, estados instáveis de equilíbrio são “condições **seno qua non** para a manifestação da mente” (CP 7.381).

A construção e as mudanças apresentadas nos textos e nas imagens, rasuras ou não, constituem, assim, caminhos para evidenciar a busca por uma produção que se quer eficaz e, por isso mesmo, está em constante movimento, ebulição, em semiose contínua.

Algumas vezes, entretanto, o jornalista não esconde seu receio em se expor. O repórter de telejornalismo Caco Barcellos, por exemplo, afirma que gosta das coberturas ao vivo, mas que ela é também sua maior dificuldade com o veículo. “Minha personalidade tímida é um

complicador. Tenho uma certa vergonha de usar palavras inadequadas durante uma narração. Ao vivo, nem sempre, você dispõe de tempo para refletir, apurar, selecionar, hierarquizar a informação para o telespectador”. (Barcellos, in: Kaplan & Rezende, 1994:21)

Para o jornalista, de um modo geral, haverá sempre algo a ser melhorado, modificado, algo que necessita de precisão e clareza, por isso mesmo, a construção de um jornal ou telejornal é um processo sempre aberto à revisão. Nesse aspecto o trabalho coletivo, como é desenvolvido no caso do telejornalismo, tem papel determinante porque, por mais rigor que o jornalista venha a ter para relatar um fato, por mais “objetividade” que ele procure apresentar ao traduzir um acontecimento em mensagem, o signo notícia estará sempre em débito com o próprio fato, “o jornalismo nunca ficou confortável nas amarras da objetividade de base positiva, já que seu próprio objeto é de natureza complexa”, atesta Henn (1996:110). Na visão semiótica esse débito existe porque a notícia é uma representação, portanto está marcada pela vagueza e pela incompletude do signo e, conseqüentemente, por sua falibilidade.

Assim, e parece que não poderia ser de outra forma, o percurso de construção de um telejornal revela marcas da complexidade presente no processo comunicativo. Rasuras, cortes, substituições, adições de textos, de imagens e sons, expõem erros, mas também experimentações, de um trabalho que se constrói metamorfoseando-se. Transformações, movimento, no qual o erro pode provocar a rasura, para logo em seguida, numa palavra, numa outra tomada de imagem, numa outra linha, surgir vigoroso como auto-correção, como descoberta da melhor palavra ou imagem, adequada ao comunicar-se.

A semiótica peirceana mostra a **semiose** como sendo um movimento considerado infinito, porque busca a meta da representação do real em sua perfeição, uma utopia na construção da linguagem, por isso mesmo, é um processo constante de geração, interpretação e expansão de signos. Peirce aponta a relação triádica: objeto, signo e interpretante - como sendo fundamental para a compreensão da produção sígnica. O signo é a mediação entre o

objeto e o interpretante, isto é, a mediação entre o que gerou o próprio signo (o objeto) e o efeito que esse signo produz (o interpretante). O signo é o que vai levar a uma Mente (que segundo Peirce não precisa ser necessariamente humana) algo do exterior, o signo está justamente no lugar desse algo, o objeto, e irá provocar um efeito num intérprete (que também não é necessariamente humano, pode ser, por exemplo, uma inteligência artificial). Esse efeito é o que Peirce denomina de interpretante (CP 1.339), e esse interpretante é ele, também, um signo. Desse modo, essa geração de signos para compreender, por exemplo, a representação signica de um fato telejornalístico pode, quando se recorre a signos verbais e visuais, carregar na semiose representações passíveis da falibilidade, se não pelo erro, pela vaguesa, pela incompletude do próprio signo notícia.

Assim como a tríade é importante na semiose, a semiose, por sua parte, é importante no processo comunicativo, uma vez que ela propicia a continuidade desse processo. No telejornalismo, por exemplo, freqüentemente são flagradas notícias que geram outras notícias. São signos que dão continuidade a um mesmo fato, ou melhor, a representação de um determinado fato, mas que podem, também, gerar novas notícias e, portanto, novos signos.

Ao reconhecer que semiose é a forma de agir dos signos, o modo como eles são interpretados, parece pertinente lembrar Joseph Ransdell (1977:171), para quem a concepção peirceana de semiose revela um processo interpretativo, processo esse que, teoricamente, é também característica do processo de comunicação. Pergunta Ransdell: *“o que é comunicação se não a produção de signos para serem interpretados?”*.

Sendo assim, no caso do telejornalismo, o fato, o acontecimento, corresponderia ao real, enquanto a notícia seria a representação signica dessa realidade, signos que estão nomeando, portanto, algo que não está presente, no caso, o próprio fato. Mas o que é o signo notícia? Segundo Jesus Requena (1989:07), *“a notícia é um discurso e, enquanto tal, nomeia algo que está ausente”*. Para Ronaldo Henn (1996), ela vai além de um signo, ela

funciona como uma rede, um emaranhado de signos que tem por objetivo relatar algo, quase sempre apoiado por experiências colaterais.

No caso do jornalismo a auto-correção, também apoiada por uma experiência colateral, tem provocado mais estranhamento do que clareza no nosso jornalismo, de um modo geral, e no telejornalismo, de forma particular. Os fatos e as imagens, por vezes, tem induzido a imprensa não só o erro, mas a injustiça. Basta retomar o caso do professor americano, da UFPE, exposto em televisões, rádios, internet e no jornalismo impresso como um explorador sexual de menores, um erro lamentável da polícia e da imprensa, lamentável porque depois ficou provado que o professor era inocente. Mas nesse caso, do ponto de vista da imagem, tarde demais, o professor já estava mais que exposto e, mesmo reparado o erro, de nenhum veículo de comunicação de Pernambuco, por exemplo, foi flagrado um pedido de desculpa pelo uso indevido da imagem e da “falta” de apuração. E o que dizer da cobertura das CPIs que povoaram e povoam o Congresso Nacional, julgamentos apressados ou equivocados, em muitos casos, mais confundem do que esclarecem o espectador. Precisamos rever nosso papel não só na imprensa, mas na construção democrática da nossa sociedade;

CONCLUSÕES

O percurso de construção de um telejornal revela, como foi dito anteriormente, as marcas da complexidade presente no processo comunicativo. Está permeado por rasuras, cortes, substituições de textos, de imagens e sons, expõem erros e experimentos, na busca, quase sempre, da representação mais próxima da realidade.

A ousadia, o novo, também pode provocar rasuras. Um ângulo pouco usual, uma iluminação diferenciada, inovadora, experienciada por um cinegrafista, por exemplo, corre o risco de revelar-se tanto como “falha” como pode significar a inovação - o ineditismo, quer

aos olhos do próprio cinegrafista quer ao olhar selecionador do editor de imagens, na passagem do material bruto para o editado.

São marcas que podem ser flagradas, cotidianamente, nos documentos de processo telejornalísticos a partir, justamente, das tensões vividas nessa passagem da produção da reportagem para a produção selecionada, a edição. A passagem tensiva que aqui nos reportamos entre o material bruto e o editado, é observada através das relações, dos atos comunicativos traçados nesse processo coletivo, bem como através das possibilidades e limites empreendidos pelo tempo, pelo suporte e pelas linguagens híbridas com as quais a produção telejornalística convive.

Nesse sentido, a teia do processo telejornalístico é resultado da trama de vários outros processos que se encontram e se cruzam para produzir o telejornal. A diversidade de autoria é, conseqüentemente, complexa, traduzindo-se num jogo de compartilhamento de experiências (colaterais ou não) e de convivências autorais que, pela própria natureza da atividade jornalística, contribui para a revelação da nossa falibilidade, uma vez que a semiótica jornalística, se assim podemos dizer, procura ser, idealmente, ampliadora dos fatos, conseqüentemente, da representação através dos signos notícia e, ao mesmo tempo, auto-corretiva dessa representação.

REFERÊNCIAS

COLAPIETRO, Vincent M. Glossary of Semiotics. New York, Ed. Paragon House, 1993

HENN, Ronaldo. Pauta e Notícia. Editora da Ulbra . Canoas, RS, 1996

KAPLAN, Sheila & REZENDE, Sidney .(org.) Jornalismo Eletrônico ao Vivo. Ed. Vozes.

Rio de Janeiro, 1994MERCIER, Arnaud. Le Journal Télévisé. Paris, Presses de Sciences PO, 1996.

PEIRCE, Charles S. - Semiótica e Filosofia. Ed. Cultrix. São Paulo, 1972.

RANSDELL, Joseph (1977). Some Leading Ideas of Peirce's Semiotic. *Semiotica*. New York: Mouton Publishers, nº 19 (3-4) pp. 157-178.

REQUENA, Jesus Gonzalez. El Discurso Televisivo: espetáculo de la Posmodernidad. Catedra. Madri, 1995

_____ El Espectaculo Informativo - O la Amenaza de lo Real. Ed. Akal, Madri, 1989

_____ Collected Papers (1-0). CD-Room Data Base - Intelix Corporation- 1992

SALLES, Cecília Almeida. Crítica Genética - Uma Introdução. São Paulo, Educ, 1992

_____ Gesto Inacabado: processo de criação artística. São Paulo, ed. Annablume, 1998

SANTAELLA, Lúcia. A Teoria Geral dos Signos - Semiose e Autogeração. Ática. São Paulo, 1995.

_____ O Que é Semiótica. Brasiliense. São Paulo. 12^a. 1996.

_____ A Comunicação e a Crise dos Paradigmas. Revista Comunicação & Artes. São Paulo. Fevereiro-Abril. Ano 17. P. 32-40

VIEIRA, Geraldinho. Complexo de Clark Kent. Summus. São Paulo, 1991.

O telejornal como referência do presente

Célia Maria Ladeira Mota ¹

Resumo: O objetivo do artigo é analisar especificamente o papel da notícia da TV, com seus códigos textuais e visuais, como referência da modernidade. Desde o advento da televisão, muitas imagens têm inundado nosso imaginário, construindo uma nova perspectiva do mundo em que vivemos. É por meio especialmente das imagens dos telejornais diários que construímos uma narrativa da nossa contemporaneidade, narrativa esta que pode ser dramática e cruel. São também imagens que aproximam culturalmente as pessoas, ao darem conta do fazer humano em várias partes do mundo. Este trabalho examina, portanto, a referencialidade da notícia na TV, particularmente das imagens, o que representam, o efeito de real que produzem e como contribuem para a fabricação do tempo presente.

Palavras-chave: referencialidade, narrativa, modernidade tardia.

1. Apresentação

“Ver, em nossa cultura, se tornou sinônimo de compreender. Nós encaramos um problema. Adotamos um ponto de vista. Focalizamos um tema. O mundo “como nós o vemos” se tornou a medida para o que é real e verdadeiro”.

Kress & van Leeuwen, 1990

Uma questão que percorre muitos debates sobre Jornalismo tem sido: “existem elementos para se dizer que temos uma teoria da notícia?” Golding e Murdock afirmam que não existe teoria da comunicação sem uma teoria da sociedade, mesmo que de forma implícita. Para Mills e Merton, não existe uma grande teoria, para eles uma tentativa inútil de explicar toda a sociedade. Ou seja, o tempo das grandes narrativas, ou

¹ Professora do curso de Comunicação Social da UnB, Mestre em Comunicação e doutoranda (FAC-UnB).

das grandes teorias, a explicar as relações sociais e as instituições, e entre elas a Imprensa, já se esgotou.

Concordando com Mills e Merton, este trabalho adota a posição de que é possível, porém, construir uma orientação teórica para o Jornalismo, e especificamente para o Telejornalismo, porque, se as práticas jornalísticas são o nosso objeto empírico, para melhor analisá-las é preciso problematizá-las como um objeto teórico. A hipótese com que trabalhamos é a de que o Telejornalismo é uma prática cultural contemporânea que utiliza diversas linguagens, com destaque para a linguagem visual, como forma de mediação entre as pessoas e os acontecimentos. O problema que se nos coloca, de imediato, é exatamente verificar que universo relacional se estabelece entre o Jornalismo e outras instituições sociais?

Uma chave para se entender esta prática cultural está no conceito de “inscrição”, uma feliz expressão de Paul Ricoeur. Ou seja, textos não são apenas palavras sobre o papel, como bem lembra Geertz (1999,p.50), mas são escritos como discurso, ou como ação de fixação de significados. O que foi dito, e não o dizer, permanece. Se pensarmos no texto do telejornal, com suas características de multi-modalidade, vale ressaltar que o discurso da imagem é uma prática de fixação de significados. É um processo de inscrição dos eventos ou acontecimentos, fixando sentidos que, para a cultura, são comportamentos, valores, atitudes.

Um outro problema é o da inserção do Telejornalismo na contemporaneidade. Como instituição social que se desenvolveu especialmente no século 20, o Jornalismo é um filho tardio do Iluminismo, por suas tentativas de ordenar racionalmente o tempo e o espaço, com um senso de ordem, simetria e equilíbrio. Este aparente equilíbrio da narrativa jornalística moderna – traduzindo os eventos numa seqüência temporal com começo, meio e fim - sofre, porém, o impacto da globalização. Os avanços sem fim das

tecnologias de comunicação inserem a prática jornalística nesta “espaçonave planetária” (Harvey, 1989,p.240) onde os nossos pequenos mundos espaciais e temporais são comprimidos. Mais certo seria falar que o Jornalismo é uma prática cultural que se insere hoje na modernidade tardia, ou sociedade de risco, como a define Ulrich Beck. É, pois, na perspectiva do telejornalismo como prática cultural na modernidade, que vamos tentar explicar o papel do telejornal na construção do presente.

2. Textos e imagens

“A tragédia é representação não de homens mas de ação, de vida e de felicidade.”
Aristóteles (“Poética”, 50 a 16-24).

Representação é o termo-chave para a compreensão dos textos, quaisquer deles, incluindo os textos noticiosos, e entre estes, os que usam códigos visuais. De acordo com a leitura da Poética de Aristóteles realizada por Paul Ricoeur em Tempo e Narrativa, a linguagem é a mimesis ou a representação da ação humana. “Quer se traduza mimesis por imitação quer por representação (com os últimos tradutores franceses) o que é preciso entender é a atividade mimética, o processo ativo de imitar ou representar” (Ricoeur,1994, p.58).

Como o próprio Aristóteles expõe no texto *De Interpretatione*, “as palavras escritas são símbolos das palavras faladas, e como a escrita não é igual em toda a parte, também as palavras faladas não são as mesmas em toda parte, ainda que as afecções da alma de que as palavras são signos primeiros sejam idênticas, assim como são idênticas as coisas de que as palavras são imagens”.

Mais de dois mil anos antes de Saussure, Aristóteles já mostrava como a palavra, falada ou escrita, era um símbolo ou representante das coisas e dos sentimentos, ou seja,

uma convenção arbitrária, uma *mediação*. Traduzindo para uma terminologia mais atual, o que Aristóteles propunha era uma tríplice relação entre o signo (o mediador simbólico), o significado (nossos estados de alma), e os referentes (as coisas). No caso da TV, a imagem dos acontecimentos se apresenta como mediadora icônica dos fatos, ou seja, pretende ser uma representação pela semelhança. Os referentes são os próprios acontecimentos, com seus personagens, suas ações.

Estes três momentos relacionais do dizer – o signo, o significado e o referente – revelam o quanto a linguagem é significativa, produtora de sentidos. A linguagem, portanto, não consiste simplesmente em dizer algo, mas em *dizer algo sobre algo*. “O discurso é sempre discurso a respeito de algo: refere-se a um mundo que pretende descrever, exprimir ou representar” (Ricoeur, 1997, p.46). Nesta operação, existe uma condição dialética, ou seja, a linguagem vai além de dizer algo sobre algo. Ela se propõe a *dizer algo sobre algo a alguém*. Ou seja, um dos traços mais característicos da linguagem é o da comunicação. É o lugar comum da linguagem, o chão onde se realizam as trocas lingüísticas. Ao dizer algo, estamos expressando os “estados d’alma”, de que fala Aristóteles. Ou seja, o que este algo significa para nós, que sentimentos, que valores agregamos a este algo. É nesta troca dialética que fazemos a passagem entre representação e significado. Ao representarmos, significamos. E significamos como um efeito de sentido para alguém.

Tendo como base os estudos de Aristóteles, ponto de partida para as concepções semiológicas de Saussure, que introduzem os significados como uma categoria de análise nos estudos lingüísticos, é possível formular uma primeira proposta de análise do texto da notícia na TV, este produto de uma prática moderna, institucionalizada, que é o Telejornalismo.

As notícias são construídas por meio de um sistema particular de linguagem, seja ela imagética, verbal, falada ou escrita. Poder-se-ia dizer que é uma forma-notícia de representar acontecimentos, significar os fatos, pessoas e ações. Ao elaborarmos um relato de acontecimentos, escolhemos ou somos colhidos por sistemas de representação de diferentes personalidades, autoridades, pessoas públicas. Estes sistemas de representação trazem já embutidos os significados agregados: valores, atitudes, ideologias.

De saída, é preciso descartar a idéia de que notícias são meros relatos objetivos de acontecimentos ou situações. Ou espelhos da realidade. Na verdade, ao representar ações e seus agentes – fatos políticos, desastres, tragédias, guerras, decisões econômicas – a notícia constitui versões da realidade que – por seu formato aparentemente objetivo – mascaram as posições sociais, os interesses e objetivos dos que a produzem. É, repetindo Aristóteles, o “dizer algo sobre algo”. Ou seja: é construir um *discurso*.

3. Notícia enquanto discurso

Como discurso, a notícia é o produto de uma *prática discursiva* na atividade jornalística. Que é a transformação de textos das fontes de informação – releases, declarações, falas, testemunhos, enunciados vários – em enunciados concatenados, relatos organizados de forma impessoal dos acontecimentos. Hall (1978) se refere a este relato como a tradução de pontos de vista oficiais para um idioma público – o da notícia.

Um conceito importante para se compreender melhor o processo de produção da notícia é o de ordem do discurso, conforme proposto por Foucault. Por ordem do discurso se deve entender o espaço social e cultural - o contexto - onde se produzem

determinados textos. A notícia é o texto que emerge de uma prática discursiva própria da instituição Imprensa. A prática discursiva envolve etapas como a da pauta, da agenda de cobertura, dos procedimentos para coleta de informações, dos processos de edição e de diagramação, impressão e distribuição até as mãos dos leitores. No caso do telejornalismo, é uma prática discursiva que envolve sempre um conjunto de autores, como o repórter, o cinegrafista e o editor.

Este processo produtivo não existe sem o seu aspecto discursivo, conforme destaca Hall (1994, p.200). Ele envolve habilidades técnicas, ideologias profissionais, conhecimento institucional e questões relacionadas com os leitores ou a audiência. A cada etapa, o material bruto da notícia – os eventos, falas, dados de reportagens – vai se transformando num evento comunicativo. Como quem molda um vidro no fogo, a narrativa própria da instituição jornalística vai tomando forma até se transformar numa versão de um fato, numa notícia com sua carga de assertividade e de intenção de verdade.

A relação entre a notícia e o real se dá, assim, por uma mediação que é uma prática discursiva, ela própria, um efeito de uma certa articulação específica da linguagem sobre o real. A notícia não é a representação transparente dos fatos mas a articulação discursiva destes mesmos fatos.

No telejornal, o código visual aparenta ser mais natural do que o lingüístico porque, enquanto este não possui nenhuma das propriedades da coisa representada, o signo visual atua como ícone, como representação à semelhança dos objetos, pessoas e cenários. Um programa de entrevistas ao vivo na TV pode parecer uma representação icônica do real mas existem códigos de produção – movimentos de câmera, enquadramentos, perguntas formuladas a priori – que vão articular discursivamente o programa (Ladeira Mota,1992).

Podemos dizer assim que o discurso da notícia é uma articulação específica da linguagem que encobre práticas de codificação – visuais ou verbais - produzindo efeitos de real, naturalizando os acontecimentos para o leitor. A notícia, enquanto texto produtor de sentido, só se completa com a leitura do leitor, destinatário final do texto jornalístico. É o leitor que vai completar o efeito de sentido pretendido pela notícia. No ensaio “Encoding and Decoding”(1980), Stuart Hall analisa o texto da TV como um signo complexo porque, ao lado do signo verbal, simbólico, ele tem características icônicas, apresentando pela imagem algumas propriedades da coisa representada. Este é um ponto-chave no estudo da linguagem visual e que tem provocado uma grande discussão. Como o discurso visual traduz um acontecimento tri-dimensional em planos bi-dimensionais ele não é um referente à semelhança do objeto representado. É uma mediação, construída em condições de produção tais que resultam num “efeito de real” da narrativa televisiva. Ou em outros termos, é uma prática discursiva que naturaliza o real.

Hall chama de código a esta prática discursiva de produção da imagem. Ou seja, os signos visuais parecem menos arbitrários ou convencionalizados do que os verbais porque eles reproduzem melhor as condições de percepção do olhar. São, porém, códigos aprendidos desde cedo e que naturalizam o efeito de articulação entre o referente e a representação. Ou como afirma Hall, a análise dos códigos naturalizados revelam não a transparência da linguagem mas a profundidade de uma prática que mascara a própria codificação da realidade.

Como a notícia na TV é duplamente codificada, é preciso observar sempre a relação que existe entre estes dois códigos, o visual e o verbal. Meinhof (1994) sugere que o texto da notícia enfatiza a informação sobre o evento, cumprindo uma função

ideacional, enquanto a imagem da notícia apela para atitudes e sentimentos sobre o evento, numa função interpessoal do acontecimento.

Imaginário e facticidade podem se completar, sem serem antagônicos necessariamente. Ou seja, estarão cumprindo o ritual simbólico da notícia, que é a sua entrada na cultura. “As notícias não contam as coisas como elas são mas contam as coisas segundo o seu significado e assim, são um tipo particular de narrativa mitológica” (Bird e Dardenne). É através do mito que os membros de uma cultura apreendem valores, definições do bem e do mal. “O mito não reflete necessariamente uma realidade objetiva mas antes constrói o seu próprio mundo” (Frye, 1957). A notícia é um ritual simbólico que constrói valores culturais. Enquanto o texto do repórter produz um discurso racional sobre um acontecimento, as imagens vão compondo a referência cultural – grupo social, etnias, habitats, etc - do fato.

4. Telejornalismo: narrativa e prática cultural

“Todas las cosas son palabras del
idioma em que Alguien o Algo, noche y dia
escribe esa infinita algarabía
que es la historia del mundo”.

Jorge Luis Borges.

Narrar é relatar eventos de interesse humano que se produzem em um suceder temporal. São relatos de processos da própria experiência humana (Gonzaga Motta, 2004). Com raízes fundadas na nossa herança cultural ancestral, a narrativa é uma predisposição primitiva e inata dos seres humanos no sentido de organizar e compreender a realidade. “A narrativa põe naturalmente os acontecimentos em perspectiva, une pontos, relaciona coisas, cria o passado, o presente e o futuro, encaixa

significados parciais em sucessões, explicações e significações mais estáveis” (Gonzaga Motta, 2004, p.09).

Como dispositivos produtores de significados, as narrativas criam significações sociais, são produtos culturais inseridos em certos contextos históricos, conformando crenças, valores, ideologias, política, a sociedade inteira, como bem explica Motta. Se a notícia é o relato primeiro, ou o ponto de partida para a construção de determinados significados sobre acontecimentos, é no campo da narrativa como prática cultural que podemos compreender melhor o telejornalismo. É o encadeamento dos diversos relatos, produzidos diariamente, que vai construir uma visão coerente e organizada do nosso mundo.

Enquanto prática discursiva, a notícia diária dos nossos telejornais pode ser analisada nas três ordens de significação propostas por Barthes (1978). A primeira ordem é a do signo no sentido em si mesmo, ou no nível de significação dos fatos relatados (o significado primeiro, ou denotativo). A segunda ordem nos remete ao conjunto completo de significados culturais que derivam do uso e valorização que uma sociedade faz dos fatos (as conotações a que os fatos nos remetem) e particularmente, de como a sociedade moderna valoriza a imagem. A terceira ordem de significação envolve uma ampla visão cultural do mundo.

Esta terceira ordem de significação é o que Barthes chama de “mitos”. São os significados comungados por todos os membros de uma dada cultura, refletindo os princípios mais amplos pelos quais uma cultura organiza e interpreta a realidade. Os mitos operam como estruturas organizadas dentro de uma área de intersubjetividade cultural. São as narrativas sobre nós mesmos, de que fala Geertz.

Para dar um exemplo concreto podemos analisar uma notícia de telejornal sobre uma invasão de um morro carioca pela polícia. A primeira leitura nos mostra as imagens

denotativas da subida dos policiais armados, uma leitura superficial do que foi filmado. Num segundo nível de leitura, a da conotação, vamos “ler” estas imagens identificando valores, atitudes, emoções – o medo dos moradores, a violência como uma característica da ação policial, valores sobre o viver na favela. Os ângulos de câmera, a iluminação, sonoplastia, cortes e closes são elementos do código visual que nos ajudam, ou nos propõem, a interpretar conotativamente as imagens.

No terceiro nível de leitura, o dos mitos, a notícia desencadeia a reflexão sobre o problema da violência, a questão do tráfico de drogas, as guerras localizadas, a pobreza em muitas partes do mundo, os conflitos sociais, posicionando-nos como pessoas de uma cultura contemporânea. É neste nível que o Telejornalismo se torna uma grande narrativa sobre nós mesmos, desencadeando, reafirmando e reestruturando nossos sistemas de significação enquanto grupo cultural.

Enquanto grupo cultural, constituimo-nos, pelas narrativas, numa comunidade lingüística, no sentido utilizado por Hans-Georg Gadamer (citado por Duch em “Mito, Intepretacion y Cultura”). “O significado que as palavras e as expressões adquiriram em um determinado âmbito histórico-cultural constitui a condição de possibilidade e de guia para qualquer experiência humana” (Gadamer, “Verdade e Método”, p.425).

E qual é o papel da notícia enquanto narrativa cultural? Gonzaga Motta afirma que a narrativa jornalística vai ao encontro do que alguns historiadores têm chamado de **história do presente**. Uma história que parte do pressuposto de que percebemos e construímos o sentido do presente como uma história do passado, como uma continuidade entre o que está acontecendo com o que acabou de acontecer. É assim uma história imediata, que não para de mover-se. Passamos, como bem acentua Motta, a viver sob o signo do acontecimento e de seus ecos.

Ao recompor os significados profundos das narrativas jornalísticas é que se rearticulam os sentidos da nossa vida cotidiana e pública, uma vez que o telejornalismo é este imenso lugar de referência de circulação dos acontecimentos e dos seus sentidos. Um lugar onde as imagens cumprem o papel importante de construir identidades, estabelecer diferenças, fortalecer a nação imaginada (Anderson), identificar contextos geográficos, históricos, ecológicos, sociais.

De que forma o telejornalismo fabrica o presente? Franciscato (2005) visualiza 5 tipos de fenômenos temporais na atividade jornalística e propõe cinco categorias descritivas destes fenômenos: São elas: Instantaneidade, Simultaneidade, Periodicidade, Novidade e Revelação Pública. O instante é o período de tempo muito curto e ínfimo que uma ação irá consumir para se realizar. É um intervalo tão pequeno que não descola a ação do presente. Este componente é resultado da vida contemporânea. Para o autor, não cabe falar de instantaneidade nos séculos 17, 18 e mesmo 19. A instantaneidade tem 2 principais referências, segundo Franciscato: a materialidade física da atividade jornalística, relacionada aos processos de transmissão e distribuição da notícia e a dimensão sócio-cultural: a instantaneidade como prática cultural. Se em séculos anteriores, os fatos chegavam a nós meses depois, hoje queremos acompanhar o bombardeio, o jogo da Copa, a ação da polícia, e todos os fatos na mesma hora em que acontecem.

Já a simultaneidade se manifesta por meio de uma vivência comum e concomitante da informação entre grupos cada vez mais amplos. Franciscato recorre a Benedict Anderson para perceber como os jornais criaram novos laços de simultaneidade, especialmente a partir da periodicidade diária, criando uma cerimônia de leitura ou interpretação dos fatos executada diariamente e simultaneamente por

milhares de pessoas. É o que acontece todos os dias com a exibição dos telejornais das principais redes de TV em todo o mundo.

O ato coletivo de assistir ao telejornal ganha sentido não somente pela busca individual de conhecimento sobre assuntos diversos mas porque leva as pessoas a se sentirem integradas em uma comunidade de cujas ações devem estar cientes. O telespectador tem a confirmação de que pertence a uma comunidade imaginária que está visivelmente enraizada na vida cotidiana de uma nação, criando um sentido de confiança ou um sentido de comunhão (Sommerville). Anderson usa o termo “cerimônia de massa” para explicitar o ritual de se assistir ao telejornal: uma leitura realizada por um público amplo, permitindo que inúmeras ações sejam interpretadas, definidas, modificadas ou questionadas, seja em discussões no lar ou em público.

Por outro lado, novas tecnologias ampliam a sensação de estar em dois lugares ao mesmo tempo, e o efeito de que o telejornal está conseguindo transportar o leitor para o tempo do evento. As coberturas ao vivo são um exemplo prático da simultaneidade da presença jornalística e sua mediação.

5. Telejornal e modernidade tardia

Neste percurso teórico que situa a notícia da TV e, particularmente, a sua codificação imagética, enquanto prática discursiva com efeitos na vida social e cultural e na construção de uma metanarrativa da nossa identidade cultural, é preciso verificar em que condições sociais e históricas se dá a prática do telejornalismo. Em primeiro lugar, o Jornalismo como uma “história do presente”, no dizer de Motta, se realiza em condições nas quais as características da modernidade são substituídas por outros modos de vida que vem sendo chamados de pós-modernidade ou modernidade tardia.

A modernidade pode ser caracterizada por dois modelos representacionais básicos para a sociedade: ou ela forma um conjunto funcional (Talcott Parsons) ou ela vive sob o império do conflito de classe ou da dialética, segundo a corrente marxista. Estas duas grandes narrativas da modernidade se dividiram em duas visões de mundo: 1- o projeto de organizar o sistema no sentido da estabilidade e do crescimento econômico, sob a égide do estado de bem estar social; 2 – uma visão crítica, nascida dos conflitos que acompanharam o desenvolvimento capitalista, dando origem aos sistemas socialistas.

A perspectiva pós-moderna (Lyotard, 1979), anunciou o fim das grandes narrativas que definiam o funcionalismo e o marxismo como formas de organização social. Lyotard definiu a condição pós-moderna como o ceticismo frente a todas as metanarrativas, aí incluindo “a emancipação da humanidade pelos trabalhadores” (Marx), “a emancipação pela riqueza” (Adam Smith), “a evolução da vida” (Darwin), a “libertação pelo conhecimento do eu” (Freud). Ou seja, ao hiper-racionalismo modernista, ele opôs a dúvida, o relativismo.

Para não ampliar demais a discussão sobre pós-modernidade, que não é o objeto deste trabalho, gostaria de colocar um terceiro ponto de vista nesta discussão, que é o de Ulrich Beck, o sociólogo alemão que criou a categoria de “sociedade de risco”. Para ele, esta é a sociedade voltada para a percepção crescente das suas limitações, gerando com isso uma **modernização reflexiva**. O argumento básico é que, enquanto na clássica sociedade industrial a lógica da produção de riqueza domina a lógica dos riscos, na sociedade de risco a reflexão se dá sobre os riscos e conseqüências da modernização: as ameaças ao meio-ambiente, à sobrevivência dos seres vivos, à saúde do ser-humano, o desemprego e outras conseqüências econômicas de uma exploração sem limites das reservas naturais.

Acredito que é nesta sociedade de risco, ou modernidade tardia como alguns a chamam, que o telejornalismo se torna uma prática de expor, refletir e fazer circular significados e reflexões sobre as contradições desta modernidade. Como uma prática discursiva de construção de significados, cabe ao telejornalismo ampliar o conhecimento sobre o mundo em que vivemos. Se a modernização pode ser um grande negócio para alguns, ela representa riscos para muitos. Longe de estar ameaçado pela pós-modernidade, o telejornal é o grande espaço público onde a reflexão sobre o nosso tempo e as nossas práticas culturais e sociais já está se dando, fixando para a história as imagens de um presente complexo, caótico, de vidas em mutação permanente.

BIBLIOGRAFIA

- Bakhtin, M. 1968: *Marxismo e filosofia da linguagem*, 4ª.edição, Hucitec.
- Barthes, R. 1964: *Elementos de semiologia*, Edições 70.
- Beck,Ulrich 1986: *The Risk society*, Sage.
- Duch, Lluis, 1988: *Mito, interpretación y cultura*, Herder.
- Fairclough, N. 1988: Discourse representation in media discourse. In *Sociolinguistics*, 17: 125-39
- _____ 1995: *Media discourse*, Edward Arnold.
- Fiske, J. and Hartley, J. 1978: *Reading television*, Methuen.
- Foucault, M. 1972: *The archaeology of knowledge*, trans. Sheridan-Smith, A.M. , Tavistock Publications.
- _____1969: *L'Ordre du discours*, Gallimard.
- Geertz, Clifford, 1973: *Interpretação das culturas*.
- _____ 1983: *O Saber local*, Editora Vozes.
- Gonzaga Motta, 2004: *Narratologia: Análise da Narrativa Jornalística*, Casa das Musas.
- Liotard, Jean-François,1979: *The Postmodern Condition*, Manchester University Press.
- Mota, C.L. 1996: O discurso popular na TV, o programa Aqui,Agora, in: *As Múltiplas Faces da Linguagem*, Magalhães,I. (org), Editora UnB.

Pêcheux, M. 1990: *O discurso. Estrutura ou acontecimento*, trans. Eni Orlandi, Editora Pontes.

Ricoeur, Paul, 1994: *Tempo e Narrativa*, tomo 1, Papirus.

Saussure, F. 1988: *Curso de Linguística Geral*, 4th edition, Cultrix.

Thompson, J. B. 1995: *The media and modernity, a social theory of the media*, Polity Press.

Traquina, N, 1993: *Jornalismo: questões, teorias, histórias*, Vega Edições, Lisboa.

-----, 2002: *O estudo do Jornalismo no século XX*, editora Unisinos, S. Leopoldo

Van Dijk, T. 1988: *News as discourse*, Erlbaum.

Wolf M. 1995: *Teorias da comunicação*, Editorial Presença. Lisboa.

Os filtros ideológicos da TV brasileira na eleição de 2006: Narrativa, discurso, linguagem verbal e não verbal na construção do imaginário nacional

Flávio A. C. Porcello ¹

Resumo: O objetivo do presente trabalho é analisar a influência política da Mídia, com ênfase na Televisão, no acompanhamento do processo eleitoral brasileiro na eleição de 2006. A intenção é refletir sobre a forma como a vida política nacional é retratada nos telejornais das principais emissoras de TV do país, que ajudam a construir o imaginário nacional. Escândalos políticos, invasões violentas, ações que quebram o decoro parlamentar, tem maior ou menor conseqüência de acordo com a repercussão que obtém na Mídia. O propósito deste trabalho é o de investigar os filtros ideológicos da televisão, analisando a narrativa, o discurso, a linguagem verbal e não verbal do telejornalismo brasileiro. E levantar questões, propor indagações e inquietações sobre a imprensa e sua influência no processo político nacional.

Palavras-chave: Comunicação, Mídia, Poder, Televisão, Telejornalismo

INTRODUÇÃO

Quando o presente trabalho estiver sendo apresentado, na primeira semana de novembro de 2006, o Brasil já saberá que é o presidente da República eleito para o período 2007-2010. Terá sido a quinta eleição presidencial consecutiva com o voto direto do eleitor desde 1989. Nesses 16 anos o eleitorado brasileiro aumentou de 83 milhões para 122 milhões de pessoas aptas a votar, um aumento de 50% no universo de eleitores.

Independente de quem seja o vitorioso e das peculiaridades que marcaram o

¹ Mestre e Doutor em Comunicação pela PUC do Rio Grande do Sul. Professor adjunto e pesquisador em telejornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

pleito, trata-se do presidente escolhido pelo maior número de votos da história do país. Esses e outros aspectos certamente serão analisados e estudados a partir da eleição. O propósito do presente artigo é outro. O objetivo aqui é o de analisar a influência política exercida pela Mídia, e a televisão em especial, na construção do imaginário nacional. Mesmo que esteja sendo redigido quatro meses antes da eleição, entendemos que esse aspecto cronológico não prejudica o conteúdo e nem as conclusões do presente trabalho. Quando ele estiver sendo submetido à discussão ainda estará bastante atual, já que o objeto de estudo, pesquisa e análise é o interesse pelo comportamento da TV, com seu discurso verbal e não verbal, no fazer político midiático. O que, por certo, não mudou nos últimos meses e, provavelmente, nem mudará tão cedo.

O objetivo principal é o de observar o papel da TV no processo político nacional, com sua indisfarçável influência e articulação através dos mecanismos da democracia restaurada no país nos últimos 20 anos. É importante destacar que, depois de 20 anos de ditadura militar, o país vive há duas décadas uma democracia plena, com direitos civis assegurados e indiscutível liberdade de imprensa. Mas é verdade também que nos períodos democráticos anteriores, antes e depois do Estado Novo, a mídia não tinha o alcance que tem hoje. O rádio em sua época áurea e a televisão nos anos 1950 eram insignificantes se comparados com a força que tem hoje. E ainda pode-se citar a Internet e telefonia móvel como outros artifícios, antes inimagináveis, e hoje decisivos para a construção do imaginário coletivo a partir das informações instantâneas que agora circulam em tempo real. E não é o volume ou a rapidez da informação que a fazem confiável e verdadeira. Chegar primeiro não significa chegar com a verdade. Quantidade de informações não significa informação de qualidade. Esse é o ponto que gostaríamos de aprofundar no presente trabalho para propor a discussão sobre a influência política da Mídia.

É importante destacar o Jornalismo como prática de mediação discursiva. É através dele que as pessoas podem tomar contato com o que acontece no mundo ou na sua rua. Mas a informação midiática hoje circula com tamanha rapidez que as pessoas sequer questionam o que estão vendo, ouvindo ou lendo. E quanto mais espetacularizada for a linguagem utilizada, maior será o alcance da notícia. As pessoas podem nem entender

direito o que estão ouvindo e vendo naquela notícia tão espetacular mas, com certeza, ficam com a certeza de que estão bem informadas, de que “sabem das coisas”.

Essa é a essência da moderna sociedade da informação. A linguagem que prevalece é a do espetáculo. E, nesse sentido, a informação carece de conteúdo. Informação é o que se sabe. Conhecimento é o que se aprende. A informação é cumulativa, enquanto o conhecimento é seletivo. É preciso saber selecionar as informações, transformando-as em conhecimento. E o conhecimento acumulado ao longo do tempo permite a construção do saber. O desafio de todo o jornalista é transformar um fato em notícia. É preciso saber identificar entre todos os fatos a todo o momento qual deles vai virar notícia. Isto é, qual deles tem o chamado caráter de noticiabilidade. E, ao noticiar para a TV é preciso utilizar os recursos técnicos que favoreçam a compreensão do público.

As cores, formas, palavras e sons que, através da TV, ajudam a construir a cultura brasileira também estão dispostas diante dos olhos de quem as vê de maneira subjetiva. Claro que há ideosfera, nos níveis verbal e não verbal, por trás desse mosaico que brilha luminosamente nas telas da TV. É preciso observar e questionar a capacidade que a TV tem de mostrar e remontar o passado, conforme as características e conveniências da ocasião (PORCELLO, 2004). Podemos definir como filtros ideológicos os critérios que estabelecem o uso de uma ou outra informação para compor a história que será contada e mostrada ao público.

Bourdieu assinala que “insensivelmente, a televisão que se pretende um instrumento de registro, torna-se um instrumento de criação da realidade” (1996, p.29). E Mazziotti complementa, afirmando que a TV é “a grande máquina de contar histórias” (in RINCÓN, 2002, p.201).

A contribuição que nos traz Wolton também é relevante. Ele observa que “a televisão oferece um laço estruturante entre a experiência individual das pessoas e a experiência em escala coletiva” (WOLTON, 2004, p.134). Ou seja, as pessoas querem sentir-se parte, tornar-se integrantes de um coletivo. E, nesse ponto, ele aponta duas teorias opostas:

“Uma separa a realidade dos públicos da questão teórica do grande público. Outra teoria indica que o público é a soma das pesquisas de audiência. Então, de um lado, a problemática do público, como a da TV, remete à teoria das relações entre comunidade e sociedade. E, de outro lado, ela é ligada à realidade do mercado e se resume a uma lógica econômica e quantitativa” (WOLTON, 2004, p.139)

O processo eleitoral brasileiro cresceu e amadureceu nas últimas décadas. O crescimento vegetativo da população determinou que, entre 1989 (a primeira eleição pelo voto direto depois da ditadura militar) e 2006, o número de eleitores passou de 83 milhões para 122 milhões (estimativa em junho de 2006), um crescimento de 50% em 17 anos. Naturalmente, a idade da população também aumentou, e a média de idade dos brasileiros que votaram em 2006 é bem mais alta do que a verificada nos pleitos anteriores. Em 1989 havia 44% de eleitores com menos de 30 anos. Já os eleitores que tinham mais de 40 anos eram 35% em 1989 e foram 45% no presente ano.

Há um outro aspecto relevante na pesquisa sobre o eleitor brasileiro apto a votar em 2006. As pessoas “muito interessadas” em política em 1989 constituíam um percentual de 10% e em 2006 representam 20%. As “mais ou menos” interessadas eram 17% em 1989 e alcançam pouco mais do que o dobro, 35% em 2006. Então, na primeira eleição direta depois do golpe militar de 64, o número de eleitores “muito” ou “mais ou menos” interessados em eleições eram um quarto do eleitorado em 1989 e, agora em 2006, alcançam um percentual de 55%, mais da metade do eleitorado. Em compensação, as que se declaravam “nada interessadas” em política, eram 47% na eleição em que Collor de Mello foi eleito e representam apenas 22% dos eleitores aptos a votar em 2006. Os dados constam de pesquisa realizada pelo Instituto Vox Populi e foram publicadas pela revista Carta Capital².

Se os números refletem o crescimento vegetativo da população, a seqüência de pleitos revela a maturidade do processo político, sem interrupções golpistas ou crises institucionais que afetem a democracia. Outro aspecto a ser ressaltado é a disputa eleitoral. Mesmo que nos estados tenha havido forte competição entre governo e oposições, quatro meses antes da eleição presidencial, o resultado desta parecia decidido. O comentarista político Fernando Rodrigues em sua coluna diária no jornal Folha de São Paulo, sob o título “2006 já era”, escreveu exatos quatro meses antes do dia da eleição em primeiro turno que o pleito já estava decidido:

² Fonte: Carta Capital, edição número 395, ano XII, de 31/05/2006, p.30.

“Nunca uma campanha presidencial pós-ditadura militar deu sinais de decantação tão rapidamente como a atual. Nos pleitos de 1989, 1994, 1998 e 2002, o quadro ainda estava aberto no mês de junho. Desta vez a impressão geral é de que a fatura já está liquidada. Lula vence no primeiro turno em todos os cenários possíveis” (RODRIGUES, 2006).

O noticiário político desse mesmo dia três de junho de 2006 refletia o tom da campanha eleitoral. O presidente Lula, ainda sem admitir oficialmente ser candidato, havia participado na véspera de atos políticos e inaugurações em São Paulo. O material jornalístico revelava que ele havia intensificado sua agenda de viagens. Nos cinco primeiros meses deste ano (de janeiro a maio) ele viajou 65 vezes, mais do que o dobro do que viajara em igual período no ano de 2005: 32 vezes. Visitou 53 cidades brasileiras nos cinco primeiros meses deste ano, ante 27 cidades visitadas no mesmo período do ano passado.

A tímida oposição que recebia do candidato do PSDB, Geraldo Alckmin, nem parecia perturbar Lula. A crítica mais forte que recebeu nesse período foi de ter conversado com Orestes Quécia, do PMDB, em seu gabinete de trabalho no Palácio do Planalto para convidá-lo a ser o candidato a vice-presidente em sua chapa. Questões como essa foram levemente tratadas no noticiário político sem maiores conseqüências ou repercussões. Afinal, dali a uma semana a Seleção brasileira faria sua estréia na Copa do Mundo da Alemanha, enfrentando a Croácia. E o país já respirava futebol. O presidente da República acompanhou o sentimento nacional. Na edição de domingo, dia quatro de junho de 2006, em entrevista ao jornal O Globo, falou exclusivamente sobre futebol e deixou-se fotografar com a camisa número 10 do escoteiro. E na véspera do início do Mundial participou de uma teleconferência, falando de Brasília com o treinador Carlos Alberto Parreira e alguns jogadores. Também não escapou da crítica, feita por muitos, entre eles, o jogador Ronaldo Nazário, de estar tentando aumentar a popularidade às custas da Seleção.

Tudo fazia parte de uma estratégia. Nas 654 viagens que fez nos primeiros cinco meses desse ano, Lula nunca descuidou-se da imagem. Foi fotografado e mostrado em imagens de TV vestido das mais diversas formas, com camisetas esportivas (como a da Seleção), macacão de operário, uniforme de petroleiro, trajes típicos e chapéus e bonés que variavam conforme o tipo de solenidade da qual participava. Em síntese, a imagem do presidente em viagens pelo Brasil seguiu a risca o figurino típico escolhido para ganhar as

capas de jornais e revistas e as telas de TV. A televisão, por sua vez, não deixou de criar ambientes favoráveis para que a aparição do presidente tivesse o devido destaque. Foi assim no diálogo que manteve com o astronauta Marcos Pontes que integrou a missão russa ao espaço. O diálogo entre os dois, o astronauta no espaço e o presidente em Brasília, ganhou destaque e longos minutos nos telejornais, especialmente da Globo que tinha exclusividade e privilégios na cobertura espacial, com direito a entrevistas e imagens inéditas feitas de dentro da estação espacial.

Esse é apenas um exemplo entre os vários que aqui podemos trazer sobre a intenção de associar o presidente e seu governo a feitos notáveis, como a proclamada auto-suficiência na produção de petróleo ou os gols da Seleção brasileira de futebol no Mundial da Alemanha. É importante também lembrar que as edições dominicais dos principais jornais brasileiros do dia quatro de junho de 2006 não deram grande destaque a um fato ocorrido exatamente um ano antes: a denúncia do suposto mensalão feita pelo então deputado federal Roberto Jefferson (PTB-RJ) em entrevista exclusiva à repórter Renata Lo Prete, da Folha de São Paulo.

Esse fato pode ser, em parte, explicado por uma pesquisa divulgada naquele período. A pesquisa de opinião realizada pelo Instituto *Globe Scan* para a *BBC (British Broadcast Corporation)*, para a *Agencia Reuters* e também para *The Media Center*, ouvindo 10.230 pessoas em 10 países (Inglaterra, Estados Unidos, Brasil, Egito, Alemanha, Índia, Indonésia, Nigéria, Rússia e Coréia do Sul, entre março e abril de 2006, revelou que apenas 30% dos entrevistados manifestam confiança nos governos. Apontou também que 55% dos entrevistados não confiam nas informações da Mídia. O Brasil ficou à frente apenas da Coréia do Sul e da Alemanha. 80% disseram que a Mídia exagera nas notícias ruins; 64% raramente encontram na Mídia informações que gostariam de receber; 45% não concordam que a cobertura da Mídia seja acurada e 44% trocaram a fonte de informação no ano de 2005 por perderem a confiança nos noticiários que assistiam.³

Na semana em que as denúncias sobre o suposto mensalão completavam um ano, que começaria a Copa do Mundo e que o presidente Lula vestia a camiseta número 10 da Seleção nacional, apoiado pela grande maioria dos eleitores, de acordo com todas as

³ No Brasil a GFK Indicator ouviu 1.000 adultos em nove regiões metropolitanas: Belém, Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Recife, Rio, Salvador e São Paulo entre 16 e 22 de março de 2006.

pesquisas feitas à época, havia pouco espaço para outro assunto que não fosse a Copa e o prestígio do presidente. Dia seis de junho, 500 manifestantes ligados ao Movimento de Libertação dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MLST) invadiram o Congresso Nacional, quebrando tudo o que encontravam pela frente. Foram presos e processados, e os que tiveram a fisionomia melhor registrada pelas câmeras de TV durante a invasão, nos telejornais do dia seguinte foram identificados com maior precisão, tendo parentes e amigos entrevistados e a vida detalhada. Dos quase 500 invasores, menos de dez foram de fato publicamente identificados por terem sido os que mais apareceram diante do vídeo. É a síntese da TV: o que aparece é notícia. O que também for notícia mas não aparecer bem nas telas da TV, vai cair no esquecimento. Os líderes do MLST disseram à polícia que o movimento fugiu ao controle do comando, o que teria originado a invasão e o quebra-quebra. De novo a TV foi protagonista. Imagens e áudio captados em vídeo apreendido com um manifestante (e fartamente exibido nos telejornais) trouxeram a verdade: tudo fora preparado nos dias anteriores e a manifestação dos líderes do movimento, incitando à violência, deixou muito claro. A TV mostrou a prova final da premeditação. A Mídia que reagiu com indignação à violência praticada contra o Poder Legislativo (os prejuízos materiais passaram de R\$ 150 mil) e cobrou punições aos responsáveis, em seguida esqueceu do assunto para falar dos feitos da Seleção na Alemanha. Afinal, a Copa do Mundo começou dois dias depois do ataque ao Congresso Nacional e, sem o devido acompanhamento crítico da Mídia, os assuntos que foram manchete nas escaladas de todos os telejornais na terça-feira, acabaram logo esquecidos a partir da sexta-feira seguinte. Como num jogo de futebol, saiu a política para entrar o esporte. As imagens predominantes passaram a ser a da cobertura esportiva sobre a estréia (uma semana depois, dia 13 de junho) e o desempenho da Seleção brasileira na Copa do Mundo. E, como o combustível das crises políticas é a impunidade, sem punição severa aos manifestantes invasores, aos políticos mensaleiros e aos que protagonizam cenas de quebra-quebra no decoro parlamentar, a crise política parece não ter seus dias contados no Brasil. Ela renova-se constantemente, devidamente alimentada pelo paulatino esquecimento da Mídia e a conseqüente impunidade dos que agem à margem da lei.

No dia 13 de junho, dia da estréia da Seleção brasileira na Copa do Mundo, contra a Croácia, a edição do Jornal Nacional da TV Globo evidenciou essa realidade em números

que são indiscutíveis: o JN exibiu 41 matérias sobre o Mundial e dedicou 10 matérias ou notas a outros assuntos. Nos seus 34 minutos e 34 segundos de duração, 26 minutos foram para o futebol e 8 minutos e 34 segundos para outros temas. Ou seja, dois terços do programa sobre futebol e um terço sobre os outros assuntos do dia no Brasil e no mundo (Ver anexo o espelho do JN ao final do trabalho). O editorial daquela semana da revista Carta Capital, naturalmente redigido dias antes, já antecipava o que viria a seguir na Mídia nacional:

“A violência que freqüenta as ruas, em banalidade cotidiana ou explode em desabafos como, essa semana, o da invasão do Congresso pelos militantes sem terra, é tida sempre como um inconveniente fortuito, exceção à regra das comemorações esportivas regadas a pagode e loira gelada. Felicidade a qualquer custo, eis aí o verdadeiro produto nacional bruto” (Carta Capital, 2006, p. 18).

Velásquez (1992) observa que “la única forma que tiene el publico em general de asistir (y sobretodo de ‘presenciar’) a uma intervención del político es por médio de la televisión”. E o governo Lula soube fazer isso muito bem, amparado, é claro, na boa vontade da Mídia (em especial a TV) em querer mostrá-lo de forma favorável e simpática aos brasileiros.

“La intervención, em forma dialogada, de los actores sociales (políticos, médios, profesionales) nos hace afirmar que el medio no solo informa y narra en esta ocurrencia, sino que opina, interpreta, valora, concluye, em definitivas muestras sus tendencias y todo ello mediante la formulación de las preguntas que realiza al entrevistado, la actitud que adopta durante el desarrollo el dialogo, el planteamiento del cuestionário y de los temas seleccionados, las fuentes y referencias que emplea como soporte y prueba de sus afirmaciones-preguntas” (VELÁSQUEZ, 1992, p.247)

E conclui:

“Esto nos leva a concluir que el actor social que es el médio y el profesional, como ultimo eslabón de la cadena significativa productora de um discurso, utiliza el gênero entrevista para manifestar su opinión, postura y sus tendencia legitimadas por la participación del político, el cual há aceptado, de antemano, el contrato comunicativo que se le ofrece” (VELÁSQUEZ, 1992, p.247).

Ou seja, há indiscutivelmente, um acordo tácito entre quem vai mostrar e quem ou o que vai ser mostrado ao público pela TV. Ainda mais quando o objeto em questão é uma candidatura presidencial. Seriam inúmeros os pontos a citar, mas dentro do espaço possível, novamente vamos recorrer ao que é mais evidente. Não por acaso, o ministro de Comunicações do Governo Federal é o senador Hélio Costa (PMDB-MG),

muito popular em seu estado e em todo o país pelas matérias sobre doenças e remédios que fazia semanalmente como correspondente da Rede Globo nos Estados Unidos. E foi com ele na condição de ministro que o governo definiu o padrão da TV digital para o país, não por acaso o que a Globo defendia por contemplar seus interesses contra os das outras redes de TV e os das empresas de telefonia móvel. Os verdadeiros interesses políticos ou comerciais nunca são claramente declarados, afinal a estratégia bem sucedida depende da discricção dos envolvidos. Mas quando o favor é irrelevante, aí sim, há interesse em torná-lo público. Foi o que aconteceu no dia 11 de fevereiro de 2006, quando o presidente Lula realizava viagem à África do Sul. O Jornal Nacional surpreendeu seus telespectadores quando a apresentador Renata Vasconcellos leu a seguinte nota, ao explicar que o repórter Marcos Uchoa e o cinegrafista Sérgio Giltz haviam viajado em um avião da FAB na comitiva presidencial durante o trajeto Botsuana e África do Sul:

“A TV Globo depositou cinco mil quatrocentos e cinquenta reais no Programa Bolsa Família. É o equivalente ao valor das passagens aéreas entre Botsuana e África do Sul para os repórteres Marcos Uchoa e Sérgio Giltz. Eles viajaram em avião da FAB na comitiva do presidente Lula pois não havia vôos comerciais naquele dia e horário para o trecho” (Jornal Nacional, 11/02/2006).

O propósito foi demonstrar transparência e independência da Globo em relação a governo e políticos. Nota desnecessária. Por certo já houve e continua havendo inúmeras trocas de favores (lícitas ou não) entre Globo e governos em geral. E fica difícil imaginar como ficaria o Jornal Nacional, ou outros telejornais da emissora, se tivessem que noticiar a cada edição o que receberam de algum governo ou político aliado. Por certo faltaria espaço para outras notícias. E a indiscrição prejudicaria a estratégia montada. O noticiário nos telejornais da emissora sobre a implantação da TV digital é um exemplo.

Os telejornais tornaram-se a referência para a comunicação política. Por mais que novos espaços sejam abertos para a transmissão de sessões plenárias ou reuniões em CPIs, como as que fazem os canais legislativos ou as emissoras dedicadas 24 horas exclusivamente ao telejornalismo, a síntese noticiosa reunida no telejornal noturno das TVs abertas acaba sendo o que predomina na transmissão de conteúdos importantes para a construção do imaginário coletivo nacional.

Becker (2005) sublinha que a linguagem do telejornal “é constituída na tênue fronteira entre a narrativa e o acontecimento”. E completa: “Texto e imagem se unem numa

unidade significativa para favorecer a compreensão, mas não basta ver, é preciso que alguém nos diga o que estamos vendo” (BECKER, 2005, p.71). E completa:

“A TV transforma a política em espetáculo e investe na banalização de muitos programas, tentando estabelecer gostos, interesses e visões do Brasil e do mundo, comuns e até vulgares, tentando reduzir a população brasileira a uma audiência de massa” (BECKER, 2005, p.149).

E conclui:

“Ao mesmo tempo, reúne grupos sociais diversos na assistência à programação, reafirma vínculos que juntam cidadãos numa mesma comunidade ou num mesmo país, despertando sentimentos de comunhão e nacionalidade, indispensáveis para o fortalecimento do Estado-Nação” (BECKER, 2005, p.149).

É relevante trazer também a contribuição de Verón sobre a utilização dos espaços midiáticos em favor de propósitos político-eleitorais:

“As atitudes apocalípticas acerca dos efeitos nefastos dos meios de comunicação (em particular a televisão) sobre a política na democracia, repousam num modelo ideal da comunicação política que corresponde a um fantasma, e não a um antecedente histórico” (VERÓN, 2003, p.39).

A linguagem que prevalece nos telejornais é a do espetáculo, o que torna oportuno trazer a reflexão de Débord:

“O espetáculo na sociedade contemporânea corresponde a uma fabricação concreta de alienação. A expansão econômica é, sobretudo, a a expansão dessa produção industrial específica. O que cresce com a economia que move por si mesma só pode ser a alienação que estava em seu núcleo original” (DÉBORD, 1997, p.24).

E complementa:

“O conceito de espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes. Sua diversidade contrastes são as aparências dessa aparência organizada socialmente, que deve ser reconhecida em sua vertente geral. Considerado de acordo com seus próprios termos, o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana – isto é, social – como simples aparência” (DÉBORD, 1997, p.16).

A televisão transporta o mundo para dentro da casa das pessoas. As ações dos políticos, dos governos e das instituições são avaliadas pelo volume de informações que chega ao público. Assim, é possível constatar que saber usar bem a Mídia é uma forma de governar e propagar boas imagens.

O propósito, esperamos que atingido, do presente texto foi fazer uma reflexão teórica sobre os aspectos nem sempre apresentados ao público da influência política da

televisão. Nesse caso, torna-se importante, trazer ao debate exemplos concretos de rotinas produtivas e práticas profissionais, como o que dizem os manuais das duas mais importantes emissoras de TV do Brasil, Globo e SBT, sobre a linguagem do telejornalismo.

O Manual de Telejornalismo da Rede Globo assume um ar professoral ao explicar como o telespectador, em suma, a audiência, devem ser tratados: “É preferível sermos tachados de professorais por uma elite de escolarização a não sermos entendidos por uma massa enorme de telespectadores comuns” (Manual de Telejornalismo da Rede Globo, 1986, p.23). O Manual de Telejornalismo do SBT segue na mesma linha ao tratar da audiência: “Nossa função é decifrar esses jargões e passar tudo para uma linguagem de massa, que possa ser entendida por todas as pessoas que estiverem vendo o noticiário” (Manual de Telejornalismo do SBT, 1989, não publicado). É importante ressaltar que os manuais são funcionalistas, servem como indicativo e não como regra absoluta. Muito do que os jornalistas enfrentam no dia-a-dia não está previsto nos manuais. Essas são breves considerações que nos levam a refletir sobre o que passa pela cabeça dos jornalistas ao elaborarem suas matérias. Em síntese, é a “audiência presumida” de que trata Vizeu (2005).

As referências aos dois manuais devem ser acompanhadas da explicação de que, obviamente, eles estão desatualizados. Refletem uma época. A Globo, em 1986 preparava-se para a cobertura eleitoral dos anos seguintes com a volta do voto direto dos brasileiros. O SBT, em 1989, realizava sua primeira experiência de montar um jornalismo profissional com a contratação de Boris Casoy e outros. Mas indiscutivelmente o telejornalismo mudou em vários sentidos nesses 20 anos. Por isso é oportuno indicar um bom manual, bem mais atualizado, produzido por Omar Rincón e Maurício Estrella, em Quito, no Equador. Trata-se de um bom guia de produção, realização e edição em TV com amplitude internacional, onde os autores ensinam regras básicas, que são aplicáveis em qualquer emissora de televisão do mundo. Eles afirmam que

“Este es un texto que no quiere imponer o presentar una verdad única. Por el contrario, recoge las inquietudes encontradas en el camino recorrido por los canales regionales, locales y privados de América Latina, y quiere servir como cajá de herramientas para que cada periodista, realizador, camarógrafo, editor, directivo, profesor y estudiantes de televisión y periodismo lo use según sus necesidades” (RINCON y Estrella, 2001, p.12)

E observam que o livro

“no es una llave mágica, pues la televisión resultante depende de Ud. La meta es que cada canal y realizador, según su contexto cultural, cree modelos eficientes, efectivos y potentes para producir la información. No que hacer televisión para Europa o Estados Unidos u otros países. El problema no es tecnológico ni mental, sino de modelos de trabajo. La televisión que hay de inventar es la de cada uno, la cercana, la propia, la que cada canal puede y debe crear para responder a su propia comunidad” (RINCÓN y ESTRELLA, 2001, p.16).

Torna-se imprescindível trazer novamente a lembrança de Wolton com sua lúcida e cada vez mais atual contribuição teórica ao afirmar que

“o jornalismo é uma profissão muito bela: pegar o fio do tempo, dia após dia, distinguir o importante do secundário, tentar explicá-lo a públicos invisíveis. Mas ela é mais difícil de se praticar hoje do que ontem, em virtude da onipresença da informação. Quanto mais fácil, tecnicamente, fazer informação, mais seu conteúdo traz dificuldades. O que se ganha em facilidades técnicas, se perde em significação” (WOLTON, 2004, p.301).

O tema não esgota-se aqui. Mas julgamos importante o aprofundamento da reflexão sobre o assunto. O Brasil viveu mais um ano eleitoral e o desejo é que esse ciclo democrático não seja interrompido. Mas é fundamental que o uso político da Mídia seja estudado e questionado. Dados publicados quase ao final do governo Lula, mostram que ele também cometeu a mesma prática de seus antecessores ao distribuir concessões de rádio e TV em troca de favores políticos.

Em três anos e meio de governo, o presidente Lula aprovou a concessão de 110 emissoras educativas, sendo 29 Tvs e 81 rádios. Considerando-se as concessões a políticos, ao menos uma em cada três emissoras de rádio foi parar em mãos de políticos. O governo Fernando Henrique Cardoso em dois mandatos (1994-2002) autorizou a concessão de 239 rádios FM e 118 TVs educativas. Antes dele, os governos distribuía emissoras comerciais. O general João Batista Figueiredo (1978-1985) autorizou 634 emissoras de rádio e TV. Mas o recorde absoluto foi de José Sarney (1985-1990), que, tendo Antônio Carlos Magalhães como Ministro das Comunicações, autorizou a concessão de nada menos que 958 emissoras comerciais de rádio e TV, a maior parte para seus correligionários do Norte e Nordeste do Brasil.

“O governo Lula reproduziu uma prática dos que o antecederam e distribuiu pelo menos sete concessões de TV e 27 rádios educativas a fundações ligadas a políticos. Esse fenômeno confirma o que dizem funcionários graduados do Ministério das Comunicações de que, no Brasil, a radiodifusão “ou é altar ou é palanque” (LOBATO, 2006).

Como esses dados encaminha-se o encerramento do presente trabalho que teve como propósito levantar temas para propor a reflexão sobre o assunto. Por certo, no segundo semestre de 2006, no auge da campanha eleitoral para a presidente da República, governadores de estado, senadores e deputados federais e estaduais, as relações entre Mídia e Poder ficaram ainda mais próximas. Como foi dito antes, o tema não esgota-se aqui mas é importante continuar o debate pois há muito ainda a ser discutido. Há espaço acadêmico para avançar e é papel dos pesquisadores trazerem contribuições teóricas e práticas para esse avanço, questionando os filtros e lentes ideológicos com os quais a Mídia mostra a política no país.

É impossível levar o mundo inteiro para dentro das casas através da Mídia, mas que se tente ao menos levar o que é verdadeiro para que as pessoas possam tomar suas decisões em fatos reais e não maquiados. O bom jornalismo sobressai como alternativa essencial para que as pessoas formem seu juízo à partir de informações precisas e concretas, baseadas na honestidade profissional de que as transmite. Sem dúvidas, o jornalismo tem grande contribuição a dar ao aperfeiçoamento democrático e ao constante fortalecimento das instituições no país. O Brasil vive atormentado por crises políticas, que tem como combustível a impunidade. O bom jornalismo, feito séria e honestamente, é o caminho para as denúncias que levem à punição dos responsáveis pela crise ética que afeta as instituições e ao povo brasileiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996.

DÉBORD, Guy. **A sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FAUSTO NETO, Antônio e VERÓN, Eliseo (orgs). **Lula presidente – Televisão e Política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker Editores, 2003.

RINCÓN, Omar. **Televisión Pública: do consumidor ao cidadão**. Quito, Equador: Friedrich Ebert Stiftung, 2002.

RINCÓN, Omar y ESTRELLA, Mauricio. **Televisión: Pantalla y Identidad** – Quito, Equador. Friedrich Ebert Stiftung, 2001.

PORCELLO, Flávio. **Mídia e Poder: a influência política da televisão no Brasil**. Tese de doutorado defendida no PPGCom da PUCRS, em 2004.

VELÁSQUEZ, Tereza. *Los políticos y la televisión*. Barcelona, Espanha: Ariel Comunicación, 1992.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Editora Calandra, 2005.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Ed. UnB, 2004.

OUTRAS FONTES DE CONSULTA

DIAS, Maurício - “**A nova voz das urnas**” – Revista Carta Capital, São Paulo, Ano XII, número 395, 31/05/2006, p.30.

EDITORIAL – “**Pátria de chuteiras: a fabricação da euforia**”. Revista Carta Capital, São Paulo, Ano XII, número 397, 14/06/2006, p.18.

LOBATO, Elvira – “**Governo Lula distribui rádios e TVs educativas a políticos**”- Ano 86, número 28.200, de 18/06/2006.

O GLOBO – Entrevista com o presidente Luis Inácio Lula da Silva. Rio, 04/06/2006.

RODRIGUES, Fernando. “**2006 já era**”. – Folha de São Paulo, São Paulo, Ano 86, Número 28.187, de 03/06/2006.

REDE GLOBO DE TELEVISÃO – **Manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: 1986.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO – **Manual de Telejornalismo**. São Paulo: 1989 (Não publicado).

SITES DA INTERNET RECOMENDADOS

www.tvglobo.globo.com

www.sbt.com.br

www.observatoriodaimprensa.com.br

www.midiaepolitica.com.br

ANEXO

Espelho Jornal Nacional – dia 13/06/2006

Início: 20hs 30min 00seg - Fim: 21hs 14min 11seg

Tempo de produção: 34min 34seg - Tempo comerciais: 09min 37seg

Tempo total: 44min 17seg

Escalada + Vinheta de abertura		-	1min
Vivo Alemanha + VTs	(Fátima)	-	4min 50seg
Previsão do tempo	(Jatobá)	-	27seg
VT assalto Detonautas	(Bonner)	-	1min 14seg
VT incêndio Cachoeirinha	(“)	-	1min 07seg
NC bombardeio Israel	(“)	-	20seg
NC visita Bush Iraque	(“)	-	21seg
NP mercado financeiro	(“)	-	26seg
VT Varig	(“)	-	1min 21seg
A seguir Copa	(Fátima)	-	33seg

Brake 01 - 2min

Vivo Alemanha + VTs (Fátima) - 8min 25seg

Brake 02 - 2min 02seg

Vivo Alemanha + VTs (Fátima) - 4min 40seg

Brake 03 - 2min 01seg

VT política (Bonner) - 1min 11seg

NP máfia sanguessuga	(‘ ’)	-	28seg
NC ibope eleição	(‘ ’)	-	1min 22seg
Vivo Alemanha + VTs	(Fátima)	-	3min 21seg
<hr/>			
	Brake 04	-	3min 33seg
<hr/>			
Vivo Alemanha + VTs	(Fátima)	-	2min 33seg
<hr/>			
Encerramento + Roll	(Créditos finais)	-	30seg

Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento

Iluska Coutinho ¹

Resumo: A proposta deste artigo é refletir sobre a produção dos contratos de afinidade, e da relação de pertencimento entre uma emissora e seu público, tendo como referência a identidade forjada nos telejornais locais. A experiência de Juiz de Fora/MG, e de uma de suas emissoras de televisão, é o foco central desse trabalho no qual compreende-se que a veiculação diária de produtos jornalísticos reforça a relação entre TV e município, conforme estruturada no modelo brasileiro de rádio/teledifusão. Autores como Hall e Bauman oferecem suporte teórico para a discussão da Identidade e, na reflexão proposta, dialogam com pesquisadores que estudam a televisão, e especialmente seu material jornalístico.

Palavras-chave: Telejornalismo local; Narrativa; Identidade; Dramaturgia.

Em 1969 entrava no ar o Jornal Nacional e com ele o modelo de transmissões de programas em rede² e a perspectiva de “integração nacional” via telinha, instaurando no campo das telecomunicações a ideologia de segurança nacional. O acesso à tecnologia de transmissão, inclusive, foi viabilizado com a utilização de orçamento público, opção dos militares para garantir a difusão do sinal de televisão, e da ideologia de segurança nacional, por todo o território brasileiro: “(...)a TV realizou o sonho de integração nacional, agindo como ‘ponta-de-lança’ na implantação de uma mentalidade modernizadora do Brasil.” (Gleiser, 1983, p. 19).

A compreensão de modernização de acordo com o modelo implantado envolvia a transmissão simultânea dos mesmos conteúdos e das mesmas imagens por todo o país,

¹ Professora adjunto II do Departamento de Jornalismo da FACOM/ UFJF. Jornalista, mestre em Comunicação e Cultura (UnB), doutora em Comunicação Social (Umesp) com estágio doutoral na Columbia University. Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação, Identidade e Cidadania.

² A interligação via rede terrestre de microondas não atingia todo o território nacional. Até a década de 80, com a chegada do satélite, apenas as regiões sul, sudeste e parte do nordeste brasileiro possuíam

o que envolvia a difusão também imediata de informações, noticiosas e/ou “educativas”, em um raciocínio claramente desenvolvimentista, perspectiva defendida pelos ideólogos do regime militar. Nessa linha se tornou célebre a afirmação atribuída ao então presidente Emílio Garrastazu Médici de que, após um dia extenuante de trabalho, se sentia tranquilo quando assistia todas as noites ao Jornal Nacional. Afinal, como salientou Ester Hamburger à propósito das relações entre a TV e os telespectadores no Brasil, “Enquanto a segregação social, econômica e cultural segmenta e divide a sociedade brasileira, a televisão acena a possibilidade de conexão, mesmo que virtual” (1968, p.485).

Mas, se por um lado a (re)união do país em rede nacional de TV atendia aos interesses do governo militar e também do ainda incipiente mercado publicitário, por outro esse modelo de teledifusão reduziu os sotaques e sabores regionais então presentes nas emissoras de televisão espalhadas pelo país. Organizadas em redes nacionais, as emissoras brasileiras desde então se reúnem por meio de contratos de afiliação. Nessa estrutura a significativa maioria dos conteúdos veiculados ao longo da programação é produzida pela chamada "cabeça de rede" e reproduzido pelas emissoras afiliadas, que estendem o sinal da rede por diversos estados e municípios, garantindo o alcance nacional.

De acordo com esse modelo as emissoras de TV que tem contrato com determinada "Rede de TV" reproduzem simultaneamente a programação gerada, ocupando com sua produção (local ou regional), espaços que são determinados de acordo com o contrato de afiliação. A exigência de produção de material audiovisual local é prevista em lei, embora sua fiscalização em geral também fique apenas no papel.

interligação. Não por acaso é nessa região que há maior concentração populacional e também da renda nacional.

Geralmente a produção realizada pelas emissoras afiliadas tem caráter jornalístico ou integraria a categoria informação, na classificação estabelecida por Souza (2004).

Nessa perspectiva, a proposta nesse artigo é refletir sobre as possibilidades de veiculação e/ou construção de uma identidade de caráter regional em uma emissora de TV local, com destaque para seus telejornais. Localizada em Juiz de Fora, primeira cidade do interior a contar com uma estação de TV na América Latina, a pesquisa procura refletir sobre a identidade que a emissora afiliada da Rede Globo de Televisão, TV Panorama, busca forjar em sua programação e ainda analisar os laços de pertencimento que são tecidos por meio de seu discurso jornalístico. Este estudo se insere na pesquisa macro “Dramaturgia do Telejornalismo Regional: a estrutura narrativa das notícias em TV” na qual são analisadas as produções de duas emissoras de TV instaladas em Juiz de Fora, município da Zona da Mata mineira em que a questão da identidade também merece reflexões. Mas, se nossa temática transita pelos aspectos de representação e identidade, cabe esclarecer qual a perspectiva ou “pertencimento” teórico, que oferece referências à análise proposta.

Sobre Identidade e Diferença

De acordo com Stuart Hall (1999) é possível falar em três ou concepções de identidade a partir de três formas de compreender o sujeito, e o mundo. Assim, haveria de acordo com o autor as visões de identidade correspondentes aos sujeitos: do iluminismo, sociológico e pós-moderno.

O primeiro deles, o sujeito do Iluminismo seria marcado pela crença na racionalidade e na compreensão de indivíduos “centrado, unificado (...) cujo “centro” consistia num núcleo interior (...)O centro essencial do eu era a identidade de uma pessoa.” (HALL: 1999, pp.10-11). Com a complexificação do mundo emergiria o

sujeito sociológico, marcado pela perda de autonomia do indivíduo, frente ao mundo social. O sujeito e sua identidade seriam constituídos na relação com o outro, na mediação social de valores, sentidos e símbolos, nas trocas culturais. Caberia a identidade, de acordo com essa concepção, o papel de preencher o espaço entre os mundos pessoal e público ou entre interior e exterior, a costura ou “sutura” ao sujeito à estrutura social e cultural na qual sua vida se insere.

Finalmente o sujeito pós-moderno ou contemporâneo, como talvez prefiram alguns, tem como característica de destaque sua fragmentação, sendo sua(s) identidade(s) mais fluída, algumas vezes contraditória...multimídia, para fazer uma brincadeira com a questão dos suportes, e de seus usos em tempos de convergência midiática. Ao invés de ser determinada de forma biológica ou social a identidade desse sujeito é estabelecida historicamente, sendo possível assumir diferentes identidades ao longo do tempo.

“A identidade torna-se uma “celebração móvel”, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (...) à medida que os sistemas de significação se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiantes de identidades possíveis” (HALL: 1999, p.13).

O autor destaca o caráter de simplificação na tipologia proposta e se detém na questão da identidade cultural do “sujeito fragmentado” e em especial na análise da identidade nacional. As culturas nacionais seriam fontes de identidade cultural para os indivíduos na contemporaneidade, e uma das formas destes se definirem em relação aos outros. Hall ainda coloca em relevo a questão da representação, a partir da(s) qual(is) se construiriam os significados e valores, a própria idéia de nação.

E, ainda que se constituindo de acordo com Benedict Anderson como uma comunidade imaginada, a identidade nacional subordinaria as diferenças regionais e étnicas. No Brasil essa “narrativa da nação” seria construída especialmente a partir das emissões diárias das Redes de Televisão, de suas telenovelas e também telejornais. Na

telinha os brasileiros além celebrar as memórias do passado, de perpetuarem sua herança (cultural) também reforçariam seu “desejo de viver em conjunto”, ainda que via laço social feito à distância, para tomar emprestada imagem construída por Dominique Wolton ao propor uma teoria crítica da televisão (1996).

Nesse sentido a programação das emissoras de televisão distribuídas por todo o Brasil, ao compartilhar simultaneamente os mesmos sons e imagens, acabaria por se constituir no dispositivo discursivo descrito por Hall que “representa a diferença como unidade ou identidade” (1999, p.62).

O caráter de construção da identidade também é reforçado por Zygmunt Bauman segundo quem sua idéia não seria natural nem partiria apenas da experiência humana. Para o autor a identidade, especialmente em sua vertente versão nacional, teria surgido como ficção, e se consolidado via coerção e convencimento, para o qual concorreriam as emissões das emissoras de TV, mensageiras da ordem no modelo brasileiro de radiodifusão.

Mas se nascida da “crise do pertencimento” a identidade nacional poderia ser entendida como um grito de guerra, por outro lado,

“Uma comunidade nacional coesa sobrepondo-se ao agregado de indivíduos do Estado estava destinada a permanecer incompleta, mas eternamente precária – um projeto a exigir uma vigilância contínua, um esforço gigantesco e o emprego de boa dose de força a fim de assegurar que a exigência fosse ouvida e obedecida” (BAUMAN: 2005, p.27).

A relação entre a (con) formação da identidade e sua relação com a utilização de regras e sanções será retomada posteriormente nesse artigo, quando da análise da questão juizforana.

Assim como Hall, Bauman localiza na crise do identidade, ou de seu modelo unitário e/ou uniforme, a razão para suas buscas, em termos teóricos e práticos, na contemporaneidade. Sem as “âncoras sociais” que garantiriam sua naturalidade, a identificação ganharia importância para os indivíduos que passariam a buscá-la de

forma “desesperada”. Essa buscas seriam significativamente mediadas, acrescente-se, quer seja por meio das imagens e representados veiculados pela grande mídia, com destaque para o conteúdo jornalístico, quer pela criação de novos grupos e/ou espaços de circulação de mensagens “customizadas” no ciberespaço. Bauman destaca os riscos do caráter mediado dessa localização ou identificação:

“(…) os ‘grupos’ que os indivíduos destituídos pelas estruturas de referências ortodoxas “tentam encontrar ou estabelecer” hoje em dia tendem a ser eletronicamente mediados, frágeis “totalidades virtuais”, em que é fácil entrar e ser abandonados. (...) Não podem ser um substituto válido de “sentar-se a uma mesa, olhar o rosto das pessoas e ter uma conversa real”. Tampouco podem essas “comunidades virtuais” dar substância à identidade pessoal – a razão básica para procurá-las.” (BAUMAN: 2005, p.31).

O certo, de acordo com o autor é que em um mundo marcado pela velocidade, pela fragilidade da segurança e das oportunidades, denominado por ele de “modernidade líquida”, as identidades convencionais, que não permitiriam negociação, não teriam espaço nem pertencimento, esse um termo caro na sua discussão do tema.

Mas se a noção anterior de identidade, como tudo que é sólido, teria se “desmanchado no ar”, para usar a imagem proposta por Marx e Engels, o que poderia ser dito dessa(s) nova(s) identidade(s) e de sua construção? Bauman recusa a utilização com o quebra-cabeças como analogia, “apenas parcialmente esclarecedora” para descrever o processo de composição da identidade. Se no primeiro caso o destino final seria estabelecido à priori (muitas vezes acompanhado por uma ilustração do modelo “pronto”), sendo o processo de encaixe definido como uma tarefa “direcionada para o objetivo”, no caso da identidade o trabalho teria os meios como orientação. “Não se começa pela imagem final, mas por uma série de peças já obtidas ou que pareçam valer a pena ter, e então se tenta descobrir como é possível agrupá-las e reagrupá-las para montar imagens (quantas?) agradáveis. *Você está experimentando com o que tem.*(BAUMAN: 2005, p.55).

Nesse aspecto, se a proposta é refletir sobre a construção da identidade em Juiz de Fora, via telejornais, caberia perguntar sobre as imagens e peças que o cidadão dessa cidade da Zona da Mata mineira tem para se (re) construir como grupo, também via jornalismo.

Sobre Telejornalismo e Identidade em Juiz de Fora

Os percursos históricos do telejornalismo e das emissoras de televisão em Juiz de Fora registram aspectos interessantes no que diz respeito à construção da identidade, local, entre seus telespectadores, bem como sobre as relações de pertencimento que passam a se constituir em torno das emissões cotidianas de informação via telinha. Primeira emissora de televisão (com geração própria) do interior do país, a TV Industrial entra no ar em 24 de Julho de 1964, menos de quatro meses após o golpe militar cuja marcha partiu exatamente de Juiz de Fora.

Mas, diferente do que posteriormente foi estabelecido como modelo na chamada ideologia de segurança nacional que ofereceu suporte à “integração” do país via televisão, a emissora de TV juizforana nasce com a perspectiva de autonomia, de produção e veiculação de material próprio, desvinculado da programação gerada na capital de Minas Gerais, por exemplo.

“A TV Industrial foi a primeira e única emissora do sistema de tv aberta genuinamente local, já que as 12 horas de programação local diária que foram ao ar de 1964 a 1980 (ano em que a Tv foi vendida para a Rede Globo de Televisão) eram quase na totalidade produzidas pela própria emissora que não era filiada a nenhuma rede de tv nacional” (LINS, 2006, p.24).

Regina Gaio, editora do telejornal MGTV1^a Edição, veiculado pela TV Panorama (nome atual da emissora), também era a responsável pela edição do noticiário de maior longevidade da extinta TV Industrial. O telejornal *Imagem*, que foi ao ar de 1977 a 1980, calcula que cerca de 80% da programação da emissora era local e o 20% restantes eram ocupados com a veiculação de filmes. Apesar disso, ainda na fase “pioneira” da TV Industrial, Regina destaca a existência de influência das grandes emissoras.

Bastante crítica, Regina Gaio não credita ao telejornalismo as razões para o sucesso da emissora junto a seu público, para a criação dos primeiros laços de pertencimento entre emissora e público, que teriam sido forjados, em sua visão, graças à programas de auditórios e mesas de debates, “onde as pessoas se viam na TV”. A questão da visualidade é retomada pela editora como um provável motivo para justificar a falta de laços entre o telejornal e os cidadãos juizforanos, ou para a falta de uma identidade telejornalística na programação da TV Industrial já que, apesar de seu nome, o noticiário Imagem não veiculava outra imagem que não a de seu apresentador em estúdio. Esse tipo de produção jornalística, que também encontra correlato em emissoras de TV de capitais do Brasil, correspondeu ao que poderíamos denominar de fase radiofônica do telejornalismo. Mas em função das dificuldades operacionais e financeiras da emissora de TV juizforana, na região da Zona da Mata Mineira ele foi mais persistente.

Uma das alternativas construídas pela então equipe de jornalistas da emissora era a utilização de selos, via uso de cartões com desenho, ao lado do apresentador. Os selos mostravam o personagem símbolo da emissora, o Zé Marmita, em situações relacionadas à temática abordada nos textos apresentador: Esporte; Educação; Política etc. Filho do criador da emissora, Geraldo Mendes descreve a TV Industrial como uma emissora popular, daí a opção por seu personagem símbolo, em busca de uma identificação com o público alvo, imaginado pelos proprietários.

A TV Industrial encerrou suas atividades em 1980, quando o canal passou para a Rede Globo de Televisão, que mesmo abrindo espaço para um jornalismo local, provocou segundo Luiz Carlos Nazaré “muita reclamação”, pois as pessoas já não se viam mais, já que mais de 90% da programação não era da cidade. (LINS, 2006, p. 28).

Com a compra da TV Industrial pela Globo, a programação da emissora perdeu seu caráter local, agora restrito aos telejornais. E, apesar da manutenção do quadro de funcionários, os dirigentes vieram do Rio de Janeiro. Dentro da concepção de Rede, de

1980 a 1997 a geração de material na TV Globo Juiz de Fora³ (oficialmente emissora de propriedade de Flávia Marinho, neta do patriarca Roberto Marinho) restringiu-se a poucos minutos de jornalismo diário, à transmissão da Missa em seus estúdios e, algumas vezes, a eventuais especiais jornalísticos sobre cidade e região.

Com problemas financeiros, as Organizações Globo comercializam parte de suas emissoras localizadas no interior do país. Assim, em 2004 a TV Panorama foi vendida para o empresário mineiro Omar Resende Peres. Além da emissora de TV, Peres compra uma rádio FM e cria um jornal impresso; estava constituído o grupo regional OP.COM.

O jornalismo na TV Panorama tem como referência o modelo de telejornalismo da Rede Globo. Mais que isso a indicação, escolha do chefe de seu departamento de jornalismo está subordinado à aprovação da chamada “cabeça de rede”. Apesar disso, e que pesem as limitações reconhecidas no sistema de afiliação, e particularmente no caso das emissoras afiliadas da Rede Globo, a TV Panorama busca a ampliação de espaços identitários e de vínculos com seu público via telejornalismo. Além das edições do MGTV1^a e 2^a Edição, com apresentação local e veiculação de um mix de matérias que inclui material produzido pela TV Globo Minas e outras de suas afiliadas, a TV Panorama conta com outros dois programas jornalísticos: Panorama Revista (veiculado aos sábados) e Panorama Entrevista (exibido aos domingos).

Como no princípio, há a busca pelo popular em sua programação, pela constituição de vínculos mais próximos com seu público, reforçada especialmente no texto lido pelos apresentadores dos telejornais e no estabelecimento da pauta/ edição do telejornal. Desta forma, por exemplo, o telejornal começa sempre com uma matéria

³ Mais tarde, dentro da estratégia de regionalização da Rede Globo, a emissora passa a se chamar TV Panorama.

local, ainda que seja um material frio, sem grande relevância, em contraposição a outro produzido em outra localidade, como Belo Horizonte, capital do estado.

Além disso merece destaque a realização de campanhas pela emissora, que com frequência é personagem das narrativas veiculadas em seus telejornais, como abordamos em artigo anterior (COUTINHO, 2005).

Em busca do reconhecimento, da identificação, e do estabelecimento de laços de pertencimento com o público a emissora procura em suas matérias, telejornais, permitir que o juizforano se veja. Assim, uma condição *sine qua non* na receita da TV Panorama é a realização de, pelo menos, dois “Povo Fala” durante o MGTV 1ª Edição. Entre as fontes cujas entrevistas são veiculadas no programa, o grupo “Populares” tem destacada maioria em relação por exemplo a “Autoridades”; “Especialistas”; “Políticos etc.

A percepção e reconhecimento da Juizdeforaneidade

A reflexão sobre a identidade juizforana na redação desse artigo é acompanhada pela exposição da autora à campanha de comemoração dos 156 anos da cidade. O comercial veiculado nas emissoras de TV mostra imagens de seus pontos turísticos, de encontro e de personagens (re) conhecidos pela população, que repetem: “eu amo Juiz de Fora”. Como forma de celebrar o aniversário da cidade uma enquete promovida pelas Organizações Panorama de Comunicação(OP.com), a qual pertence a TV Panorama, vai revelar para os telespectadores juizforanos o símbolo que mais representa Juiz de Fora na opinião de seus cidadãos⁴.

Na tentativa de compreender o processo de constituição da identidade juizforana, e da própria concepção da cidade, que considera de fronteira geográfica e simbólica,

⁴Foi o editor responsável pela TV Panorama, Roberto Gonçalves, que chegou recentemente chegou à cidade (contratado por indicação da Rede Globo) que idealizou a promoção. A votação ocorreu na web (<http://www.ipanorama.com>) e foi encerrada no dia 31 de maio, aniversário da cidade, e os resultados conhecidos por meio do MGTV2ª Edição e do Jornal Panorama. Foram cinco opções de escolha: o

Christina Musse estabelece um percurso histórico de resgate. Em tese de doutorado ela salienta

“(…)diferenças concretas que marcaram a ocupação da região, diferenciando-a do restante do estado de Minas Gerais e, em especial, revelando como a cidade, por não ter compartilhado do sentimento barroco característico do período colonial mineiro, desta forma, se afastou daquilo que se convencionou chamar de discurso da “mineiridade”, que forja a sua narrativa, nos setecentos e oitocentos.” (MUSSE: 2006, p.46)

Nesse aspecto vale a pena ressaltar que o processo de ocupação e desenvolvimento em Juiz de Fora, assim como em toda a região da chamada Zona da Mata Mineira ocorre tardiamente. Historiadores como Carlos Alberto Hargreaves Botti justificam esse “atraso” em função dos primeiros “residentes”, a população indígena que habitava a região, serem especialmente agressivos, refratários às tentativas de “colonização”⁵. Desta forma os viajantes que partiam de São Sebastião do Rio de Janeiro em direção às terras do centro do ouro optavam por um caminho mais longo, que ficou conhecido como “Caminho Velho”.

A partir de uma perspectiva histórica, Musse ressalta ainda o interesse da coroa em manter um certo isolamento na região da Mata Mineira, como forma de “proteção” ao ouro existente então. Assim, apenas com o esgotamento do chamado ciclo da mineração é que a região onde se insere Juiz de Fora deixou de estar à margem do processo de desenvolvimento construído pelos portugueses. Esse percurso histórico guardaria para Musse, parte da identidade de Juiz de Fora como vila e cidade:

Se a Minas do ouro tem sua vida urbana ligada à exploração e à comercialização do metal, num período em que o Brasil ainda estava subjugado à Coroa portuguesa, Juiz de Fora terá, como vila do século XIX, história totalmente diferente, nascida sob um novo momento histórico, em que, ainda no Império, o Brasil buscava se constituir como Nação. (MUSSE: 2006, p.47).

É só com o esgotamento do ciclo do ouro que Juiz de Fora começa a se constituir, no processo de fixação de comunidades ao longo do rio Paraibuna onde

Calçadão da Rua Halfeld, o Cine-Theatro Central, o Parque Halfeld, o Museu Mariano Procópio e o Morro do Cristo.

desenvolviam atividades agrícolas. Christina Musse lembra em sua tese que todos os povoados agrícolas das chamadas Matas do Leste estavam então subordinados ao governo do Rio de Janeiro, “que doou sesmarias a seus funcionários e agregados imediatos” (2006, p.49). Talvez estejam aí os primeiros indicativos de construção na imagem juizforana da marca identitária, com viés pejorativo, de “cariocas do brejo”.

Nesse aspecto cabe refletir também a partir de autores como Tomaz Tadeu da Silva, para quem a produção social da identidade e da diferença passa pela questão da linguagem, e especialmente pela ação de denominar. Assim, para compreender melhor a identidade juizforana seria interessante resgatar o próprio nome da cidade.

Em uma visita ao Fórum da Cultura, um dos espaços de produção cultural e também de resgate da memória na cidade⁶, um de seus monitores apresenta duas versões sobre o nome Juiz de Fora. De acordo com uma delas a cidade teria esse nome uma vez que um magistrado de outra região viria ao local para julgar questões controversas; em outra, o suposto juiz teria sido “colocado para fora” por causa de uma conduta desabonadora, reprovada pelos habitantes de então.

Primeiro é interessante ressaltar que o nome da cidade foi estabelecido a partir de uma fazenda que pertenceu no passado a um “Juiz de Fora”, o senhor Bustamente e Sá, aposentado que comprou uma sesmaria do então secretário de governo de São Sebastião do Rio de Janeiro. A região ficou conhecida então como a Fazenda do Juiz de

⁵ Essa resistência à adoção dos modelos oferecidos será retomada posteriormente na análise da identidade juizforana.

⁶ O Fórum da Cultura pertence à Universidade Federal de Juiz de Fora e é constituído por um Museu de Arte Popular, uma Galeria e um Teatro. É no âmbito do Fórum que se organiza o Grupo Divulgação, que completa em 2006 40 anos de atividades de teatro amador, e ainda o Centro de Estudos Teatrais. O imóvel “é um casarão construído na década de 20 do século passado, e serviu como residência de importantes famílias de Juiz de Fora. O prédio já abrigou, também, a Faculdade de Direito nos anos 50 e, na década de 60, o primeiro gabinete do reitor da UFJF, o prof. Moacyr Borges de Mattos.” (www.ufjf.br). Em 1972 o casarão se tornou um centro cultural. Há oito anos o Fórum da Cultura é dirigido pelo professor da Faculdade de Comunicação José Luiz Ribeiro, que estabeleceu no local também um ambiente de monitoria acadêmica, com inserção de alunos na história do local, da cidade e ainda no projeto de ampliação do acesso aos bens culturais. Uma das vertentes dessa proposta são as visitas guiadas, que atendem escolas municipais e estaduais, públicas e privadas, e demais visitantes.

Fora. Apesar desse esclarecimento preliminar, a história do personagem que doou seu nome a cidade permaneceu envolta em mistério de acordo com Musse.

Não conseguimos identificar as razões pelas quais, durante mais de um século, ninguém tenha tomado a iniciativa de esclarecer o enigma, até que as pesquisas realizadas por Alexandre Miranda Delgado, nos arquivos da Torre do Tombo, em Portugal, na década de 1980, viessem a colocar um ponto final (ou mais algumas reticências...), nas estórias que tentavam dar conta da **origem da cidade**. Os documentos, reproduzidos na *Revista do Instituto Histórico e Geográfico de Juiz de Fora*, identificaram o personagem como um servidor da Coroa Portuguesa, que prestou serviços no Rio de Janeiro, no século XVIII. (2006, p.51).

Ainda de acordo com Alexandre Delgado o “juiz de fora” teria construído o prédio sede da Fazenda, que recebeu o título de seu cargo, e posteriormente vendido o terreno a seu genro. Mais tarde a fazenda e seu terreno teriam sido repassados ao comerciante Antônio Vidal e em poder de sua família estendido sua extensão territorial, pela compra de novas áreas, até 1812, quando a fazenda é vendida com cinco sesmarias para um coronel, Vida Barbosa.

Digressões históricas à parte, assim como Musse caberia perguntar o motivo do “culto ao mistério” envolvendo o nome da cidade, uma vez que grande parte de seus habitantes atualmente “ainda ignoram sua “verdadeira” origem e continuam a especular sobre ela” (MUSSE: 2006, p.53).

No âmbito desse texto, em diálogo com a proposta de análise das questões de identidade e diferença locais veiculadas e reforçadas via telejornais, insinua-se uma hipótese. Construir um passado “sólido” para essa cidade/história/identidade poderia ser uma limitação ao seu “auto-retrato” em que Juiz de Fora revela-se como uma região (pós)moderna, sem fronteiras e/ou pertencimentos que não possam se “desmanchar no ar”. Como hipótese ou indício essa perspectiva ainda necessitaria de confirmação, embora não seja essa a proposta desse texto.

À título de localização geográfica dessa cidade de fronteira, ou margem como prefere Musse, vale recorrer aos registros da enciclopédia livre da rede mundial de

computadores. Com uma latitude de 21° 45' S e longitude 43° 21', Juiz de Fora pertence à região da Zona da Mata Mineira, que polariza atualmente por meio da prestação de serviços de saúde, educação, comércio, entre outros. Fundada como vila em 1850 a cidade tem uma altitude de 696 metros, uma área de 442,9 km² e 450 288 habitantes (densidade: 312,1 h/km²). Seu PIB per capita é de 6,2 mil reais e Juiz de Fora possui uma das mais altas expectativas de vida do Brasil se constituindo como “um importante centro regional cultural, sendo a única cidade de sua microregião a ter cinemas, teatros, casas noturnas e outros locais de entretenimento funcionais” (http://pt.wikipedia.org/wiki/Juiz_de_Fora).

Mas, se a localização geo-econômica pode ser definida com a clareza e precisão dos números, a(s) identidade(s) cultural(is) de Juiz de Fora e a percepção e sentimento de pertencimento de seus habitantes têm um caráter mais fluído, e de construção histórica. Aliás, se a produção de identidade é um processo que tem um caráter de diferenciação, que pressupõe a existência de um Outro, talvez seja ainda mais correto afirmar que a identidade de Juiz de Fora ou juizdeforaneidade se forja a partir de sua relação de oposição, diferença, em relação à Belo Horizonte, capital do estado.

Assim, a cidade que já foi o centro mais importante de Minas Gerais, no período em que era (re)conhecida como a "Manchester Mineira", guarda um sentimento de estranhamento com a capital, e especialmente com o modelo de estado que foi conformado, excluindo o município do lugar de relevância e destaque até então conquistado. Se Juiz de Fora já foi conhecida como a “Europa dos Pobres”, e depois teria se tornado referência cultural pelas letras de Murilo Mendes, Pedro Nava, Afonso Romano de Sant’anna, Rubem Fonseca, a capital mineira, de acordo com as lentes dos juizforanos ainda teria a marca do Barraco, seria “Grande Sertão Veredas”, como definiu o professor e dramaturgo José Luiz Ribeiro.

E se Juiz de Fora é uma cidade (pós)moderna um interessante indicativo para avaliar a percepção e o reconhecimento de sua identidade poderia ser a existência de comunidades virtuais relacionadas ao município e/ou seus habitantes. No site de relacionamentos Orkut havia no final de maio de 2006, 698 comunidades localizadas a partir do nome “Juiz de Fora”. Entre elas registra-se a curiosa “Sou de Fora em Juiz de Fora”, que agrega moradores que apesar de não serem naturais da cidade buscam sua inserção e/ou pertencimento (5106 cadastrados) e ainda aquelas que reforçam a ligação da cidade com outros municípios (Rio de Janeiro, Cabo Frio, Piúma) ou que tentam conformar sua identificação com o Estado, como no grupo “Juiz de Fora é Minas”.

Essa última comunidade, de adesão bem restrita contrasta com a forte oposição percebida pelos habitantes que, em oposição ao conservadorismo da capital destacam em Juiz de Fora o respeito à diferença.

“Desde o advento da Lei 9791, a Lei Rosa, que projetou positivamente a nossa política pública de respeito à diferença para todo o território nacional, vimos experimentando uma série de conquistas no campo do reconhecimento e da afirmação dos direitos iguais para todos os iguais” (SILVA, 2006).

A citação acima integra um artigo disponível na página do MGM, Movimento Gay de Minas, organização não governamental criada em 2000 “para combater a homofobia - o ódio e intolerância contra gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros (GLBTs)”. Sua sede se localiza em Juiz de Fora, localização que pode ser compreendida como oposição/ diferença ao modelo da capital Belo Horizonte (que abriga o Movimento Machão de Minas). A análise sobre a representação e identificação no que se refere ao movimento gay em Juiz de Fora mereceu destaque em artigo apresentado no Intercom 2006 (Coutinho, 2006).

Conclusões

Na tentativa de finalizar parte das discussões realizadas neste artigo cabe destacar a atribuição do nome da primeira emissora local em Juiz de Fora com a própria identidade da cidade da Zona da Mata de Minas Gerais. Afinal, surgida em meados da década de 1960, a TV Industrial busca reforçar e/ou recompor a identidade da Manchester Mineira, que vinha sofrendo com um quadro de recessão, fechamento de fábricas...Não sem motivo o personagem símbolo da emissora busca o diálogo com uma população, público, que na visão dos primeiros proprietários da emissora seria essencialmente operário, daí o “Zé Marmita”.

Ao inserir em sua programação, especialmente nos telejornais, imagens do juizforano comum, de entrevistados que estão nas ruas, prontos a dar sua opinião e Ter sua imagem multiplicada, a emissora busca reconstruir sua marca local, de realização do que denominou-se de jornalismo de proximidade. Afinal, como descreveu Francisco Rui Cádima, "O paradoxo da escrita em televisão, está no fato de as imagens, além dessa relação unívoca, serem também cúmplices de quem as olha”.

Outorgado ao espectador/ entrevistado o “direito de observação” descrito por Cádima, e de participação, complete-se, é possível compreender que o discurso da TV Panorama, como das demais mídias, guarda em si as estratégias de dominação e o conjunto de práticas que (con)formam uma identidade particular. Seja ela experimentada de forma concreta, seja via mediação dos telejornais locais, detentores de um “valor de verdade”, para utilizar uma expressão de Foucault, a(s) identidade(s) juizforana(s) se constrói (em) a cada nova edição, encontro catódico.

Referências bibliográficas

COUTINHO, Iluska. *Dramaturgia do telejornalismo brasileiro: a estrutura narrativa das notícias em TV*. Tese de Doutorado em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2003.

_____. *Celebração no telejornalismo local: A festa de N. Sra. Aparecida na TV em Juiz de Fora*. Celacom 2005. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco, 2005. CD'Rom

_____. *Emissoras comerciais de TV e a promessa do Jornalismo Público*. III Encontro SBPJor. Florianópolis: UFSC, 2005.

_____. *Telejornalismo e Identidade em Juiz de Fora: a (re) afirmação da diferença na cobertura do Miss Brasil Gay*. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasília: UnB e Intercom, 2006. CD'Rom.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.

GLEISER, Luiz. *Além da notícia: o Jornal Nacional e a televisão brasileira*. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: UFRJ, 1983. 84p.

HALL, Stuart. *Identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HAMBURGUER, Ester. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea (vol.IV)/ coordenação geral da produção Fernando A Novais; org. do volume Lilia Moritz Schwarz – São Paulo: Companhia das Letras, 1988. p.438-485*

MARTIN-BARBERO, Jesús, GERMAN-REY, Tradução de Jacob Gorender. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac, 2001. 182p

MUSSE, Christina Ferraz. *Imprensa, cultura e imaginário urbano: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora*. Tese de Doutorado. Escola de Comunicação da UFRJ. Rio de Janeiro, 2006.

SOUZA, José Aronchi de. *Gêneros na televisão brasileira*. São Paulo: Summus, 2004.

SILVA, José Augusto da. *Agosto: Identidade na diversidade*. Disponível em: <http://www.mgm.org.br/artigos/agosto.htm>. Acesso em 20/05/2006.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 4ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público - uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.

A construção do sentido simbiótico entre o Jornal Nacional e William Bonner

Sean Hagen ¹

Resumo: A simbiose na construção da imagem do Jornal Nacional e do apresentador e editor-chefe William Bonner é o centro desse artigo. Esse movimento desvela um movimento sutil na construção do mito da excelência profissional, engendrado por jornalistas da imprensa diária, de revistas e sites de informação. Através de pressupostos da análise do discurso, ressalta-se como a linguagem consegue acionar estruturas míticas na construção da notícia, abrindo espaço para a subjetivação nos processos jornalísticos.

Palavras-chave: jornalismo; discurso; Jornal Nacional; apresentador; mídia

William Bonner é o Jornal Nacional ou o Jornal Nacional é William Bonner? Essa indistinção de papéis é uma recorrente indagação presente na mídia nos últimos anos. Desde 1999, quando assumiu como editor-chefe do mais paradigmático telejornal brasileiro – ou mais precisamente, quando dividiu a bancada com Fátima Bernardes², em 1998, sua mulher e mãe dos filhos trigêmeos –, o talento e o sucesso de William Bonner vêm sendo construídos na mídia com contornos épicos, imputando uma trajetória mítica de excepcionalidade à função do jornalista.

Esse é um movimento que não está presente na bancada do Jornal Nacional, mas fora dela. No espaço circunscrito do Jornal Nacional – JN –, Bonner exerce o papel tradicional que se espera de um apresentador. Mas é através do olhar dos pares – os jornalistas da imprensa, revistas e sites de informação – que Bonner tem a imagem mitificada, como se tivesse algo especial para “merecer” estar à frente do mais antigo e paradigmático telejornal do país, o informativo com as maiores verbas do mercado publicitário.

O sentido que se encontra recorrentemente na mídia de que o talento de Bonner está imbricado com o poder emanado do Jornal Nacional decorre da premissa de que a imagem do

¹ Jornalista, mestre em Comunicação e Informação pela UFRGS e doutorando do PPGCOM/UFRGS.

² Este é um recorte da dissertação de mestrado “De apresentadores a modelo: a construção da imagem de Fátima Bernardes e William Bonner como mito de perfeição” (2004). Apesar de ser difícil não vê-los como um casal,

apresentador e do JN são indissociáveis: ele é o telejornal e o telejornal também é constitutivo dele. Pelo sentido trabalhado pelos jornalistas, só os muito talentosos chegam ao JN, fato que cria uma aura de talento em seus apresentadores automaticamente.

- Quando a câmera focaliza o rosto dos apresentadores, é evidente a serenidade com que Fátima e William comandam o “JN”. Na correria, eles controlam tudo com a segurança de quem sabe o que faz. Na hora de falar de tragédias ou alegrias, não perdem a linha. É mais que talento; é competência. Trabalho duro. Sucesso é só consequência (MARINELLI, 2002, Criativa, grifo nosso).

A descrição de Bonner nessa seqüência discursiva é mais do que significativa: coloca o apresentador em um patamar único. Deixando-se de lado as particularidades de cada estilo de apresentação, o que a repórter descreve é o dia-a-dia em uma redação de TV. O que ela glorifica como “talento, sucesso, competência e trabalho duro” também se encontra em outras redações, com outros apresentadores e editores-chefe, mas com condições de trabalho menos favoráveis do que se tem na Globo. A repórter não está falando simplesmente de talento, mas do mito em torno do talento que é trabalhar no principal telejornal do país e da construção da singular imagem profissional de Bonner, que passa, inevitavelmente, pela imagem do JN.

O poder desse mito³ é, como de todo mito, inconsciente e emocional. No mesmo nível em que é odiado e criticado, o Jornal Nacional é visto e copiado⁴, criando uma sinergia no campo do telejornalismo difícil de definir. Em uma entrevista em que fala exclusivamente da imprensa, o jornalista Sebastião Nery cita, justamente, o Jornal Nacional e Bonner quando se refere ao poder do campo do jornalismo. “[...] imagina se você ligar no Jornal Nacional, por exemplo, e o William Bonner disser que o Dom Eugênio Salles está dando pastel, faz uma fila de Copacabana até a porta do palácio para comer o pastel do Dom Eugênio” (SEBASTIÃO..., [2004]). Nery não fala

optei por abordar no artigo apenas a imagem de William Bonner – sem prejuízo às conclusões a que cheguei –, mesmo que em alguns momentos ele seja citado junto com a mulher.

3 “[...] a principal função do mito consiste em revelar os modelos exemplares de todos os ritos e atividades humanas significativas: tanto a alimentação ou o casamento, quanto o trabalho, a educação, a arte ou a sabedoria” (ELIADE, 1994, p. 13). O mito constitui-se como um modelo vivo de conduta, “conferindo, por isso mesmo, significação e valor à existência” (ELIADE, 1994, p. 8). Mas também pode ser mais do que um modelo, pode encarnar uma força harmonizadora: “A função máxima de todo o mito e ritual, por isso, sempre foi, e certamente terá que continuar a ser, inserir o indivíduo, tanto emocional quanto intelectualmente, na organização local” (CAMPBELL, 2003, p. 376).

apenas do JN ou de Bonner: fala dos dois como se fossem um, indissociáveis, gerando um poder capaz de transformar de imediato a vida das pessoas.

Ao mesmo tempo em que esse poder é imputado a Bonner, temos um apresentador que se imputa esse poder – como nesta seqüência, ao receber no JN o então presidente eleito, Luiz Inácio Lula da Silva:

- Eu lhe agradeço em nome dos profissionais da Globo e de todos os brasileiros essa deferência especial de nos visitar no seu primeiro dia como presidente eleito” (BONNER apud CROITOR, 2002, Folha de São Paulo, grifo meu).

Bonner enceta dois movimentos: primeiro, transforma a Globo em um “patrimônio nacional” ao supor que a Rede representa “todos os brasileiros”; segundo, ao usar o pronome “eu” e o verbo no singular, chama para si o direito de representar/ser a própria Rede Globo e, pela lógica engendrada, uma representação de “todos os brasileiros”. Esse é um sentido que Bonner constrói e a mídia reproduz. Mesmo quando há alguma crítica, o sentido geral é de que ele é um profissional único, que, pela posição que ocupa e pelo talento que tem como jornalista, pode representar a Globo e os brasileiros.

É a linguagem que torna possível esse movimento de indistinção entre os limites do Jornal Nacional e de William Bonner, ao assumir um papel preponderante na condução e manipulação dos símbolos encontrados no lugar de onde os jornalistas pretendem falar. Unindo o que lhe é exterior, ao mesmo tempo em que impregnado de subjetividades culturais, o discurso jornalístico não pode ser entendido apenas como emissor de mensagens, mas também como produtor de sentidos. “[...] os sentidos não estão só nas palavras, textos, mas na relação com a exterioridade, nas condições em que são produzidos e que não dependem só das intenções dos sujeitos” (ORLANDI, 2001, p. 30). Hegemonicamente, tenta-se matar o subjetivo em nome da objetividade nas redações. Busca-se a realidade, quando só é possível tocar o real⁵. Ao buscar a objetividade

4 O novo Jornal da Record, que estreou em 2006 sem a presença de Boris Casoy, não fez questão de esconder que é uma cópia do JN na formatação e abordagem das notícias. Tanto o casal de apresentadores, quanto grande parte dos repórteres, editores e equipe técnica são ex-integrantes do JN.

5 Segundo Laplatine e Trindade, “o real é a interpretação que os homens atribuem à realidade. O real existe a partir das idéias, dos signos e dos símbolos que são atribuídos à realidade percebida” (2003, p. 12).

positivista, o jornalista persegue uma completude que nunca poderá alcançar, mesmo que trabalhe com a pretensão de oferecer a plenitude em forma de notícias – a crença de que captou e processou todos os principais fatos jornalísticos do dia. Essa é uma perspectiva ilusória, já que o profissional, sob a aparência de unicidade, assume variadas posições dependendo do lugar de onde fala. A posição que o sujeito ocupa e permite a ele determinar o que pode e deve ser dito demonstra que este “sujeito” nada mais é do que uma posição vazia, ocupada por diferentes indivíduos que dali se colocam para enunciar. A análise do discurso chama de dispersão esse movimento que atravessa e constitui o discurso. “Descrever uma formulação enquanto enunciado não consiste em analisar as relações entre o autor e o que ele diz (ou quis dizer, ou disse sem querer); mas em determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito” (FOUCAULT, 1995, p. 109). A movimentação do indivíduo entre várias posições de sujeito – jornalista, cidadão, eleitor, telespectador ou fã – só não gera uma “quebra de identidade” porque é um processo essencialmente inconsciente.

A dispersão, em que o indivíduo é cindido em diversos sujeitos, é a chave do discurso para Foucault; para compreender um discurso, é preciso localizar, perceber, enxergar esses elementos nem sempre compatíveis entre si, difíceis de classificar, mas que aparecem com regularidade em sua estruturação. É essa regularidade que permite que se aponte como os jornalistas, não conseguindo sufocar a posição de fãs e admiradores, constroem uma imagem de excepcionalidade quando narram a trajetória de William Bonner. Entre a liberdade de escolha e os caminhos já trilhados, o sujeito se move e se significa.

A condição da linguagem é a incompletude. Nem sujeitos nem sentidos estão completos, já feitos, constituídos definitivamente. Constituem-se e funcionam sob o modo do entremeio, da relação, da falta, do movimento. Essa incompletude atesta a abertura do simbólico, pois a falta é também o lugar do possível (ORLANDI, 2001, p. 52).

É pela abertura ao simbólico, quando dividem uma mesma cultura, os mesmos mitos que se estabelece a alteridade, que é a capacidade de se colocar no lugar do outro. Sempre há um olhar voltado para o interior – eu – e outro para o exterior – tu –, e é justamente nessa reversibilidade

que o dizer se estabelece (ORLANDI, 1988). É o que faz o jornalista acreditar que “conhece” seu público, já que “[...] se pode falar de outros para falar de si, pode-se falar de si para falar de outros e pode-se falar de si para falar de si” (ORLANDI, 1988, p. 15). Na mídia, a reversibilidade embaralha fronteiras e impossibilita o reconhecimento exato de qual das três possibilidades está atuando, o que reforça a proposição de que o jornalista espera uma interação com o público, da mesma forma que o público, usando da reversibilidade, reconhece o que é notícia⁶ e como ela deve ser apresentada: “as notícias devem ser encaradas como o resultado de um processo de interação social. As notícias são uma construção social onde a *natureza da realidade é uma das condições*” (TRAQUINA, 2001, p. 122, grifo meu).

A espiral de repetições⁷ que o mito carrega através da linguagem ajuda os sujeitos – jornalistas e público – a formarem as “bibliotecas mentais” em que encontram seus modelos de identificação. A isso podemos chamar de ressonância, a sensação de termos escrito ou lido as mesmas histórias repetidas vezes (BIRD; DARDENNE, 1993, p. 268). Na análise do discurso, o efeito de “reprodução do mesmo” é definido como paráfrase, e consiste no ato de repetir o sentido primeiro do enunciado. A sutileza da paráfrase, no entanto, vai mais longe: o saber que ela aparentemente “autoriza” propicia, àquele que se utiliza dela, pleitear o status de um enunciador com domínio dos signos. É impossível deixar de lembrar que os jornalistas, ao trabalharem com a construção das notícias, tornam-se “mestres” no uso da paráfrase, reiterando sentidos que surgem recorrentemente no seu dia-a-dia. Em um primeiro momento, a paráfrase pode fazer pensar em uma “repetição” aprisionadora, que não consegue desenredar-se de seu próprio eixo, já que atua como uma “matriz do sentido” (ORLANDI, 2001, p. 38). É na sua antítese, a polissemia, que acontece a ruptura dos processos de significação, causando deslocamentos e equívocos. “É nesse

6 Filio-me à teoria construcionista quando trato das mediações jornalísticas. Esta teoria indica que é preciso dissolver tensões e harmonizar dualidades dentro da redação para se chegar à notícia, em uma negociação constante entre diversos agentes sociais. Pelo construcionismo, as rotinas de trabalho sistematizadas e a biblioteca de modelos noticiosos em que o repórter sempre encontra uma forma predefinida para contar suas histórias permitem que os jornalistas transitem com maior segurança em um lugar de embate constante entre a liberdade, o rotineiro, o tempo e os custos de produção (TRAQUINA, 2001). Essa visão também abarca as fontes noticiosas e os demais jornalistas, proporcionando uma visão do grupo como categoria.

jogo entre paráfrase e polissemia, entre o mesmo e o diferente, entre o já-dito e o a se dizer que os sujeitos e os sentidos se movimentam, fazem seus percursos, (se) significam” (ORLANDI, 2001, p. 36).

É preciso ressaltar o valor do silêncio, não com a acepção de ausência de palavras ou sons, mas constitutivo de sentido, espaço da história, da significação da linguagem: um silêncio fundador de sentidos. O silêncio permite que sentidos sejam apagados para que outros sejam expressos, possibilitando dizer também através do que não foi dito (ORLANDI, 1997, p. 76) em uma dada formação discursiva. Ou seja, para uma formação específica significar, certas palavras não devem ser ditas, devem ser apagadas; para fazer sentido, o sujeito precisa, então, do silêncio, que está em consonância com a polissemia: quanto “[...] mais se diz, mais o silêncio se instala, mais os sentidos se tornam possíveis e mais se tem ainda a dizer” (idem, p. 71).

Excepcionalidade épica

É pela linguagem, espaço dos mitos e sentidos jornalísticos, que William Bonner assume um lugar único na mídia. A imagem do profissional com características únicas – como se o que faz não fosse inerente ao campo jornalístico – materializou-se em duas mudanças fundamentais que o Jornal Nacional passou nos últimos anos e que, conseqüentemente, amplificaram o poder do mito: a saída da dupla Moreira/Chapelin⁸ e a ascensão de Bonner a editor-chefe e apresentador.

- Em fato inédito na história do Jornal Nacional, William Bonner acumula as funções de apresentador e editor-chefe, muda linha e melhora a audiência (ROSALEM, 1999, IstoÉ Gente, grifo meu).

Ao assumir o JN e implantar a sua sistemática de trabalho, Bonner tornou-se uma referência na mídia, um modelo a ser espelhado:

- Mônica Waldvogel deixa claro como é *árdua a luta do profissional forjado numa máquina de refazer e disfarçar mazelas, como a Globo*, repleta de salas de maquiagem, retoques, ilhas de

7 O mito é composto de várias camadas sobrepostas, em que as variações em sua narrativa ajudam a fornecer um modelo lógico para resolver uma contradição. “O mito se desenvolverá como em espiral, até que o impulso intelectual que o produziu seja esgotado” (LÉVI-STRAUSS, 1996, p. 264-265).

8 Cid Moreira e Sérgio Chapelin atuaram como apresentadores/narradores de 1972 a 1996, ano em que a Globo estrategicamente substituiu por jornalistas os apresentadores identificados com uma imagem governista. Os dois saíram com um alto índice de credibilidade e identificação com o público.

edição e videoteipes, diante da crueza do tempo real, onde o brilho tem de ser fruto da própria imperfeição, onde a possibilidade de erro é parte importante do roteiro e *onde não há um William Bonner para amparar uma derrapada...* (LIMA, 2002, Revista Trip, grifo meu).

Essa seqüência, apesar da indistinção entre a fala do repórter e de Waldvogel, confere a Bonner um poder sem igual. Frente à descrição das mazelas do telejornalismo, às pressões e aos constrangimentos, Bonner é o único capaz de “amparar uma derrapada”. Essa visão mítica está baseada no talento de um profissional que se tornou um ícone dentro do jornalismo: Bonner já extrapola o próprio Jornal Nacional e é construído como singular. E é descrito na mídia com alguém que “subiu” muito rápido, provando um talento precoce, inerente ao sujeito.

- [...] Bonner começou na televisão em 1985, apresentando telejornais da Rede Bandeirantes. *Um ano depois da estréia já era chamado para a Globo [...]* (VELLOSO, 2002, Revista Época, grifo meu).

Ser rapidamente escolhido pela Globo atestaria, aqui, um talento extraordinário, um “chamado” feito a poucos. Esse sentido também é exercitado por Bonner:

- [...] não cheguei a chefia do “JN” *pedindo cargo* e, sim, porque *meus superiores hierárquicos queriam* (BONNER apud TEIXEIRA, 2001, NA, no formato da notícia, grifo meu).

A acepção que Bonner dá a esse fato é a de reconhecimento: ele foi chamado a desempenhar uma tarefa e aceitou o desafio; submete-se à hierarquia, mas amparado pelo talento. É o sentido de ser o único capaz de tomar decisões certas sobre o JN que diferencia o poder hierárquico do poder emanado do talento – que Bonner credita a si mesmo e também recebe da mídia.

- Longe da emissora, Bonner continua atento à tevê. Assiste ao JN mesmo nos dias de folga (ROSALEM, 1999, IstoÉ Gente)
- Fico mais nervoso porque, em casa, não posso tomar decisões [sobre o JN] (BONNER apud ROSALEM, 1999, IstoÉ Gente).

No site do Jornal Nacional, uma citação de Bonner dá o tom da grandeza épica que ele tem nas mãos.

- O “Jornal Nacional” é produto do *esforço* e do *talento* de *centenas de profissionais no Brasil inteiro e nos nossos escritórios do exterior*. Essas pessoas têm o *compromisso* de mostrar aos *brasileiros* aquilo que de *mais importante* aconteceu naquele dia, no nosso país e no mundo. *Coordenar tanta gente* para cumprir esse compromisso é um *trabalho imenso e delicioso* (BONNER, 2006, grifo meu)

O sentido de grandeza presente na função de editor-chefe do JN é inequívoco nesta fala: os números são superlativos, a abrangência é mundial e um compromisso se firma com milhões de brasileiros. E apenas um homem coordena tudo isso: William Bonner. Mas mesmo o herói que lidera essa epopéia não está livre das privações, algo que glorifica ainda mais a grandeza dessa tarefa:

- William, porém, *enfrentou uma barra* em 1999, logo que assumiu o “JN”. Debaixo de *forte pressão* nos três primeiros meses, que ele atribui a uma *conjugação de vaidades feridas pela sua escolha*, pensou em desistir (ARAÚJO, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

O talento de Bonner ganhou a noção de unanimidade com as entrevistas no Jornal Nacional e os debates a presidente em 2002, quando ocupou espaços na mídia até então impensáveis. Em uma crônica de Luis Fernando Verissimo intitulada “Bonner para presidente” (2002, e-mail [Estadão]), o escritor diz que algo aconteceu na noite em que Ciro Gomes, o mais fotogênico dos candidatos daquele ano, foi entrevistado:

- [...] pode ter iniciado um movimento: *William Bonner para presidente* – se a Fátima concordar em ser sua vice. Eu sei, eu sei, não dá mais tempo de registrar a chapa e, mesmo, quem iria cuidar dos gêmeos? Mas *os dois foram muito bem e o Bonner foi tão expansivo* que o Ciro Gomes teria razão em reclamar tempo igual (idem, grifo meu).

José Simão, colunista de televisão da Folha de São Paulo, também fala da “vitória” do apresentador sobre o candidato, e amplifica ainda mais as qualidades de Bonner quando ressalta que ele vai além da leitura do teleprompter: ele “fala” – pensa.

- E ontem eu vi o Ciro Gomes no Jornal Tucanal! E vou lançar: *William Bonner pra presidente!* [...] *Ele sabe mais que o candidato, é mais informado que o candidato e fala mais que o candidato.* Pegou dengue verborrágica!. Mas como disse o outro: *pelo menos a gente ficou sabendo que o Bonner também fala, não só lê* (SIMÃO, 2002a, Folha de São Paulo, grifo meu).

Confortável com a posição que ocupa, Bonner está habilitado a enunciar do espaço do talento: quando dá entrevistas, a imagem que constrói é da excelência profissional, com o movimento de repetição perpetuando os sentidos que alimentam o mito do profissional “de excelência”. Atraída pela materialização verbal dessa qualidade, a mídia não se furta em

reproduzir os elogios com que a imagem do talento e profissionalismo de William Bonner é construída.

Diferentemente da fama, em que notoriedade é moeda corrente, o sucesso decorre do esforço pessoal e está ligado ao trabalho e ao talento. Para os especialistas em psicologia do trabalho, a fama não deveria servir como parâmetro para a realização de uma carreira profissional plena. “Isso é um erro, pois, nesse caso, apenas a ilusão do glamour é levada em conta, enquanto a dedicação e o esforço necessários para a construção de uma carreira não são cogitados” (LIMA apud AVELINO, 2004). A construção da imagem de Bonner reitera o sentido de que o sucesso merecido o levou à fama, mas sem prejudicar os ideais da profissão, como se observa nestas seqüências:

- [...] [Bonner e Bernardes] não têm ou não demonstram a mínima ponta de arrogância (FÁTIMA..., 1999, Caras)
- Acostumada com a seriedade de Bonner no comando do telejornal, Viviane se *surpreendeu com sua espontaneidade e simplicidade* (SUASSUNA, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu)

É com esse verniz que se constrói a imagem do sucesso profissional de Bonner. Derrubada a barreira da soberba que o senso comum espera das figuras da mídia que ocupam o mesmo espaço que o apresentador – atores de TV, celebridades, cantores e jogadores –, resta uma incessante abordagem elogiosa do profissional. Esse sucesso pode ser resumido por duas capas da mesma revista, publicadas em um espaço pouco maior do que um mês. Na edição *on line* da IstoÉ Gente de 28 de outubro de 2002, uma chamada de capa destaca Bonner com a cartola “Sucesso”, seguida da manchete “William Bonner: a nova cara do jornalismo da Globo (SUCESSO..., 2002, IstoÉ Gente [capa]). A reportagem faz um grande elogio à postura da Rede Globo nas eleições presidenciais e traz Bonner como sua peça fundamental. O enfoque é Bonner como o profissional melhor qualificado e preparado para mediar o último debate presidencial.

- O *consistente preparo*, diz Bonner, garantiu-lhe *uma postura segura* no primeiro debate, o que acabou rendendo *elogios à sua atuação* (COEHN, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

A indeterminação de vozes imbrica os auto-elogios do apresentador com os da repórter e toda a reportagem apresenta a mesma indeterminação, em um movimento de aceitação e submissão.

- O público, no entanto, gostou da firmeza de Bonner, como ele pôde comprovar numa recente ida a um shopping, no rio. A todo momento, ouvia cumprimentos sobre a sua performance (COEHN, 2002, IstoÉ Gente).

Coehn assina a reportagem, que poderia também ser assinada por Bonner; o texto permite que o apresentador ressalte suas qualidades, sem a arrogância de um auto-elogio. Isso só acontece no encerramento, quando, reiterando o que aconteceu ao longo da reportagem, é Bonner quem dá a última palavra⁹.

- *Nada se compara a esse momento crucial da história da democracia e do País. Hoje, ouvindo rádio, só se fala no debate, que terá um único jornalista. E serei eu* (BONNER apud COHEN, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

O peso da responsabilidade sem igual que Bonner se auto-imputa parece ter contaminado a repórter, que deixou de lá as técnicas que visam a objetividade jornalística em favor da visão comprometida de uma fã; pelo sentido de sucesso sem igual presente com a mesma intensidade na fala final de Bonner e em todo o texto, depreende-se que a reportagem foi construída “de trás para frente”, tendo a acepção de o “único jornalista em todo o país a mediar o debate presidencial” se imposto como o sentido preferencial.

Em dezembro de 2002, em uma edição da revista IstoÉ Gente, Bonner voltou a ser o enfoque principal, mas agora com uma honra ainda maior: foi considerado a personalidade do ano¹⁰. O tom de reverência ao apresentador do Jornal Nacional e mediador do mais aclamado debate presidencial na TV pós-ditadura já estava presente na reportagem de outubro de 2002, e estampar um novo perfil na mesma revista em tão pouco tempo só aumentou o sentido de sucesso.

9 O encerramento para as revistas tem um peso equivalente ao lead. Ao fechar com uma citação do entrevistado, o repórter cede à fonte a idéia geral da reportagem.

10 Bonner não é apenas a personalidade do ano, mas quem estampou a capa comemorativa dos 30 anos da editora, como diz o editorial: “Cada um dos nossos números tem uma dedicação particular, mas este é ainda mais especial. Ele marca a comemoração dos 30 anos da Editora Três [...]” (SUASSUNA, 2002b, IstoÉ Gente, grifo meu). O sucesso de Bonner está no campo do superlativo, em que, se uma personalidade tem êxito, ela consegue adicionar algo ainda maior a esse campo.

A foto da capa é um “3X4”, em que Bonner está descontraído, com um largo sorriso no rosto, diferente do aspecto cerimonioso com que costuma apresentar o Jornal Nacional; mostra uma jovialidade que contrasta com o fundo negro e a luz dura, tradicionais em retratos de “homens de sucesso”. Não transmite autoridade, mas simpatia, longe do jornalista sisudo e incisivo que comandou o debate às eleições. Essa exposição pouco usual de um Bonner leve e menos distante do público é o direcionamento da reportagem. As fotos das sete páginas de texto são “pessoais”, tiradas na casa de Bonner: no jardim, brincando com as crianças, na biblioteca e com a mulher. Três quartos do texto privilegiam o foro íntimo em oposição à abordagem profissional. O sentido de “novo”, presente no perfil anterior da IstoÉ Gente, é retomado como “renovação”. A mesma acepção é usada na linha de apoio:

- O apresentador *renovou o jornalismo da Globo* ao fazer entrevistas polêmicas com os candidatos à Presidência no “Jornal Nacional” e conduzir o debate que encerrou a campanha eleitoral (ARAÚJO, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

Essa é a idéia do sucesso imputada a Bonner: apesar da presença de centenas de profissionais trabalhando com as melhores condições, os melhores salários, em inúmeros programas, na mais prestigiada rede de TV do país, é Bonner quem, sozinho, “renova o jornalismo da Globo”. O tom do texto anterior, de trabalho coletivo intrínseco à TV, desaparece, eliminando a idéia de que o sucesso, principalmente em televisão, é um constructo coletivo. Aqui, todos os sentidos se fecham e convergem para a glorificação do “sobre-humano”, do ser mitológico que chega aonde nenhum outro chegou.

- Ele foi o *único jornalista* a participar do debate que encerrou o segundo turno da disputa presidencial de 2002, *transformou-se no principal nome da imprensa* durante a campanha, quando entrevistou os quatro principais candidatos no “Jornal Nacional” [...] (ARAÚJO, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

Bonner está na categoria dos heróis: aceita o desafio/sacrifício para manter/restabelecer a ordem das coisas e segue em uma jornada “solitária”, cumprido o destino que lhe cabe. “O objetivo moral é o de salvar um povo, uma pessoa, ou defender uma idéia. O herói se sacrifica por algo, aí está a moralidade da coisa” (CAMPBELL, 2003, p. 135). Se o repórter e a revista fazem

questão de glorificar a trajetória de um homem, é o próprio Bonner, como herói de caráter, quem lembra ser impossível chegar a algum lugar sem ajuda.

- Tenho isso na cabeça por *justiça* aos meus colegas e para que não me perca numa “*egotrip*” de achar que sou *sensacional*, porque não é fato (BONNER apud ARAÚJO, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

Aqui, Bonner assegura dois sentidos: primeiro, a “justiça” – que traz “na cabeça” como se fosse um “adorno” –, tão importante na construção da imagem que os outros fazem de nós; segundo, a “maturidade que traz sabedoria” ao não deixar o sucesso tomar conta do ego, já que ele não imputa a si mesmo esse sucesso. Ao se mostrar justo e sábio e creditar ao grupo o êxito, Bonner amplifica o sucesso que a revista dá apenas a ele. Mas vale ressaltar que, da capa até o primeiro um terço do texto, o sucesso é enunciado sempre de modo a se referir a Bonner. É só quando o sentido já está sedimentado que o caráter polissêmico de sucesso “plural” se instaura, migrando para o sentido anterior e reforçando a idéia de que homens de sucesso, como Bonner, também são modestos.

- O jornalismo da Globo firmou *ousadia, independência e equilíbrio* na cobertura da eleição deste ano e *Bonner, o rosto mais visível dessa orientação editorial, consolidou-se como um dos profissionais mais respeitados do País* (ARAÚJO, 2002, IstoÉ Gente, grifo meu).

A indistinção ao que cabe à Rede Globo ou a Bonner nessa parcela de “ousadia, independência e equilíbrio” remete novamente ao sentido metonímico de que Bonner e a Rede Globo se amalgamaram em um só, da mesma forma que o apresentador tem a imagem construída em relação ao JN: um doa qualidades ao outro, e os dois crescem. Novamente a falta de precisão abre o sentido e coloca Bonner entre “os profissionais mais respeitados do país”; o sentido superlativo de “um dos” não está restrito ao jornalismo, mas abrange todas as áreas.

Cindidos entre o espaço de fã, de admirador e de profissional, os jornalistas constroem a imagem de William Bonner com sentidos superlativos: o mais preparado, o mais talentoso, o mais importante. Bonner, a cada citação, assume um sentido mais forte de credibilidade amparado no paradigma do telejornalismo de referência. Esse movimento, que parte dos jornais, revistas e sites de informação em direção à tela da TV, cria uma imagem mítica única dentro do jornalismo:

atesta uma sobre-realidade ao apresentador do Jornal Nacional, dentro do espaço de circulação do real – o telejornalismo –, garantindo a Bonner um inequívoco “discurso da verdade” presente antes apenas no campo jornalístico. Se os próprios colegas de profissão vêem Bonner e o Jornal Nacional como tendo um mesmo e único sentido, não é de se estranhar que, ao separá-los, esse sentido continue atuando. Apesar da simbiose ser proveitosa para os dois, o poder de glamourizar, de abalizar e de transformar está na imagem do Jornal Nacional, não em Bonner. Cid Moreira já foi a “cara” do telejornal por 27 anos, e muitos não acreditavam que o JN sobreviveria sem ele. Mas o apresentador vive hoje apenas na memória, e o telejornal da Globo continua sua trajetória de sucesso.

Mesmo que a imagem presente na mídia aponte o contrário, Bonner não é o JN, nem o JN é Bonner. Essa relação simbiótica precisa ser entendida como uma construção discursiva que reforça o poder do Jornal Nacional e esconde uma estratégia sutil: a “cara” do JN é o próprio JN. Assim, pouco importa quem ocupe a bancada, desde que expresse o jornalismo que a Globo achar mais adequado para o momento – garantindo que o JN continue líder de audiência, além do telejornal mais paradigmático do Brasil.

Referências

ARAÚJO, Luís Edmundo. William Bonner. **IstoÉ Gente**, n. 176, p. 32-37, 16 dez. 2002.

AVELINO, Luciana. Ó dúvida cruel. **Encontro Importante**, n. 27, mai. 2004. Disponível em: <<http://www.revistaencontro.com.br/maio04/educacao.asp>>. Acesso em: 20 mai. 2004.

BARROS E SILVA, Fernando de. Análise: a nova Globo, ou 30 anos em 4 noites. **Folha de São Paulo**, 13 jul. 2002. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u34602.shl>>. Acesso em: 18 jul. 2002.

BIRD, S. Elizabeth; DARDENNE, Robert W. Mito, registo e ‘estórias’: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

BONNER, William. A redação do Jornal Nacional. Disponível em: <<http://jornalnacional.globo.com/Jornalismo/JN/0,,3578,00.html>>. Acesso em 22. jun. 2006.

CAMPBELL, Joseph. **As máscaras de Deus: mitologia primitiva**. 6. ed. São Paulo: Palas Athena, 2003

CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito**. 21. ed. São Paulo: Palas Athena, 2003.

COEHN, Viviane. A nova cara do jornalismo da Globo. **IstoÉ Gente**, ed. 169, 28 out. 2002. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoegente/169/reportagens/william_bonner.htm>. Acesso em: 23 mar. 2003.

CROITOR, Cláudia. Com exclusividade, Lula fica ao vivo por 1h15min no 'JN'. **Folha de São Paulo**, 29 out. 2002. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u441773.shtml>>. Acesso em: 5 jun. 2003.

ELIADE, Mircea. **Mito e realidade**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 1994.

FÁTIMA e William Bonner. **Caras**, ed. 318, [s.p.], dez. 1999.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

HAGEN, Sean. **De apresentadores a modelo**: a construção da imagem de Fátima Bernardes e William Bonner como mito de perfeição. Porto Alegre: UFRGS/Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, 2004. Disponível em: <<http://www.biblioteca.ufrgs.br/bibliotecadigital/2005-2/tese-fbc-491759.pdf>>

LAPLATINE, François; TRINDADE, Liana. **O que é imaginário**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

LEITE, Paulo Moreira. Jornalismo de campanha. **Época**, 15 set. 2002. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com/artigos/asp170720022.htm>>. Acesso em: 18 set. 2002.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia estrutural**. 5 ed., Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.

LIMA, Paulo. Saia muito justa. **Revista Trip**, 22 abr. 2002. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/demo/colunas.cfm?id=5350autor=1>>. Acesso em: 11 jan. 2003.

MARINELLI, Flávia. Superpoderosa. **Criativa**, n.156, p. 10-13, abr. 2002.

ORLANDI, Eni. A incompletude do sujeito: e quando o outro somos nós?. In: ORLANDI, Eni (org.). **Sujeito e texto**. São Paulo: EDUC, 1988.

ORLANDI, Eni. Silêncio, sujeito, história: significando nas margens. In: ORLANDI, Eni. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. 4. ed. Campinas: Unicamp, p. 63-96, 1997

ORLANDI, Eni. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 3. ed. Campinas: Pontes, 2001.

ROSALEM, Viviane. A outra face de Bonner. **IstoÉ Gente**, 20 dez. 1999. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoegente/20/reportagens/rep_bonner.htm>. Acesso em: 28 fev. 2003.

SEBASTIÃO Néri: os pecados da Imprensa. **Saraiva.com.br**, [2004]. Disponível em: <<http://www.livrariasaraiva.com.br/not/entnery.htm>>. Acesso em: 12 mai. 2004.

SIMÃO, José. Ueba! William bonner pegou dengue verborrágica!. **Folha de São Paulo**, 10 jul. 2002a. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1007200303.htm>>. Acesso em: 12. mar. 2004.

SUASSUNA, Luciano. A última batalha da imagem. **IstoÉ Gente**, ed. 169, 28 out. 2002. Disponível em: <<http://terra.com.br/istoegente/169/bastidores/>>. Acesso em: 30 out. 2002a.

SUCESSO: William Bonner, a nova cara do jornalismo da Globo. **IstoÉ Gente**, ed. 169, 28 out. 2002. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoegente/169/reportagens/william_bonner.htm>. Acesso em: 23 mar. 2003.

TEIXEIRA, Rodrigo. Segundo tempo. **Correio Braziliense**, 22 set. 2002. Disponível em: <http://www2.correioweb.com.br/cwEDICAO_20020922/sup_ctv_220902_47.htm?>. Acesso em: 26 nov. 2002.

TEIXEIRA, Rodrigo. William Bonner completa dois anos como editor-chefe do “Jornal Nacional”, líder de audiência. **AN, no Formato da Notícia**, 4 set. 2001. Disponível em: <<http://an.uol.com.br/2001/set/04/0tev.htm>>. Acesso em: 26 nov. 2002.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

VELLOSO, Beatriz. Surpresa no ar. **Época**, ed. 232, 28 out. 2002. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/epoca/0,,EPT427335-2011,00.html>>. Acesso em: 30 out. 2002.

VERISSIMO, Luis Fernando. **Bonner para presidente** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por seanh@ig.com.br em 23 jun. 2004.

Quem guarda o guardião: quando o observador, observa a si mesmo

Guilherme Canela ¹

Resumo: Este trabalho pretende discutir um tema que raramente é foco das diversas análises de conteúdo levadas a cabo a partir dos assuntos de interesse público veiculados pela imprensa. Valendo-se de todo o material jornalístico produzido por 53 jornais de todas as unidades da federação e 4 revistas de circulação nacional, este paper analisa uma amostra de 1184 mil artigos, editoriais, colunas, entrevistas e matérias que se ocuparam de falar de assuntos de interesse direto da própria mídia, do jornalismo e/ou das empresas de comunicação. Ao longo de 2003, 2004 e 2005 foram coletados textos que contassem com palavras chave como “mídia e democracia”, “concentração da propriedade”, “regulação da televisão”. Descobriu-se que a imprensa cobre pouco e mal estes assuntos. Reservando coberturas mais pujantes para assuntos que lhe são especialmente caros: como a liberdade de expressão.

Palavras-chave: Análise de Conteúdo; Imprensa; Políticas Públicas de Comunicação; Agendamento

I. Introdução

Quatro potencialidades dos meios de comunicação, historicamente analisadas pelos cientistas sociais das mais diferentes áreas, são de especial relevância para o processo de desenvolvimento das políticas públicas, quando da interrelação com a atividade jornalística: sua capacidade de agendamento, de enquadramento, de construção da informação e de controle social.

De acordo com o célebre aforismo de Bernard C. Cohen, a mídia “may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about”. O pensamento resume a idéia básica acerca da capacidade da mídia de interferir, a partir daquilo que ela pública e/ou omite, nos temas que estarão no topo da lista de prioridades dos decisores, formadores de opinião e, muito

¹ Mestre em Ciência Política pela USP. Coordenador de Relações Acadêmicas da ANDI.

freqüentemente, da sociedade como um todo. Com a rápida expansão das possíveis áreas de interferência do Estado – expansão em muito relacionada com o reconhecimento de diferentes ordens de direitos aos cidadãos e às gerações futuras, foi se tornando cada vez mais urgente a necessidade de priorizar apenas algumas das demandas que são cotidianamente colocadas na esfera pública. Mesmo os mais desconfiados analistas do alcance proposto pelas teorias do agendamento, não de concordar que, dado que uma escolha no âmbito da tarefa de governar e tomar decisões de relevância pública será necessária e que um critério ou mais critérios de escolha deverão ser utilizados, a focalização mais intensa da mídia em determinados temas colaborará para a inclusão ou retirada de um assunto da pauta².

Não obstante, a freqüência com que a mídia reporta determinados temas é mais um dos elementos que contam na formatação das políticas públicas. Temas que afetam, por exemplo, cotidianamente de forma direta a vida dos eleitores, acabam por ser pouco influenciados pelo volume de informações trazido pelo noticiário: por mais que a mídia insista em não cobrir saúde, os eleitores vão continuar demonstrando aos seus representantes que este é um assunto central em suas vidas³.

Assim, o entendimento da construção das políticas públicas nos parece ainda engatinhar no jornalismo brasileiro; há uma nítida separação entre a política partidária, legislativa e presidencial que ocupa, em geral, os cadernos de política dos jornais, onde a troca de ministros, as negociações com parlamentares, e as questões de interesse humano envolvendo *políticos profissionais* têm espaço garantido, dado que todos são entendidos como elementos do que se pode chamar de política. De outro lado, nos parece igualmente

² A teoria do agendamento foi inicialmente desenvolvida por McCombs e Shaw (1990).

³ Para algumas condições que interferem na forma do agendamento, cf. Soroka (2002).

bem delimitada a idéia de política econômica, que também conta com um espaço garantido nos cadernos de economia. Não obstante, as demais políticas públicas, não raro, acabam por não ser reconhecidas como sendo do universo cognitivo e de significados da própria Política. Ganham diferentes espaços nos jornais e são mais ou menos entendidas como *políticas* a depender do jornalista que é o encarregado da reportagem e das personagens que compõem o fato que está sendo noticiado. Assim, a violência só passa a ser entendida como uma questão de política pública à medida que sai dos cadernos policiais, sendo, portanto, coberta por repórteres diferenciados das redações, e à medida que as personagens são membros dos executivos estaduais, municipais ou federais diretamente ocupados das políticas de segurança pública, ou na medida em que especialistas se dedicam ao tema, tratando-o como um fenômeno social, cultural e político, e até mesmo de saúde pública. De resto, o tema continua sendo explorado fortemente como crime que o indivíduo x cometeu contra o indivíduo y. Onde está a política nessa forma de ofertar a notícia?

Logo, alguns assuntos podem ou não ser entendidos como políticas públicas. Ou seja, o enquadramento conferido ao tema pode influenciar distintas etapas do processo de construção de significados sobre políticas públicas pelos diferentes atores envolvidos.

Diferentes fases no desenvolvimento de uma política pública demandam o conhecimento de distintos níveis de informação (estatísticas, legislações, posições de atores diversos, melhores práticas). A mídia é um potencial investigador e fornecedor destas informações, inclusive conferindo voz a fontes alternativas e contestadoras de dados oficiais. Papel este, em geral, pouco desempenhado.

Por fim, toda política pública, em regimes democráticos, supõe que os atores por elas responsáveis devem demonstrar algum grau de *accountability*. Entretanto, esta característica é tão mais crível quanto mais externos ao processo forem os atores

responsáveis pelo controle da mesma. A imprensa, desde as discussões travadas pelos Federalistas para a constituição da democracia norte-americana, é entendida como uma das principais instituições de controle social dos governos eleitos e de outros atores componentes da vida pública que também devem ser “vigiados” (ONGs, empresas, etc.). Neste sentido, o acompanhamento não apenas do lançamento oficial de projetos, mas de sua continuidade, da idoneidade em sua execução e de seus resultados é (ou deveria ser) tarefa a ser conduzida com afinco pelos profissionais da notícia⁴.

Retomando, a imprensa desempenha um papel central das democracias contemporâneas ao colaborar fortemente no rol de temas que serão prioritários para os espaços públicos de deliberação, ao ajudar na forma como esses temas serão conduzidos pelos distintos atores relevantes, ao fornecer informações contextualizadas para a reflexão ao redor desses temas e, por fim, ao se transformar em guardião das ações dos atores responsáveis pela concepção, implementação e avaliação das políticas públicas.

Esse demasiado longo preâmbulo teve por objetivo nos conduzir à seguinte reflexão. Antes, duas premissas: a mídia (e todos os corpos que compõem esta abstração) é um ator relevante para a sociedade contemporânea e, por tanto, deve ser responsiva (*accountable*) e passível de controle democrático; ademais, as comunicações são um tema central para os Estados Nacionais do presente e, desta forma, deveriam ser objeto de Políticas Públicas pertinentes. Se as nossas duas premissas são verdadeiras, fica a indagação: como o mesmo jornalismo que contribui para o controle social das políticas públicas e para o agendamento dos temas que ganharão destaque na esfera pública se comportará quando a mídia passa a ser o centro das atenções? Em outras palavras como os guardiões se guardam? Como os observadores se observam?

⁴ Para dados sobre cobertura de políticas públicas em geral, cf. Canela (2005).

O presente trabalho pretende oferecer alguns elementos de respostas a estas perguntas. Tendo como base uma amostra de artigos, colunas, editoriais, entrevistas, reportagens e matérias veiculadas ao longo de 2003, 2004 e 2005 acerca das chamadas Políticas Públicas de Comunicação (PPC) e outros temas pertinentes ao universo das empresas de comunicação e do contexto midiático, buscamos descrever e analisar como 53 jornais de todas as unidades da federação e 4 revistas de circulação nacional se comportam quando os temas em destaque em suas páginas remetem a questões de interesse muito próximo aos dos proprietários desses veículos e dos profissionais que ali trabalham.

A segunda seção apresenta, brevemente, o universo pesquisado e os procedimentos metodológicos utilizados; na seqüência discutiremos o perfil geral da cobertura e, na seção IV, delinearemos alguns elementos específicos que nos parecem especialmente pertinentes, por fim, apresentaremos breves conclusões.

II. Universo Pesquisado e Procedimentos Metodológicos

Como esta análise tem por objetivo último compreender como a imprensa escrita trabalha temas que são relativos à própria atividade midiática em diversas esferas (do jornalismo, do negócio da comunicação, da tecnologia, das relações com o Estado, das políticas públicas, do entretenimento, dentre outros), nossa primeira tarefa foi definir um conjunto de palavras-chave – cerca de 100 – que nos permitissem obter a amostra mais fidedigna possível de textos jornalísticos publicados no período e que trabalhassem a temática em tela.

Para a definição de uma amostra passível de análise trabalhou-se como o método de seleção de material conhecido como mês composto. Para cada um dos anos considerados

(2003, 2004 e 2005) foram sorteados 31 dias aleatoriamente, observando-se a representatividade dos meses do ano (meses com 31 dias contavam com mais unidades na amostra do que meses como 28 ou 30 dias) e dos dias da semana (buscou-se obter um volume semelhante de segundas, terças, quartas, quintas, sextas, sábados e domingos). Assim, nosso quadro amostral contou com 93 dias.

Os veículos foram escolhidos com objetivo de permitir comparação com outras análises conduzidas anteriormente pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância. Nesse sentido, elegeu-se dois dos principais veículos de cada unidade da federação, sendo que estados como São Paulo, Rio e Minas acabaram contando com mais de dois representantes, dada a importância dessas localidades para o debate nacional e as quatro revistas semanais de circulação nacional.

Com palavras-chave, dias e veículos definidos, um processo de busca eletrônica de textos selecionou um conjunto de textos que, após um processo de triagem manual, resultou nos 1184 que foram analisados efetivamente pela presente pesquisa.

Com a amostra delineada, um instrumento de pesquisa, contendo as principais categorias a serem pesquisadas, foi construído e aplicado a cada um dos textos coletados anteriormente. As fichas de classificação foram transpostas para uma base de dados que permitiu a emissão de frequências consolidadas e cruzamentos fundamentados em hipóteses prévias. Este material é o objeto de nossa análise, a partir do ferramental oferecido pela “análise de conteúdo”.

III. Perfil Geral da Cobertura

Certamente não é tarefa fácil para as mais diferentes organizações produzirem informações transparentes e acuradas acerca de seus próprios temas de interesse, atividades, ou seja, sobre sua trajetória. Não é distinto com os meios de comunicação de massa. Não obstante, há um profundo abismo entre as empresas jornalísticas e outras empresas quaisquer: enquanto estas não congregam como objetivo inerente a sua natureza a produção de informações sobre a realidade em geral aquelas têm como missão última exatamente informar.

Os dados que se seguem denotam que a mídia fala de si mesma de uma maneira seletiva, deixando de lado temas espinhosos, porém de central relevância para o desenvolvimento das democracias contemporâneas. Ao estruturar parte significativa do sistema de construção das informações relevantes para a esfera pública por meio das empresas midiáticas, as democracias acabaram por desenhar um nó górdio a ser desatado: a reflexão ao redor de um dos principais sustentáculos dos regimes democráticos – a mídia – fica sob responsabilidade preponderante dela mesma. Como é essa auto-crítica? Se é que é?

Veículos Pesquisados

A observação atenta dos perfis dos veículos que mais e menos publicaram textos acerca das PPCs e temas congêneres apresenta-se como uma primeira medida importante de que os interesses importam e muito.

Ao contrário do que apontam outras análises por nós conduzidas no âmbito da Agência de Notícias dos Direitos da Infância, os veículos de influência nacional (Correio Braziliense, Folha de São Paulo, Jornal do Brasil, O Estado de São Paulo e O Globo) são responsáveis por parcela significativa da cobertura: 22% do total e 28,3% do recorte jornais, tendo contribuído cada veículo com, em média, 4,4% dos textos da amostra

enquanto que os jornais econômicos (Gazeta Mercantil e Valor Econômico) contribuem com 2,1% e os jornais regionais com 1,12%, estes sempre mais expressivos em outras análises. Cabe assinalar que, dentre os jornais nacionais, Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo ofertam quase 66% da cobertura.

As revistas trouxeram 22,4% da cobertura do período, sendo a Carta Capital responsável por mais de 50% dos textos veiculados pelos semanários. Análises e comparações ainda em curso apontam para a seguinte constatação: veículos que fazem parte de grupos de comunicação detentores de muitos tentáculos (TVs, rádios, jornais, revistas, internet) tendem a publicar menos textos sobre as PPCs do que os concorrentes com perfil oposto.

Tomemos alguns exemplos ilustrativos. Dentre os grandes jornais, O Estado (com 7,8%) publica 2,6 vezes mais textos que O Globo (membro de holding com um leque de negócios comunicacionais bastante mais significativos do que os do Grupo Estado). Na comparação envolvendo as revistas, a Carta Capital também publica 2,6 vezes mais do que a revista Época. Fora do eixo Rio-São Paulo a situação é ainda mais complexa, pois as historicamente constatadas conexões políticas com a propriedade dos meios de comunicação acabam por reduzir o foco das coberturas jornalísticas nas PPCs; enquanto o jornal A Tarde, de Salvador, é responsável por 2,7% do total de textos pesquisados, o concorrente próximo, Correio da Bahia, pertencente a um grupo político local, bem como a uma holding comunicacional, somente contribui com 0,8% dos textos analisados.

Assim, os dados preliminares parecem apontar para o fato de que veículos não envolvidos com grupos políticos e/ou não pertencentes a holdings com casos extremos de propriedade cruzada acabam por publicar mais sobre as políticas de comunicação do que aqueles que se enquadram no perfil contrário.

Tabela 1: Veículos por Categoria

	N	%
Jornais de Influência Nacional	260	22,0
Jornais Regionais	609	51,4
Jornais Econômicos	50	4,2
Revistas	265	22,4
Total	1184	100,0

Tabela 2: Veículos por nome

	N	%
Carta Capital	131	11,1
O Estado de S. Paulo - São Paulo	92	7,8
Folha de S. Paulo - São Paulo	80	6,8
Veja	52	4,4
Época	51	4,3
A Gazeta - Mato Grosso	36	3,0
O Globo - Rio de Janeiro	35	3,0
Hoje em Dia - Minas Gerais	34	2,9
Jornal do Commercio - Pernambuco	33	2,8
A Tarde - Bahia	32	2,7
Isto é	31	2,6
Estado de Minas - Minas Gerais	30	2,5
O Liberal - Pará	29	2,4
Jornal do Brasil - Rio de Janeiro	27	2,3
Gazeta Mercantil - São Paulo	27	2,3
Correio Braziliense - Distrito Federal	26	2,2
Diário Catarinense - Santa Catarina	26	2,2

Diário do Nordeste - Ceará	24	2,0
O Povo - Ceará	24	2,0
Valor Econômico - São Paulo	23	1,9
Zero Hora - Rio Grande do Sul	21	1,8
A Notícia - Santa Catarina	21	1,8
Gazeta do Povo - Paraná	19	1,6
O Estado do Maranhão - Maranhão	18	1,5
Diário do Amazonas - Amazonas	16	1,4
Diário da Manhã - Goiás	16	1,4
O Popular - Goiás	16	1,4
Diário de Pernambuco - Pernambuco	16	1,4
Jornal de Brasília - Distrito Federal	15	1,3
Diário de Cuiabá - Mato Grosso	14	1,2
Folha de Londrina - Paraná	14	1,2
A Gazeta - Espírito Santo	13	1,1
O Norte - Paraíba	13	1,1
Correio da Bahia - Bahia	10	,8
Meio Norte - Piauí	10	,8
Jornal da Tarde - São Paulo	9	,8
A Gazeta - Acre	8	,7
Diário do Pará - Pará	8	,7
O Dia - Rio de Janeiro	8	,7
Correio do Povo - Rio Grande do Sul	8	,7
Tribuna do Norte - Natal - Rio Grande do Norte	7	,6
Jornal do Tocantins - Tocantins	7	,6
Gazeta de Alagoas - Alagoas	5	,4
A Crítica - Manaus - Amazonas	5	,4

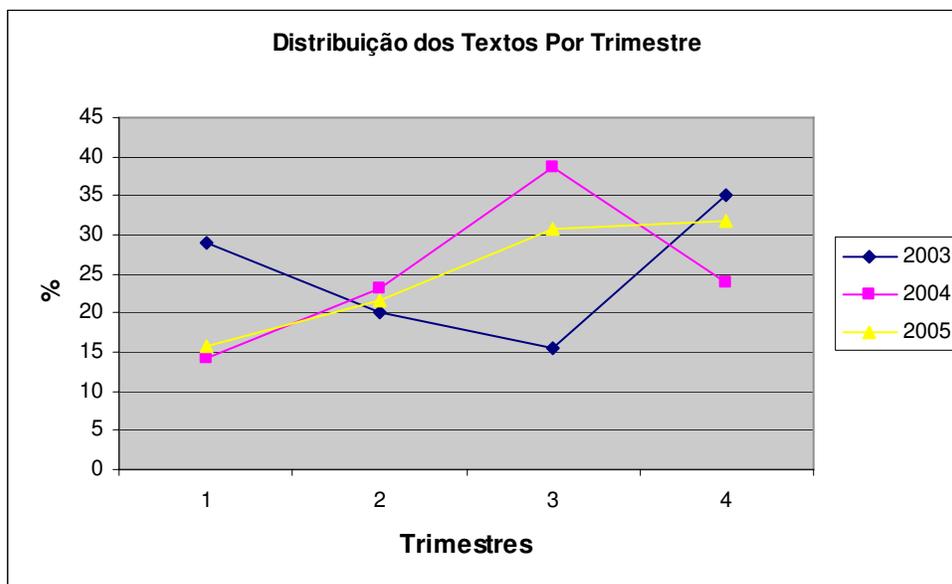
Diário do Amapá - Amapá	5	,4
Correio da Paraíba - Paraíba	5	,4
O Dia - Piauí	5	,4
O Rio Branco - Acre	4	,3
Diário da Tarde - Minas Gerais	4	,3
Correio do Estado - Mato Grosso do Sul	3	,3
Diário de Natal - Rio Grande do Norte	3	,3
Diário da Amazônia - Rondônia	4	,3
O Estadão do Norte - Rondônia	3	,3
Folha de Boa Vista - Roraima	4	,3
Correio de Sergipe - Sergipe	2	,2
Tribuna de Alagoas - Alagoas	1	,1
Brasil Norte - Roraima	1	,1
Total	1184	100,0

Períodos pesquisados

O gráfico abaixo permite-nos afirmar que não há regularidade na cobertura da imprensa sobre as PPCs. Ou seja, não há a dedicação a uma cobertura cotidiana sobre o tema, o que leva o mesmo a aparecer em momentos especiais, quando casos sintomáticos recebem a atenção das redações. O último trimestre de 2003 foi povoado pelo caso Gugu-PCC (quando o apresentador do programa Domingo Legal, SBT, levou ao ar dois supostos membros do PCC em uma entrevista; a farsa foi desmascarada dias depois); o terceiro trimestre de 2004 contou com duas relevantes discussões: a discussão dos projetos de criação da Agência Nacional do Cinema e Audiovisual (ANCINAV) e do CFJ (Conselho Federal de Jornalismo) – ambos floresceram e foram enterrados no período; o terceiro e o quarto trimestre de 2005 foram perpassados pela discussão da Televisão Digital.

Nenhuma dessas pautas, por mais relevantes que sejam, podem ser identificadas como debates gerais acerca do universo comunicacional (como regulação de conteúdos e da propriedade, por exemplo), os quais poderiam estar equilibradamente distribuídos ao longo do ano, já que não são assuntos sazonais.

Gráfico 1



Televisão comercial: o centro das atenções

As Políticas Públicas de Comunicação englobam setores tão amplos como televisão e rádio, os quais ainda podem ser comunitários, estatais, privados. A clara determinação da Constituição de 1988 para que fossem estruturados três sistemas de comunicação (o público, o estatal e o privado), bem como as diferenças não desprezíveis entre, por exemplo, uma TV comercial e uma TV educativa indicam a pertinência de se oferecer espaços específicos para estas distintas reflexões.

A despeito desse contexto complexo, o tratamento editorial dispensado pelas redações às PPCs focaliza, sobretudo, a televisão comercial. Do lado dos sistemas,

importantes setores, como jornal, rádio e cabo, são bem menos objeto de cobertura jornalística do que a TV. Já do lado da configuração dos sistemas, as mídias educativas, comunitárias, institucionais recebem pouca atenção dos meios de comunicação, se comparadas ao sistema privado/comercial.

De um lado, a imprensa escrita se coloca em uma posição cômoda de atribuir relevância jornalística a um veículo “concorrente”: a televisão. Nesse sentido, não nos soa como mera coincidência a constatação de que jornais pertencentes a grupos que também detêm concessões de televisão cobrem significativamente menos a temática. De outro, a pouca pluralidade da reflexão travada quanto aos sistemas possíveis, impede a formação de uma agenda mais ampla quanto às possibilidades da comunicação: a discussão acerca da potencialização do acesso e do alcance de sistemas comunitários, universitários, institucionais e educativos é central para a chamada democratização das comunicações; tema, sem embargo, que parece caminhar na contramão dos interesses privados que dominam o setor.

Tabela 3: A SEGMENTOS OU SETORES MENCIONADOS (RM)

	%
Televisão	59,0
Jornal	18,6
Rádio	18,6
Internet	14,5
Cinema	13,9
Publicidade/Propaganda	9,0
Outros segmentos telecomunicações (celulares, etc)	7,6
Cabo	5,0
DTH	1,9

MMDS	,8
Outros	4,4
Mídia e/ou comunicação em geral	17,5

* Variável de múltipla escolha, logo os resultados podem somar mais de 100%

Tabela 4: SUBDIVISÕES DOS SISTEMAS PÚBLICO, ESTATAL E PRIVADO (RM)

	%
Privado/Comercial	59,0
Estatal	7,5
Educativa	3,7
Comunitário	2,9
Institucional (Tvs Legislativas, Tvs governamentais, TeleSur	1,8
Cultural	1,2
Universitário	,6
Segmentada: Religiosas	,5
Segmentada: Sindicais	,3
Outros	,3
NFPI (Não foi Possível Identificar)	20,7
Não se aplica	12,1

* Variável de múltipla escolha, logo os resultados podem somar mais de 100%

O que se vê na TV? A paixão de sempre ...

Como vimos essa é uma cobertura que se concentra, sobretudo, na televisão. Não obstante, essa constatação diz muito pouco sobre os temas centralmente abordados. Assim, do que é que se está falando por meio dessa cobertura que se preocupa centralmente com a Televisão, enquanto tipo de mídia, e o setor privado, enquanto sistema possível?

Novamente estamos diante de uma expressiva limitação nos debates conduzidos pela imprensa: as questões de conteúdo (qualidade, por exemplo) são responsáveis por mais de 50% da cobertura. Por certo, os temas aí encontrados são altamente relevantes para o espaço público brasileiro, entretanto, são, não há dúvida, a ponta de um iceberg bastante mais profundo e complexo. Questões de fundo, como as relações com a política (4,6%), a democracia (1,8%) e o poder (0,3%), são amplamente negligenciadas pela cobertura. O mesmo acontece com questões estruturais e regulatórias (concentração da propriedade, sistema de concessões, dentre outras) – as quais certamente explicam vários dos problemas de conteúdo enfrentados pela mídia – também aparecem com percentuais bastante inferiores (11,7%). Ou seja, há um forte desequilíbrio na composição da cobertura sobre as PPCs e os temas relevantes da comunicação.

Para fazermos uma analogia com a cobertura de violência, poderíamos dizer que os textos trazem o factual (o crime), mas avançam pouco na análise do contexto, dos fenômenos, das causas, das Políticas.

Em um cenário como esse, estamos diante de uma baixíssima capacidade de agendamento de temas absolutamente centrais para uma necessária mudança no perfil do sistema midiático brasileiro. Não se fala de educação para a mídia (0,4%), de lei geral da comunicação de massa (0,3%), da propriedade dos meios de comunicação por políticos e familiares (0,4%), da configuração da propriedade do setor (0,3%). Estará o jornalismo desempenhando o seu papel de *watchdog* das Políticas Públicas, nesse caso as de comunicação, em uma cobertura como esta?

Tabela 4: QUAL DOS SEGUINTE GRANDES TEMAS É, CENTRALMENTE, MENCIONADO

	N	%
Questões de conteúdo (de entretenimento, jornalístico e publicitário)	594	50,2

Questões estruturais, de mercado e regulatórias (exceto regulação do conteúdo)	139	11,7
Questões tecnológicas	139	11,7
Horário Eleitoral	71	6,0
Mídia e Política	54	4,6
Propriedade Intelectual	36	3,0
Direitos e liberdades	23	1,9
Mídia e Democracia	21	1,8
Questões gerais da comunicação	19	1,6
História da comunicação e/ou de um dos setores/segmentos/sis	18	1,5
Discussão geral de um dos setores/segmentos/sistemas acima a	16	1,4
Questões da burocracia estatal relacionada às comunicações	16	1,4
Questões profissionais e sindicais	9	,8
Educação e comunicação	5	,4
Lei geral de comunicação	4	,3
Mídia e Poder	3	,3
Outros	17	1,4
Total	1184	100,0

Passamos, nesse momento, a deter nossos olhares na cobertura de conteúdo, dada a sua pujança no noticiário ao longo do período analisado. Por certo, há elementos centrais na discussão sobre conteúdo (regionalização da programação, programação independente, direito de resposta, regulação do conteúdo) que devem ser amplamente debatidos pela cobertura jornalística. Não obstante, essas discussões foram ofuscadas pela concentração no debate sobre qualidade da programação – sumamente importante, porém limitado se não se apontar os contornos mais amplos da discussão – e em situações particulares que se deram no período analisado (projeto ANCINAV, projeto CFJ, expulsão do jornalista Larry

Rother). A inexistência de algo como uma editoria de mídia deixa a cobertura dos jornais – ao contrário do que ocorre com a cobertura econômica – ao sabor dos acontecimentos; não há a formatação de uma pauta cotidiana, interessada em desvendar e investigar os principais problemas da comunicação. Os temas candentes e relevantes que as principais democracias ocidentais enfrentaram na década de 90 (rediscutindo suas legislações comunicacionais) e ainda enfrentam são, via de regra, omitidos pela cobertura tupiniquim.

Tabela 5: A DISCUSSÃO SOBRE CONTEÚDO SE REFERE A

	N	%
Qualidade da programação	141	23,7
Criação e papel da ANCINAV	70	11,8
Episódios jornalísticos específicos (ex. caso Larry Rother)	70	11,8
Criação e papel do CFJ	67	11,3
Publicidade	56	9,4
Censura e/ou lei da mordaza	38	6,4
Classificação indicativa	37	6,2
Atividade jornalística em geral	30	5,1
Regionalização da programação	21	3,5
Decisões judiciais	13	2,2
Regulação do conteúdo	12	2,0
Programação independente	11	1,9
Proteção aos direitos das minorias políticas (mulheres; não-	4	,7
Código de ética das televisões	3	,5
V-CHIP	2	,3
Direito de resposta	1	,2
Outros	18	3,0
Total	594	100,0

* 50,2% dos textos se ocuparam de discussões de conteúdo

O negócio da comunicação e a Política de Comunicação

Ao contrário do que ocorre com a cobertura de outras Políticas Públicas, o tratamento editorial dispensado pelas redações às PPCs, ainda que centralize a discussão nos governos (32,7%), confere amplo espaço ao setor privado (19,6%) e reduz a perspectiva de outros importantes atores da cena pública brasileira, como as organizações da sociedade civil (4,5%), os partidos políticos (1,7%), as instituições de ensino/pesquisa (1,8%), os sindicatos (0,6%) e os organismo internacionais (0,8%).

Interessa-nos de perto, nesse momento, os 32,7% que se dedicaram a cobrir os temas comunicacionais focalizando-se nos atores governamentais. Desses, cerca de 93% estão trabalhando com o governo federal, o que, a despeito da relevância do ator, inegável, por certo, deixa uma enorme interrogação quanto à participação de governadores e prefeitos, ou seja da política local, nas discussões pertinentes ao universo midiático.

Assim mesmo, vale ressaltar que a cobertura da comunicação centrada no governo federal é muito mais uma cobertura de atores específicos (ministérios, por exemplo) do que uma cobertura de Políticas Públicas: 3,6% abordam o processo de implementação de políticas e 0,5% falam de avaliação e monitoramento.

Ao fim e ao cabo, a grande indagação que fica é: o jornalismo brasileiro lê as questões comunicacionais como questões de políticas públicas? A resposta parece ser negativa.

IV. Delineando algumas questões específicas

Nesse momento, passamos a focalizar alguns recortes específicos da cobertura, os quais permitem uma melhor compreensão da forma como os veículos pesquisados abordaram o tema mais geral no período analisado.

Os casos

Alguns casos verificados no período em análise, conforme adiantado, foram responsáveis por cerca de 40% da cobertura. Segundo já salientamos, em que pese a pertinência desses episódios e, portanto, a necessidade de sua abordagem pelo jornalismo, é central sublinhar que as questões mais amplas, as quais englobam e explicam esses recortes específicos, necessitam ser potencializadas.

Entretanto, cabe a indagação: como foi a cobertura dos casos abaixo listados? A simples análise da lista de temas (tabela 6) denota que assuntos intrinsecamente mais à esquerda do espectro de interesses das empresas de comunicação – como o fechamento de rádios comunitárias ou o projeto de regionalização da programação – são menos enfocados do que temas como CFJ, ANCINAV ou o padrão de TV digital.

Sem embargo, poder-se-ia levantar a dúvida: temas como o projeto do CFJ poderiam ter sido abordados de um modo tal que tivesse sido potencializada a reflexão sobre a regulação das comunicações, em geral, e do jornalismo, em particular, independentemente de se apoiar ou não o projeto específico apresentado ao Congresso Nacional. Não foi o que ocorreu: o esmiuçar da cobertura mostra que cerca de 80% dos textos que focalizaram o projeto de criação do CFJ eram inequivocamente contrários ao projeto, não oferecendo, em igualdade de condições, o espaço para a manifestação do “outro lado”, característica elementar do bom jornalismo, diga-se de passagem.

Dois conceitos foram bastante usados pela cobertura, o de censura (15% de todo o material analisado traz a expressão) e liberdade de expressão (10,7%). Entretanto, a análise dos dados evidencia que a utilização dos mesmos foi, sobretudo, ideológica. Mais do que conceitos com amplo significado na história das democracias, eram utilizados como palavras de ordem, sem contexto, sem explicação. Somente 0,3% dos textos se ocupam de trazer um debate mais profundo sobre censura, coincidentemente o mesmo percentual para a liberdade de expressão. No caso da liberdade de expressão, agregue-se o fato de que debates envolvendo outros direitos – à voz, à informação, à comunicação, à informação – foram negligenciados.

Ou seja, abandonou-se o contexto, a apresentação de opiniões divergentes, a construção do debate.

Tabela 6: CASOS CENTRALMENTE DISCUTIDOS PELA MATÉRIA

	N	%
CFJ	89	7,5
ANCINAV	85	7,2
Adoção de um padrão brasileiro de TV digital	82	6,9
Campanha quem financia a baixaria é contra a cidadania	62	5,2
Classificação indicativa	38	3,2
Expulsão do jornalista Larry Rother	32	2,7
Gugu (caso PCC)	28	2,4
Regulamentação/proibição da publicidade de bebidas alcoólica	21	1,8
Empréstimos à mídia pelo BNDES	19	1,6
Fechamento de rádios comunitárias	9	,8
Projeto de regionalização da programação	10	,8
Lei da mordaza	5	,4

Nenhum destes casos é discutido	704	59,5
Total	1184	100,0

Pinga-fogo

Algumas presenças e ausências oferecem um contorno mais claro da cobertura em tela.

A Responsabilidade Social das empresas de comunicação apareceu em 0,8% dos textos. Esse movimento internacional de transparência nos negócios e na gestão, de prestação de contas à sociedade e de amplificação dos temas para os quais as empresas devem dedicar atenção e recursos acabou por não ser objeto da cobertura. Parece-nos que aqui há um filão importante a ser explorado e cobrado: cada vez mais as empresas, inclusive as de comunicação, se auto-intitulam socialmente responsáveis, cabe ao jornalismo averiguar o quanto esse novo cenário vai além do discurso.

Os temas da diversidade, tão caros a um país como o Brasil, são também pouco focalizados: menos de 2% falam de gênero, raça/etnia e pessoas com deficiência. Porém, deve se sublinhar positivamente o fato de que 14,4% do material discutem questões regionais, locais, culturais.

Os textos encontram sérias dificuldades em associar a discussão comunicacional aos processos de desenvolvimento (1,4%) e à globalização (1,4%). Temas candentes, como a presença das religiões no negócio da comunicação (0,5%) também são pouco explorados.

É importante destacar, não obstante, que há esforços no sentido de oferecer elementos de contextualização das questões enfocadas: 30% do material citam estatísticas e 35% fazem menção a legislações.

Por fim, 15,7% citam opiniões divergentes, o que é um percentual mais elevado do que outras coberturas conduzidas pela imprensa, mas, diante de um tema permeado por conflitos, denota as claras necessidades de avanço e aprimoramento.

V. Conclusão

A discussão de fundo que abordamos nesse *paper* – para a qual oferecemos apenas algumas pequenas pílulas – parece ser um dos grandes desafios das sociedades contemporâneas: é o principal *watchdog* e agendador das discussões nas sociedades atuais – a mídia – capaz de discutir a si mesmo? A pesquisa constatou que 0,5% dos textos se ocupou de debater essa questão, o que já é um dado ilustrativo dessa capacidade.

A mídia é, inegavelmente, gostemos ou não, um dos principais sistemas de responsabilização da sociedade contemporânea. É também por ela que os governos são mais transparentes, que minorias conseguem canalizar suas demandas, que eleitores e cidadãos conseguem se inteirar dos temas da *res publica*. Porém, por isso mesmo, ela passa a ser um dos assuntos mais centrais dessa mesma sociedade. Assunto que precisa ser investigado, agendado, pautado, debatido. Quem fará esse papel?

Esperava-se encontrar no jornalismo uma resposta positiva. Não obstante, as relações não menos complexas entre a atividade jornalística e as empresas privadas que a abrigam não oferecem um cenário confortável, o que é confirmado pelos dados da presente investigação.

“Quem guarda os guardiões?” é uma indagação ainda sem uma resposta clara e satisfatória; não obstante, luzes aqui e acolá, podem indicar que “os próprios guardiões” não deixa de ser uma resposta possível a ser perseguida.

V. Bibliografia

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA – *Imprensa, infância e desenvolvimento humano*. Brasília, 2004.

ALENCAR, R. P. – “Políticas Públicas e Jornalismo para a Promoção do Desenvolvimento Humano”, São Paulo, 2004, pp. 1-23. MIMÉO.

CANELA, G. – “Cobrindo políticas públicas sociais”, paper apresentado no XVI Encontro Anual da Compós, UFF, Rio de Janeiro, 2005.

IYENGAR, S. – “Television news and citizens explanations of national affairs”, in:

GRABER, D. A. – *Media power in politics*. 2nd ed. Washington: Congressional Quarterly Inc, 1990, pp. 124-135.

MARSHALL, T. H. *Cidadania, classe social e status*. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

McCOMBS, M. E. and SHAW, D. L. – “The agenda-setting function of the press”, in:
GRABER, D. A. – *Media power in politics*. 2nd ed. Washington: Congressional Quarterly Inc, 1990, pp. 73-82.

SOROKA, S.N. – “Issue attributes and agenda-setting by media, the public, and policymakers in Canada”, in: *International for Public Opinion Research*, v. 14, n. 3, 2002, pp. 265-285.

Negros nos jornais: visibilidade e democracia midiática

Rogério Christofolletti ¹

Resumo: Santa Catarina é um dos estados mais “brancos” do país. Segundo o IBGE, nessa unidade da federação, a população de negros e pardos alcança 10% do total. Além disso, o território catarinense tem a menor miscigenação do Brasil. A imagem projetada é a de uma região povoada por indivíduos caucasianos, com cabelos e olhos claros, com biótipo germânico, na clara tentativa de definir um perfil europeu para os seus habitantes. Evidente estereótipo, tal imagem se descola da real diversidade encontrada. Essa imagem homogênea a pluralidade populacional, apagando ou tornando cada vez mais invisíveis negros, pardos e mestiços. Entre os principais difusores desse estereótipo estão os veículos de comunicação, por onde pouco circulam os afro-descendentes. Esta pesquisa objetivou delimitar a presença dos negros na grande imprensa catarinense. Para isso, tomou como base fotos de caráter jornalístico, observando em que medida negros e pardos apareceram nos três principais diários locais num período de 300 dias entre 2005 e 2006. Para além de uma comparação entre o percentual de aparição nas fotos e a fatia populacional que representam no estado, analisou-se também em que seções e editoriais foram retratados e que representação se pode tirar desse cenário.

Palavras-chave: Negros, Visibilidade, Jornais, Democracia, Santa Catarina

A pouca presença dos negros nos veículos de comunicação é uma situação já sedimentada na história. Na literatura, os exemplos são isolados, e no cinema, é recente o estudo dessa participação na produção cultural. Rodrigues (2001) faz uma criteriosa radiografia da história do negro no cinema norte-americano e em outros mercados consumidores. No brasileiro, por exemplo, alinhava a tipologia que os produtores nacionais construíram para os negros em seus filmes, indo dos religiosos “preto-velho” e “mãe-preta” aos cotidianos “malandros” e às “mulatas boazudas”, entre outros.

Acerca dos meios de comunicação impressos, existem poucos estudos sobre o assunto, e um dos mais célebres é o de Schwarcz (1987) que se concentra nas últimas três décadas do século XIX no Brasil. O objetivo da autora foi detectar por quais mudanças passaram a imagem dos negros veiculada por jornais paulistanos no entorno da abolição da escravatura. A pesquisadora observou a imagem dos negros na imprensa paulistana de 1870-1900 e as representações desses contingentes no contexto do final da escravatura. “Procuramos, portanto, discutir justamente os inúmeros personagens que de

¹ Doutor em Ciências da Comunicação, professor de Legislação e Ética em Jornalismo.

mera sugestão, ou imagens isoladas, vão-se transformando aos poucos em pressupostos de uma época” (248).

Em trinta anos, o negro transitou nas páginas dos jornais assumindo, inicialmente, a condição de “negro violento”, “fugitivo” e “degenerado”, mudando sua posição conforme a abolição foi se tornando inevitável para o modo de produção capitalista emergente. Estigmatizado, o negro é veiculado pela mídia como uma mercadoria, um objeto, algo que escapa dos proprietários. Na iminência do novo século, e na condição de liberto, a imagem do negro sofre outro processo, o apagamento.

Nos jornais paulistanos de inícios do século XX, e em especial na década de 1920, começam a tornar-se novamente presentes e inclusive dominantes antigas e já um tanto esquecidas representações que nos falavam dos até hoje tradicionais ‘negros de alma branca’ (tão comum, como vimos, em meados do século XIX). São os negros ‘amigos dos brancos’, ‘pretos fiéis e servidores’, ‘felizes enquanto tutelados’, apesar de por vezes ‘violentos’, ‘instintivos’ e guardando ‘resquícios degenerados’. No interior desse movimento, aos poucos o problema racial deixa de constituir uma questão pública e veiculada explicitamente, transformando-se, ao invés disso, numa série de imagens dispersas, interiores e por isso mesmo ainda, e até hoje, muitas vezes consensualmente aceitas. (*op.cit.*: 255-6)

A autora nota que, cada vez mais, os grandes jornais passam a divulgar uma idéia de “harmonia racial” – o que contribuiria mais tarde para fortalecer o mito da “democracia racial” -, e o negro, por sua vez, vai desaparecendo, sumindo. Se antes a imagem da “degeneração” se dava por meio do estigma e do estereótipo, neste período, a lógica se valida pelo silenciamento, pela ocultação, pela invisibilidade do negro nos jornais, extensão da sociedade.

Sodré (1999:15) lembra os mecanismos sutis e internos da discriminação. Ela é o “não reconhecimento da exclusão do outro nos percalços da diferenciação, ou seja, do movimento complexo dentro do estatuto da identidade”. Quando a verdade se mostra como identidade do mesmo, ela provoca discriminação, desconhecimento do outro, seu apagamento. No escamoteamento, na “bossa do silêncio” (como já disse Chalhoub, 2006), os discursos se sedimentam. Muniz Sodré afirma que são diversas as estratégias discursivas para se evitar a admissão de racismo no Brasil, onde “a invisibilidade social do indivíduo aumenta na razão inversa da visibilidade da sua cor”.

Ou seja, como o negro é cromaticamente mais visível que o branco, torna-se socialmente invisível, é um padrão identificatório recusável. Esses antecedentes eticamente negativistas, a associação entre a pele escura e o ‘Mal’, bloqueiam historicamente a introjeção pela consciência eurocêntrica

de uma identidade plenamente “humana” do sujeito negro. A alteridade africana é conotada como fonte de debilidades físicas e morais (*op.cit.*: 152).

Um elemento que poderia trabalhar na contramão dessa tendência uniformizante é a mídia, na medida em que evidenciasse os diferentes estratos da diversidade étnica. Mas os meios de comunicação pouco se atrevem a isso.

A mídia é o intelectual coletivo desse poderio, que se empenha em consolidar o velho entendimento de povo como “público”, sem comprometer-se com causas verdadeiramente públicas nem com a afirmação da diversidade da população brasileira. O racismo modula-se e cresce à sombra do difusionismo culturalista euroamericano e do entretenimento rebarbativo oferecido às massas pela televisão e outros ramos industriais do espetáculo (*idem*: 244).

A pesquisa empreendida por Schwarcz traz à luz as representações dos negros nos jornais num determinado período. Mas a observação da imagem nos jornais não sinaliza apenas aspectos simbólicos, podendo apontar também para a sua figuração, a sua visibilidade numa vitrine midiática. Assim, a fotografia é uma dimensão da presença social das pessoas num espectro maior. O que equivale dizer - numa lógica linear e rasteira - que sai no jornal quem é importante jornalisticamente, quem é notícia ou quem faz parte de fatos que redundarão nela.

Neste sentido, mapeando-se a presença dos negros nas fotografias pode-se medir indiretamente sua visibilidade na sociedade. Aliás, é aí que reside uma fundamental discussão. Levantamento realizado pelo Datafolha e pela *Folha de S.Paulo* em 1995 identificou uma prática social amplamente disseminada no país, batizada de “racismo cordial”. A expressão se apóia no conceito de “homem cordial” de Sérgio Buarque de Holanda (1994:106-7), para quem o brasileiro tem no seu caráter uma aparente polidez e generosidade, mas que na verdade funciona como uma “organização de defesa ante a sociedade”, um disfarce para manter suas convicções e posições. Assim, a pesquisa do Datafolha trouxe à tona que a “imensa maioria dos brasileiros demonstrou ter ou estar inclinada a ter atitudes preconceituosas em relação a pessoas negras, mas quis minimizá-las. Uma demonstração de cordialidade, talvez, para não ofender mais aquele que se discrimina” (TURRA & VENTURI, 1995: 12).

Este “racismo cordial” contribui para uma negação do preconceito racial, bem como outra estratégia bastante espalhada na sociedade, como o apagamento dos negros dos meios de comunicação. A invisibilidade. Em Santa Catarina, análises semelhantes já foram produzidas. Leite (1996), por exemplo, desconstrói mitos que justificariam a

pouca presença dos negros na sociedade catarinense, como a não-vigência de um sistema escravista mais forte na região e a existência de relações mais igualitárias e democráticas entre brancos e negros. O raciocínio denuncia um processo de embranquecimento em toda a região Sul do Brasil.

Pedro *et all* (1996:233) lembram, por sua vez, que além da historiografia, “os meios de comunicação de massa vêm construindo uma imagem de *loira catarina*, um *pedaço da Europa no Sul do Brasil*”. Essa atuação, voluntária ou não, provoca mais uma forma de discriminação, apontam os autores: a negação da existência e da memória.

Ainda nos estudos sobre a presença negra em Santa Catarina empreendidos nos anos 90, o Núcleo de Estudos Negros (NEN) chegou a editar um Dossiê Contra a Violência Racial no estado, documento que denuncia, por exemplo, que o preconceito de cor no Brasil é “camuflado”.

Em Santa Catarina uma outra fantasia vem contribuir para a discriminação: a invisibilidade oficial da população negra. Acredita-se que estejamos vivendo no Estado “mais branco” do Brasil. Devido à grande quantidade de descendentes dos imigrantes europeus instalados nesta região anulou-se oficialmente a idéia da presença de negros em Santa Catarina (NEN, s/d: p.1)

Segundo o dossiê, a prática da discriminação racial em terras catarinense não difere muito da que acontece no resto do país. Os expedientes são sutis, dissimulados, escamoteados.

Ao realizar este dossiê descobrimos, enfim, que jamais encontraríamos toda a extensão da discriminação social em dados estatísticos oficiais. Exatamente porque racismo, ainda que evidente, não é oficial. Mesmo que suas provas andem circulando pelas cidades catarinenses, são testemunhos emudecidos [...] A posição oficial, ao longo dos anos, tem sido de que se existe racismo no Brasil ele é no máximo cordial. Pois esta “cordialidade” não é mais do que uma bela maneira de realizar o crime e sair impune. Discrimina-se discreta e silenciosamente, assim, não há provas. E sem provas, não há punição. (*op.cit.*: 3)

Circula livremente no senso comum a idéia de que os negros freqüentam as páginas dos jornais quase sempre na editoria de Polícia, onde são relatados crimes e tragédias pessoais. Para além do imaginário coletivo, é preciso verificar se isso realmente ocorre e em que dimensão nos jornais catarinenses.

Aspectos metodológicos

Pesquisa de Golzio *et all* (2006) mostrou que negros e afro-descendentes geralmente são caracterizados na mídia em profissões que não exigem ou pouco exigem escolaridade formal. O levantamento teve como base 58 reportagens de capa da revista *Veja* no período de 1968 a 2003. Usando a técnica da Análise de Conteúdo, o estudo se deteve sobre reportagens em negros e afro-descendentes apareciam como coadjuvantes ou protagonistas. Entre os resultados, percebeu-se que em 50,4% dos casos, esses personagens estavam relacionados aos esportes (29,9%) e à cultura (20,5%), reforçando os estereótipos de que negros e negras só se destacam como esportivos ou músicos.

A imagem que se projeta a partir desta constância é a de que os afro-descendentes tenham mais pendor ou aptidão para estas duas áreas de atuação profissional. Outro aspecto que comprova tal fato advém do pós-escravismo, visto que, depois da Abolição, os negros foram entregues à condição de mão-de-obra assalariada degradante, sistema não muito diferente da sociedade colonial. Nesse novo processo, o modelo escravista continuou de maneira implícita, estereotipada e discriminatória.

Interessante perceber que, na mesma pesquisa, foram contabilizadas 73 aparições em fotografias de personagens de características brancas contra 65 de afro-descendentes. Um evidente processo de branqueamento no período que compreendeu a primeira edição de *Veja* até a última do ano em que a Editora Abril comemorava seus 30 anos de existência.

Em outro estudo, Ferreira Vaz e Brandão Tavares (2004) mapearam as aparições de negros e afro-descendentes em três grandes diários do sudeste brasileiro: O Globo, Folha de S.Paulo e Estado de Minas. Esses contingentes apareceram menos nas páginas consideradas nobres do jornalismo impresso – nas editorias de Política e de Economia – se comparadas às de segurança pública e violência urbana. Nessas seções, negros e afro-descendentes são retratados tanto como causadores quanto como vítimas de crimes. Para os autores, é por meio dessas ocorrências que a mídia impressa reforça estereótipos contribuindo para a “manutenção de uma imagem negativa destes indivíduos”.

As duas pesquisas sinalizam o que se pode encontrar nos jornais. Mas o que esperar da imprensa de um estado que é considerado um dos mais “brancos” do país? O que se pode encontrar nas páginas dos jornais de um estado que insiste em apagar mais de meio milhão de pessoas? Negros e mestiços aparecem nas fotografias dos jornais? Com que frequência? Essas aparições são proporcionais ou próximas às participações

dessas etnias na população catarinense? mestiços e negros figuram em fotos de que quais editorias nos jornais? E essas presenças podem ser analisadas de que maneira?

A visibilidade e a invisibilidade desses catarinenses na mídia catarinense motivaram o monitoramento dos três principais jornais do estado: *Diário Catarinense*, *A Notícia* e *Jornal de Santa Catarina*. A escolha desses títulos se deu com base em três critérios: são os de maior tiragem (juntos, alcançam diariamente mais de 100 mil exemplares); estão sediados nas principais cidades do estado (Florianópolis, Joinville e Blumenau, respectivamente) e, somados, cobrem todos os 293 municípios do estado.

O período de monitoramento dos jornais abrangeu os meses de agosto, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2005, mais janeiro, fevereiro, março, abril e parte de maio de 2006, contabilizando 286 dias. Optou-se pelo 13 de maio como a data de fechamento da observação por ser um marco simbólico presente no imaginário de brancos e não-brancos, evocativo do dia da assinatura da Lei Áurea, a que erradicou formalmente a escravidão no Brasil em 1888.

Foram levadas em conta 777 edições, sendo 266 do *Diário Catarinense*, 267 de *A Notícia* e 244 do *Jornal de Santa Catarina*. Como a pesquisa se debruçou sobre a presença de negros e mestiços nas fotografias veiculadas nos jornais, inicialmente, foi necessário contabilizar as fotos publicadas e identificar nelas a presença/figuração desses personagens.

Embora Valente (1991: 45) afirme que ser negro hoje no Brasil é uma questão política, neste estudo, foram adotados critérios bem definidos para se considerar o indivíduo negro ou mestiço. A identificação se deu com base nas chamadas características fenotípicas, isto é, na aparência dos sujeitos, e não em quesitos genéticos. Assim, indivíduos com cabelos crespos, lábios grossos, nariz aberto e cor da pele escura foram considerados negros/mestiços, e constaram das estatísticas referentes a esta etnia. Apesar de existir um certo grau de subjetividade nessa análise, é possível perceber com facilidade quando um sujeito é do tipo caucasiano ou não. Negros, mestiços e pardos foram tratados, sem distinção, como negros na pesquisa.

A contagem da presença dos negros nas fotografias se deu acompanhada da catalogação dessas figurações de acordo com as seções dos jornais e as circunstâncias em que se deram. Com isso, foi possível apontar se os negros/mestiços aparecem mais ou menos nos jornais em comparação à sua presença na população catarinense; onde eles mais são retratados nos diários; se em situações que podem ser consideradas positivas ou desabonadoras.

Negros e afro-descendentes nos jornais catarinenses

O mapeamento da presença de negros e mestiços nas fotografias dos principais jornais catarinenses permitiu perceber alguns dos mecanismos mais sutis de manutenção de uma ordem segregacionista. Assim, não se pode dizer que os diários locais ignorem a população afro-descendente, já que ela é retratada com alguma frequência no noticiário. Entretanto, ao se estabelecer a comparação entre as fotos em que esses contingentes aparecem e o total das publicadas, chega-se a uma participação menor que a registrada no censo populacional. Isto é, de acordo com o IBGE, pardos e negros representavam 10,4% dos habitantes catarinenses, o que não chegava a 600 mil pessoas.

O mapeamento da presença negra nos jornais mostrou que, nas 777 edições analisadas, foram publicadas 53634 fotos, das quais apenas 4995 continham personagens com características fenotípicas de negros e mestiços. Nos três jornais selecionados – *A Notícia*, *Diário Catarinense* e *Jornal de Santa Catarina* –, registrou-se a presença negra em apenas 9,31% das fotos veiculadas. Esse percentual é 11% menor que o considerado pelo IBGE.

Em todos os jornais, os negros aparecem menos do que a percentagem que ocupam na população. O que mais se aproximou dessa equivalência foi *A Notícia* (10,25%), seguido do *Diário Catarinense* (9,22%) e do *Jornal de Santa Catarina* (8,36%). Pode-se explicar a última colocação do jornal de Blumenau pela sua área de cobertura e influência. O Vale do Itajaí é uma região do estado altamente marcada pela colonização dos povos europeus, em especial os germânicos. A região concentra municípios onde ainda se cultivam língua, gastronomia e demais hábitos culturais alemães. Em Pomerode, Indaial e Blumenau, por exemplo, há maciça predominância de camadas caucasianas, marcadamente loiras, na população. Como a presença de negros e mestiços é pequena nas mesmas localidades, o jornal – que se dedica prioritariamente a cobrir essa região – acaba enfocando pouco esses personagens.

O mesmo se poderia dizer da região de Joinville, sede do jornal *A Notícia*, onde também se deu um importante foco da colonização alemã? Não. Por várias razões. A cidade recebeu imigrantes, vindos não apenas da Alemanha, mas de outros países como Itália, França e Rússia. O município se converteu no maior do estado e atraiu migrantes de diversos cantos de Santa Catarina e de outros estados, criando um ambiente mais plural. O índice de presença de negros e mestiços nas fotografias de *A Notícia*, o maior entre os jornais analisados, acaba reforçando essa tese.

TABELA 1
Visibilidade dos negros em nos jornais em todo o período

Período	Jornal	Total de fotos	com presença	% de presença
Agosto/2005 a 13/maio/2006	Diário Catarinense	21593	1991	9,22%
Agosto/2005 a 13/maio/2006	Jornal de Santa Catarina	14962	1252	8,36%
Agosto/2005 a 13/maio/2006	A Notícia	17079	1752	10,25%
Agosto/2005 a 13/maio/2006	Os três analisados	53634	4995	9,31%

Fonte: *Diário Catarinense, Jornal de Santa Catarina e A Notícia, de 01/08/2005 a 13/05/2006.*

Observado o período de análise – agosto de 2005 a maio de 2006 -, registrou-se uma certa regularidade das ocorrências das fotos de negros e de afro-descendentes. Essas presenças mantiveram um certo padrão nos jornais que variou entre as casas dos 8% e 9%. Atípicos foram os meses de dezembro de 2005, com índice de 7,18% de ocorrências, e fevereiro de 2006, que registrou um salto, alcançando 11%. Não se detectou nenhum motivo aparente para a ligeira queda em dezembro, mas quanto a fevereiro, a hipótese para o crescimento pode ser atribuída ao Carnaval², que se deu na última semana, podendo ser refletido inclusive em março. Em *A Notícia*, o índice de ocorrência chegou a 14,25%, mas no *Diário Catarinense* caiu em relação a janeiro (9,67% e 10,32%, respectivamente) e no *Jornal de Santa Catarina* foi o segundo maior do período (9,52%), perdendo apenas para março (9,56%).

TABELA 2
Visibilidade dos negros em todos os jornais por mês

Período	Total de fotos	Com presença	% de presença
Agosto/2005	5393	481	8,91%
Setembro/2005	6008	547	9,10%
Outubro/2005	6224	151	8,27%
Novembro/2005	5813	543	9,34%
Dezembro/2005	5542	398	7,18%
Janeiro/2006	5394	538	9,97%
Fevereiro/2006	5897	649	11%
Março/2006	5400	534	9,88%
Abril/2006	5471	545	9,96%
1 a 13 maio/2006	2492	246	9,87%

Fonte: *Diário Catarinense, Jornal de Santa Catarina e A Notícia, de 01/08/2005 a 13/05/2006.*

Na análise das ocorrências divididas por editoria, o levantamento apontou um dado já esperado (a predominância de fotos de negros e afro-descendentes nas páginas

² Tradicionalmente uma festa popular com raízes e massiva participação negras, o Carnaval é uma época em que ficam em evidência personagens afro-descendentes, muito embora nas últimas duas décadas celebridades não-negras têm enxergado a data como uma vitrine para alta exposição midiática.

dedicadas a Esportes e à Cultura e Variedades) e contrariou outro (o de que negros e mestiços povoam as seções de Polícia). Entre as hipóteses que sustentavam essa pesquisa estava a de que os jornais reforçam dois estereótipos: personagens negros e afro-descendentes destacam-se como esportistas (geralmente, futebolistas) e músicos (cantores e instrumentistas populares) e estão envolvidos em questões de segurança pública, seja como autores de crimes ou suas vítimas. Os dados do mapeamento da presença negra nos jornais catarinenses confirmaram a primeira hipótese, mas negaram a segunda.

Das 4995 fotos em que figuram, 3472 foram publicadas nas editorias de Esportes e Cultura/Variedades, percentual de 69,50%. As ocorrências na seção de Polícia não chegaram a 2%, e somadas às da editoria de Geral, alcançaram 8,78%. Os registros veiculados em páginas consideradas nobres (Política, Economia, Coluna Social, Mundo e Opinião), juntos, alcançaram 6,18%, o que significa dizer menos de um décimo do total de fotos que retratavam negros e mestiços. Esse dado contrasta com as aparições em outras seções que também denotam alta relevância jornalística. Assim, a pesquisa contabilizou 534 ocorrências nas primeiras páginas dos jornais, em suas contracapas (no caso de *Diário Catarinense* e *Jornal de Santa Catarina* que delas dispõem) e em seções dedicadas a Destaques e Reportagens Especiais. Essas ocorrências alcançam 10,69% do total de presenças.

A disposição dos dados colhidos na pesquisa em editorias permite perceber como a presença negra se dá nos jornais, e em que circunstâncias esses contingentes freqüentam o espaço midiático da grande imprensa catarinense. O monitoramento de quase seis meses em três jornais distintos possibilita afirmar que negros e mestiços aparecem em todas as seções dos diários, mas acentuadamente em duas delas. Essa tendência já havia sido apontada por Golzio *et all* (2006) em outra mídia – a revista *Veja* – e em outro período e geografia – de 1968 a 2003 e em caráter nacional. Entretanto, o levantamento da presença negra nas fotos dos jornais catarinenses salientou cores mais fortes nessas ocorrências. Foram quase 70% das ocorrências contra 50,4% do estudo anterior. Condições geográficas e características do meio jornal – como a freqüência e maior dedicação à cobertura dos esportes – podem auxiliar a compreender melhor essa disparidade.

A pouca visibilidade de negros e mestiços em seções de Política e Economia, 1,50% e 1,54% respectivamente, provocam entendimentos de que esses contingentes pouco participam dos universos decisórios. A invisibilidade de negros e afro-

descendentes leva a crer que não são fontes no meio político e que sequer fazem parte da massa produtiva nos meios e sistemas econômicos. Esse dado envida a pesquisar numa próxima oportunidade, por exemplo, as fontes consultadas nessas editorias e seus critérios de seleção de noticiabilidade. A intensa presença de negros e mestiços nas seções de Cultura/Variedades e Esportes contrasta com suas figurações na editorias de Política e Economia, permitindo compreensões que reforçam os estereótipos de que esses contingentes desempenham funções na sociedade que dependem mais dos talentos individuais do que propriamente de habilidades mais elaboradas de raciocínio e de instrução formal.

TABELA 3
Visibilidade dos negros em todos os jornais, por editoria em todo o período

Editoria	DC	AN	JSC	SOMADOS	% das aparições
Capa	118	165	79	362	7,24%
Geral	157	43	149	349	6,98%
Política	45	11	19	75	1,50%
Economia	39	28	10	77	1,54%
Cultura/Variedades	209	250	134	593	11,87%
Esportes	1114	1003	762	2879	57,63%
Polícia/Segurança	46	44	zero	90	1,80%
Mundo	32	32	10	74	1,48%
Social	38	35	03	76	1,52%
Opinião	01	zero	03	04	0,08%
Destaque/Especial	49	55	zero	104	2,08%
Contracapa	48	zero	20	68	1,36%
Outras seções	95	86	63	244	4,88%

Fonte: Diário Catarinense, Jornal de Santa Catarina e A Notícia, de 01/08/2005 a 13/05/2006.

Finalizando

O acompanhamento sistemático dos jornais e a identificação de negros e afro-descendentes nas fotografias publicadas permite afirmar categoricamente que a imprensa catarinense pouco contribui para uma democracia midiática. Entende-se por democracia midiática um ambiente na esfera da opinião pública que contemple a diversidade étnica, religiosa, ideológica e cultural; um ambiente que favoreça o contraditório, que estimule a pluralidade e que não fabrique o consenso a todo custo.

O monitoramento de quase seis meses mostrou que os jornais locais mostram menos os negros e mestiços. Menos em comparação à fatia populacional que ocupam. Com isso, os diários contribuem para seu apagamento, para sua invisibilidade na medida em que promovem um branqueamento dos personagens das fotos. Outra atuação que vai

na contramão de uma democracia midiática é o reforço aos estereótipos, atitude conservadora, mantenedora de uma ordem e nada questionadora da sua efetiva vigência.

Os jornais fazem isso, conscientemente? De propósito? Não é possível afirmar isso, já que os dados da pesquisa não dão conta das motivações e critérios de seleção dos fotojornalistas e editores de imagem dos jornais. No entanto, a mídia impressa funciona também como uma arena pública onde desfilam os personagens da sociedade; uma vitrine por meio da qual se exibem e são vistos tais personagens. Desta forma, ao estampar em suas fotos uma quantidade menor do que a proporção que os negros ocupam na população catarinense e ao relegar a esses contingentes certos guetos jornalísticos, a imprensa contribui para intensificar a discriminação e o racismo, na medida em que estreita o espaço de participação desses contingentes.

Referências Bibliográficas

CHALHOUB, Sidney. **Exclusão e cidadania**. IN: História Viva Temas Brasileiros, nº 3 - Presença Negra. São Paulo: Ediouro e Segmento-Duetto, 2006

FERREIRA VAZ, P. B.; BRANDÃO TAVARES, F.M. **O negro-mestiço e a narrativa fotojornalística: um outro discurso nos cadernos Cidade**. Comunicação apresentada no Núcleo de Comunicação e Cultura das Minorias, XXVI Congresso anual de Ciência da Comunicação. Belo Horizonte, CD ROM, 2004

GOLZIO, Derval Gomes; MARINHO, Thiago de Andrade; SILVA, Alberto Araújo; FERREIRA, Mayra Brito; PEREIRA, Cibelle Ferraz; LINS, Mônica dos Santos. **O racismo impregnado no pensamento da sociedade**. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=374CID006#>, acesso em 2 de maio de 2006.

HOLANDA, Sergio Buarque. **Raízes do Brasil**. RJ: José Olympio, 1994

LEITE, Ilka Boaventura. **Descendentes de africanos em Santa Catarina: invisibilidade histórica e segregação**. IN: LEITE, Ilka Boaventura. Negros no Sul do Brasil: invisibilidade e territorialidade. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1996, pp. 33-53

NEN. Núcleo de Estudos Negros. **Dossiê Contra a Violência Racial em Santa Catarina**. Florianópolis: s/d

PEDRO, Joana Maria; CZESNAT, Lígia de Oliveira; FALCÃO, Luiz Felipe; LIMA E SILVA, Orivalda; CARDOSO, Paulino Francisco de Jesus; CHEREM, Rosângela Miranda. **Escravidão e preconceito em Santa Catarina: história e historiografia**. IN: LEITE, Ilka Boaventura. Negros no Sul do Brasil: invisibilidade e territorialidade. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1996, pp.229-245

RODRIGUES, João Carlos. **O negro brasileiro e o cinema**. SP: Pallas Ed., 2001

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Retrato em branco e preto. Jornais, escravos e cidadãos em São Paulo no final do século XIX.** SP: Cia das Letras, 1987

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros.** Petrópolis: Vozes, 1999

TURRA, Cleusa e VENTURI, Gustavo (orgs.). **Racismo cordial.** SP: Ática, 1995

VALENTE, Ana Lúcia E. F. **Ser negro no Brasil hoje.** SP: Editora Moderna, 1991

Vinte anos de jornalismo impresso no Espírito Santo

Victor Gentili ¹

Resumo: A imprensa diária capixaba viveu grandes mudanças nos últimos vinte anos. Com pouquíssimos estudos sistemáticos, este trabalho tenta compreender os motivos pelos quais A Gazeta conseguiu avanços significativos em especial no período 1985 a 1995 e passou a enfrentar dificuldades de várias naturezas, inclusive judiciais e familiares a partir daí.

Palavras-chave: Imprensa Regional, Espírito Santo, Crítica de Mídia, Evolução

A imprensa diária capixaba viveu grandes mudanças nos últimos vinte anos. Com pouquíssimos estudos sistemáticos, este trabalho tenta compreender os motivos pelos quais **A Gazeta** conseguiu avanços significativos em especial no período 1985 a 1995 e passou a enfrentar dificuldades de várias naturezas, inclusive judiciais e familiares a partir daí. Com isso, a liderança segura que o jornal tinha – e com ela batalhava para se institucionalizar como um “intelectual coletivo” da sociedade capixaba foi dificultada e desde então o jornal tem apenas iniciativas reativas. Por outro lado, a liderança incontestável de **A Tribuna**, que foi lentamente consolidada a partir de 1995 embora com ganho em credibilidade desproporcionalmente menor foi conquistada não apenas pelo marketing e pela consultoria da Universidade de Navarra, mas sobretudo pelo esforço, criatividade e vigor com que pratica jornalismo.

“Em 02 de fevereiro de 1987, o jornal A Tribuna circula pela primeira vez em formato tablóide. A grande virada do jornal A Tribuna começa em 22 de novembro de 1995. Um novo projeto gráfico é especialmente encomendado à Universidade de Navarra, Espanha. O jornal vem moderno, arrojado, pela primeira vez em cores. A esta altura, o jornal já havia investido na mais moderna impressora do Estado, com capacidade para imprimir até 45.000 exemplares de até 48 páginas por hora. No ano seguinte, em 16 de setembro de 1996, A Tribuna vence mais uma etapa e começa a circular também às segundas-feiras, tornando-se definitivamente um veículo competitivo em todos os sentidos. Paralelamente, esforços são concentrados em outras áreas importantes do jornal. O setor de Circulação é renovado e novas técnicas e sistemas de controle de distribuição são implantados. Há um esforço de todas as áreas para o cumprimento de prazos e horários. A redação é informatizada, novos servidores são disponibilizados e o jornal ganha em velocidade e qualidade gráfica. A impressão do jornal continua sendo até hoje a melhor do Estado. Em 1997 o jornal A Tribuna obtém o maior índice de crescimento em percentual do País, com médias de 47,95% em dias úteis e 79,34% aos domingos, de acordo com o IVC – Instituto Verificador de Circulação. Também nesse ano, A Tribuna conquista o

¹ Doutor em Ciências da Comunicação e professor da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES).

prêmio Colibri de Ouro, sendo eleito Veículo de Comunicação do Ano. Em 1999 o jornal se consolida como **líder em circulação na grande vitória**, em vendas e em número de leitores, de segunda a sábado, comprovado pelo IVC – Instituto Verificador de Circulação - e pelo Ibope. E no ano 2000 conquista a liderança em todo o Estado.”²

“Uma das mudanças mais radicais do novo projeto de A Tribuna foi a ordem de apresentação das editorias. O jornal abre com duas a três páginas dedicadas a uma reportagem especial em seguida vem, pela ordem, cidades, polícia, economia, política, opinião, cultura e esportes. O caderno cultural, chamado AT2, que antes da reforma de Navarra era um caderno próprio, incorporou-se nas páginas do jornal, mas foi recusado pelos leitores. Retornou como caderno. A nova ordem de apresentação das editorias provocou uma grave distorção no jornal. A escolha do novo ordenamento foi definida pelos índices de leitura detectados por pesquisas com leitores e assinantes. Editorias com altos índices de leitura foram para a frente; aquelas com índices baixos de leitura foram para o final do jornal.”³

Jornalismo capixaba, A Gazeta. A Tribuna

O cidadão capixaba nestes primeiros anos do século XXI parece conhecer menos o que acontece com sua cidade, o Espírito Santo, o Brasil e o mundo. Os jornais impressos diários apresentam um jornalismo anódino, aparentemente contemporâneo do seu tempo, mas na realidade repetidor dos velhos vícios e esquecido da sua responsabilidade em produzir informação de qualidade, analítica, esclarecedora, iluminadora da realidade. Houve uma inegável evolução técnica. Os jornais são impressos em papel de melhor qualidade, com uma impressão a cores que os jornalistas mais antigos jamais imaginariam que pudessem chegar a ver. Estão mais bonitos. Mas, infelizmente, são de pouca valia para que o cidadão possa compreender e entender o que se passa ao seu redor.

Ao analisarmos com um pouco mais de cautela, veremos que a atual situação – em certa medida até consolidada hoje, era simplesmente impensável dez anos atrás. Ninguém poderia imaginar, há dez anos, que o jornal *A Tribuna* iria crescer bastante em tiragem e circulação, num processo contínuo quase linear: inicialmente alcança e supera o concorrente nos dias úteis, mais tarde superaria também aos sábados e finalmente alcançaria tiragem e vendas bem mais numerosas que *A Gazeta* todos os dias da

² Informações adicionais em <http://www.redetribuna.com.br/index.php?page=jornal2> (acesso em 20 de maio de 2006)

³ GENTILLI, Victor - Jornalismo diário impresso capixaba: os desafios de uma nova realidade – trabalho apresentado no GT de Jornalismo da XIX Intercom, Londrina, 1996. mimeo. .

semana. Obviamente que, a partir do momento em que este processo tomou formas seguras e incontestáveis, o jornal filiou-se ao IVC (Instituto Verificador de Circulação).

Nem os mais otimistas planejadores de *A Tribuna* supunham que isso aconteceria. *A Tribuna* que deixou de circular em 1983 oficialmente porque os jornalistas fizeram uma greve (mas na verdade porque perdeu sua função com a morte de João Santos Filho em 1981}, não chegava a tirar três mil exemplares. Retorna em 1987, com um projeto interessante, desejando no máximo um segundo lugar digno e honrado.

O que teria acontecido?

Durante vários anos, *A Gazeta* manteve uma liderança confortável e segura. Poderia enfrentar dificuldades e turbulências, mas não perderia a liderança. O golpe de 1964 e o fim dos partidos políticos em 1965 fez com que Carlos Lindenberg, que por duas vezes governou o Espírito Santo permitisse que seu filho, Carlos Lindenberg Filho, conhecido como Cariê operasse um lento, cuidadoso e calculado movimento para colocar o jornal fora dos controles do grupo do ex-PSD ao qual seu pai era ligado e que tinha o jornal como seu instrumento de difusão de idéias. Carlos Lindenberg pai encerrava sua carreira política e seu filho, apesar da vocação, entendeu que o poder poderia ser exercido pelo jornal e não pela ocupação de cargos públicos. Esforçou-se em conquistar a *TV Globo* antes de empenhar-se por uma concessão de TV.

O grupo Nassau, que edita *A Tribuna* tem emissoras de rádio e uma concessão de TV que retransmite o *SBT*. Isso significa que o jornal alavancou-se sozinho, por seus méritos editoriais e mercadológicos. *A Tribuna*, que deixou de circular em 1983 era um instrumento a serviço do projeto de João Santos Filho tornar-se governador de Estado. Ele não escondia suas pretensões e seus objetivos centravam-se nas eleições de 1982. Morto em acidente aéreo em 1981, deixa o jornal acéfalo. O jornal, que prestava contas à sede da empresa no Recife, em Pernambuco, passa a fazê-lo em São Paulo. Sem um efetivo comando local, os jornalistas praticamente assumem o jornal. Uma greve em 1983 basta para que a empresa feche o jornal, que só iria retornar em fevereiro de 1987, tablóide, diferente, original.

Até meados dos anos 1990, as coisas se mantêm estáveis. Em 1995, *A Tribuna* chega diferente: impressa a cores, com um projeto gráfico e editorial completamente novo, feito pelo professor e pesquisador Juan Giner, da Universidade de Navarra.

Como se vê, as ações de *A Tribuna* são essencialmente de marketing. Na perspectiva editorial e jornalística, o jornal inova ao trazer uma grande reportagem na página 3, mas comete um erro ao redesenhar a ordem das editoriais:

Aparentemente, o jornal ficou mais próximo do seu público. Na prática, desvalorizou-se ainda mais como instituição privada produtora de um serviço público. O leitor não busca no jornal apenas aquilo que ele sabe que deseja, mas também algo mais, aquela referência maior de mundo, aquela informação mais qualificada. Ao tornar-se caudatário da opinião dos leitores e não condutor, no grande sentido do termo, o jornal desqualifica-se como instituição cujo bem maior é a credibilidade. O leitor pode achar que a opinião do jornal e o noticiário político são pouco importantes. O jornal jamais. Há aí, uma situação interessante. *A Tribuna* consegue fazer um jornal atraente mas desinteressado da política e o leitor, em alguma medida, aceita.

Fundamental o registro: uma coluna de religião passa a integrar o jornal logo nas primeiras páginas (com noticiário plural com ênfases nas multiplicidades evangélicas e no catolicismo) e o tema do emprego passa a ser fundamental para qualquer matéria e tende a ser a manchete do jornal. Qualquer matéria sobre uma nova empresa, um novo projeto do governo, uma iniciativa de alguma instituição enfatiza no lide, no título e, se for o caso, na manchete do jornal, o número de vagas de trabalho que podem gerar. O assunto é quase obsessivo.

“intelectual coletivo” como meta

Nos dez anos transcorridos entre 1985 e 1995, a forma como *A Gazeta* opera mostra um interesse ostensivo em credenciar-se como uma instituição forte da sociedade civil. Na cobertura das eleições para prefeito de Vitória em 1985, o jornal apóia ostensivamente o candidato do então PDS. As então incipientes pesquisas eleitorais apontam o candidato como favorito nos meses iniciais da campanha. Apesar do apoio de toda a *Rede Gazeta*, o candidato chega num fraco terceiro lugar. Dois outros candidatos polarizam a campanha.

O fato é que poucos meses após o resultado eleitoral, o jornal que estava há algum tempo sem editor-chefe contrata o jornalista Paulo Torre, jovem carioca talentoso curtido na velha escola do capixaba O Diário⁴, com larga experiência no jornal O Globo, inclusive como correspondente internacional. (Gentilli – 1996)

Se em outros momentos o leitorado gostaria de encontrar no jornal uma postura olímpica e orientadora da decisão de voto, agora o leitor queria não opinião, mas o engajamento responsável numa causa. O que estava em jogo naquele momento eleitoral era algo muito maior do que uma mera decisão de escolha entre opções políticas. Exagerando na força argumentativa, tratava-se de uma escolha entre civilização e barbárie. Assim, a expectativa do leitor é de que, como de fato se fez – embora de maneira até bastante discreta – o jornal se tornasse num efetivo parceiro do leitor/eleitor no fornecimento de argumentos e informações capazes de produzir uma espécie de solidariedade política. Contra o candidato “cabo Camata” e a favor da candidatura Vitor Buaiz. (Gentilli – 1996)

Ficou evidente o anacronismo da forma de apoio político. Preservando as velhas técnicas jornalísticas viciadas e vinculando-se a uma candidatura oficial, o jornal não consegue ajudar o candidato, mas o apoio faz com que o jornal perca significativamente a credibilidade.

Observe-se que em 1985, *A Gazeta* era o único jornal de expressão editado no Espírito Santo. *A Tribuna* que fechou em 1983 só voltaria em 1987. O jornal, em 1985 não tinha editor-chefe. Nestes anos subsequentes, vê-se um esforço vigoroso da *Rede Gazeta* em credenciar-se como instituição. Em pouco tempo, o grupo cria um projeto *O Espírito Santo na Constituinte* para debater as questões estaduais no novo panorama político decorrente das conquistas democráticas que se sucedem ao final da ditadura. Bem sucedida a experiência, poucos anos depois um novo projeto *Espírito Santo século XXI* consegue parceiros acadêmicos, institucionais e governamentais, privados e públicos para pensar a realidade regional.

De 1985 a 1995 vê-se a empresa mover-se com desenvoltura em busca da recuperação e da consolidação da credibilidade, mas uma redação preguiçosa e viciada com muitos profissionais com mais de vinte anos de casa tem dificuldades de sintonizar-se com este movimento. Paulo Torre, jornalista jovem mas experiente, retorna ao ES em 1986 para ocupar o cargo vago de editor-chefe. Em poucos anos torna-se-ia diretor de redação, faz mudanças significativas, em particular com a criação

⁴ Um jornal importante da década de 60. Produziu uma verdadeira revolução no modo de se fazer jornalismo no Espírito Santo. O jornal era propriedade de Edgard dos Anjos e contou com Cláudio Bueno Rocha, Paulo Bonates, Paulo Torre, Marien Calixte, José Casado, Miriam Leitão e tantos outros profissionais. A pesquisa em comunicação no Espírito Santo está a dever uma reconstituição da história de O Diário. Sabe-se informalmente de alguns profissionais produzindo relatos deste período. Nenhum ainda veio a público.

de uma coluna no primeiro caderno, com mudanças pequenas mas de fundo na primeira página e com a criação da página de opinião.

As coberturas eleitorais vão mudando uma a uma. Em 1986 – ano seguinte à traumática experiência de 1985 – o jornal dá espaços iguais a todos os candidatos, inclusive os que vem apoiados por partidos de aluguel. Daí até 1994, a cada eleição, o jornal se torna mais rígido nas condutas e procedimentos diante de coberturas eleitorais. Primeiro obriga o jornalista a afastar-se para aceitar convite de marqueteiros e vai endurecendo até exigir a demissão do jornalista que deseja trabalhar em comitê eleitoral em 1994, sem nenhum compromisso de retorno.

A eleição de 1994, aliás, é um bom exemplo de como o jornal evoluiu desde então. No segundo turno da eleição para governador, disputam, ombro a ombro nas pesquisas, o candidato do PT Vitor Buaiz e o candidato por uma coligação de pequenos partidos conhecido como “cabo Camata”. “Cabo Camata” era conhecido por ter sido presidente da Associação de Cabos e Soldados da PM, defendia causas indefensáveis e sobre ele ainda pesava acusações de pertencer aos esquemas do crime organizado no Estado.

A sociedade, naquele momento, exigia dos jornais uma posição clara. E *A Gazeta* comportou-se bem. Este quadro mostra claramente que o jornal trabalhava, potencialmente, para se transformar naquilo que José Luiz Cebrian chamava de “O intelectual coletivo”, usando uma expressão gramsciana. Cebrian, que foi o primeiro diretor de redação do jornal espanhol *El País*, fundado em 1977, e que teve um papel fundamental na transição espanhola, entendia que em alguns momentos, um jornal precisava de um certo grau de engajamento, de forma a se tornar uma referência para seu público. Tal raciocínio serve bem para os movimentos que a *Rede Gazeta*, em especial o jornal *A Gazeta* fazia. Até mesmo o slogan de propaganda do jornal que durante muito tempo foi “um jornal completo todos os dias” passou para “o jornal do Espírito Santo”. Em outras palavras, o jornal apresentava-se como pretendendo informar com isenção e neutralidade mas, ao mesmo tempo, defendia claramente os interesses maiores do estado do Espírito Santo.

Tudo parecia caminhar para que os dois jornais pudessem ajustar seu projeto editorial a uma fatia do leitorado, de forma a oferecer alternativas distintas, sem uma concorrência mais direta. De 1987 a 1995, quando passou a ser impresso a cores, com projeto da Universidade de Navarra, *A Tribuna* oscilou muito. Tinha dificuldades de

decolar, e apresentou-se com iniciativas editoriais polêmicas. Numa fase, logo depois da implantação do Estatuto da Criança e do Adolescente, o jornal, que já vinha dedicando a primeira página a assuntos policiais, começou uma verdadeiro cerco com ostensiva perseguição ao que chamava de “pivetes”. Inaceitável.

Num outro momento, um acordo com um deputado estadual que favorecia os interesses do grupo Nassau na Assembléia tornou este deputado em personagem praticamente diária de *A Tribuna*. Todo dia lá estava ele, em alguma matéria inexpressiva, quase sempre com fotos. *A Gazeta*, em geral tímida nos conflitos com concorrentes, soube explorar bem este episódio, embora de forma discreta.⁵

É nesta conjuntura que, em outubro de 1995, o diretor de redação, Paulo Torre, morre de enfarto fulminante, aos 46 anos de idade. Torre soube manter, durante quase dez anos, uma redação estável. Em alguns aspectos tinha enorme capacidade em preservar a redação, em outros, quando mais exigido, a tendência mais refratária da redação servia de apoio para evitar mudanças.

O fato é que o impacto da morte do diretor de redação alcançou o jornal quando este se preparava para os pesados investimentos para implantar a impressão em cores, o grupo iniciava os preparativos para operar a sucessão familiar e os jornais se viam desafiados frente ao surgimento da internet comercial, que viria a produzir drásticas mudanças no papel e funções do jornal diário impresso.

Era preciso dar um tranco na redação, nem tão suave para impedir que ela se acentuasse seu perfil mais refratário; nem tão forte que o impacto a tornasse ingovernável. O dilema não se resumia a quem seria o novo diretor, mas qual o perfil de um novo diretor diante dos desafios que estão colocados.

O fato é que, se de 1986 a 1995, Paulo Torre conduziu a redação com segurança e firmeza, sem qualquer ameaça, de 1995 a 2005 o jornal contou com 6 diretores de redação diferentes, cinco deles, paulistas. Ariovaldo Bonas e Roberto Muller Filho, foram os dois primeiros e Sérgio Egito e Antônio Carlos Leite os dos últimos. Na média, cada diretor de redação manteve-se no cargo por menos de dois anos. E destes, com exceção de Sérgio Egito capixaba e funcionário de muitas décadas na empresa, todos eles eram oriundos de jornais de São Paulo.

⁵ Trata-se do deputado estadual Ulisses Anders, que, aliás não beneficiou-se do apoio explícito, tanto que não conseguiu reeleger-se.

Como agravante, o jornal viveu de forma intensa a crise do dólar de 1999, quando boa parte do parque gráfico renovado ainda era dívida em moeda estrangeira, a bolha da Internet e outras crises. O jornal sofria com as próprias consultorias que contratava e que inventava inovações sem conhecer a dinâmica e as particularidades da produção de jornal impresso diário. E antes de passar o bastão para seu filho, Carlos Fernando Lindenberg Filho, Cariê, mudou a estrutura da empresa e criou direções para o marketing, a tv, o o jornal etc. Nestes anos o jornal teve apenas um conhecedor de jornal como diretor de área do jornal. Todos os demais eram executivos que desconheciam até mesmo as peculiaridades do negócio da comunicação.

O primeiro diretor de redação paulista, Ariovaldo Bonas chegou tateando a redação, trouxe um jornalista capixaba há muitos anos distante daqui para realizar uma coluna nova e, passado o impacto inicial, alguns na redação perceberam que eram estimulados a experimentar, inovar, tentar sair da letargia. O jornal voltou a produzir grandes reportagens, apenas liberando os mais experientes para trabalhar com mais folga e liberdade.

Ariovaldo Bonas poderia ter ficado mais tempo no comando da direção da redação de *A Gazeta*, não fosse um passo em falso. O jornalista Friederick Brum Vieira, conhecido como Fred Brum, que veio a Vitória com Bonas para produzir a coluna *Perspectiva*, de comentário econômico mas bem mais aberta e ampla publica, no dia 9 de julho de 1996 uma coluna intitulada “Chicago é aqui”. Usando um texto quase de crônica e com metáforas e nomes assemelhados, o texto se refere ao Tribunal de Justiça e a vários desembargadores como comerciantes de sentenças.

Cada desembargador supostamente citado entrou com ação judicial por danos morais contra Friederick Brum, Ariovaldo Bonas, Carlos Fernando Monteiro Lindenberg Filho pedindo indenizações milionárias. Com isso, a redação, que se sentia vigorosa, mais poderosa e livre, fica acuada e temerosa. Além disso, é certo que, a partir deste episódio, a chamada “indústria das indenizações” passou a agir com muito mais assiduidade, frequência e ousadia (no estabelecimento do valor das indenizações). O advogado passou a se constituir numa personagem determinante do processo de edição do jornal. Qualquer matéria mais polêmica era submetida a seu parecer. Evidente que tudo ficou mais difícil.

Os últimos dez anos invertem os dez anos anteriores. *A Tribuna* começa a crescer e ampliar suas vendas e circulação e *A Gazeta* perde o diretor de redação, passa

a ter vários profissionais se revezando por pouco tempo no comando da redação. Os diretores apelidados de “paulistas” não temem demitir em massa profissionais com mais de vinte anos de casa e muitos deles deixam sua marca produzindo uma reforma gráfica no jornal. Foram inúmeras as reformas nestes dez últimos anos.

A primeira página de A Gazeta (Vitória, ES) de domingo (18/7/04), informava que jorra petróleo em uma cidade capixaba. De fato, tem jorrado petróleo em espaços capixabas, mas marítimos. A primeira página era da década de 1950. Depois vinha outra primeira página, informando que o Brasil conquistara o tricampeonato de futebol, em 1970. A seguir, mais uma primeira página informando que o maior ídolo brasileiro morrera na pista. Era a manchete sobre a morte de Ayrton Senna, há dez anos.

A edição, nas suas várias primeiras páginas que antecederiam a verdadeira primeira página do jornal, reproduziam capas antigas do jornal. Era visível que A Gazeta mudara entre cada uma daquelas edições selecionadas. Mas não seria um exagero de marketing fazer o leitor abrir páginas e páginas para alcançar a aparentemente óbvia primeira página?

Mudanças, mudanças...

Houve tempo em que jornal tinha que mudar aos poucos, para não chocar o leitor. Depois, optou-se por mudanças bruscas. Nesta mudança, A Gazeta optou por mostrar que o próprio jornal já mudara várias vezes. Parecia desculpar-se por mais uma alteração gráfica e editorial. Em verdade, o jornal mudou muito – e muito bruscamente – nos últimos dez anos, e não nos quase cinquenta apresentados. As mudanças mais recentes A Gazeta fingiu ignorar. Para um leitor desatento, a coisa passa. Mas será que o jornal deseja mesmo leitores desatentos?

Nos últimos dias, o tradicional matutino capixaba vinha anunciando que a edição de domingo inauguraria uma nova fase, renovada, com mudanças. Mas vender jornais do passado para mostrar o que se pretende um jornal do futuro não parece a este observador um bom caminho. Como esse episódio se restringe a uma única edição, vá lá, aceitemos como uma jogada promocional. Naquele domingo, o cidadão saiu perdendo. E nos próximos dias? (Gentilli 2004-1)

O que muda?

O leitor de *A Gazeta* ganhará vários novos colunistas. Agora, basta assinar (ou comprar na banca) os dois jornais capixabas para que todas as *griffes* jornalísticas brasileiras sejam encontradas. Tudo que ainda não penetrara no mercado capixaba agora está em um dos dois jornais – *A Gazeta e A Tribuna*.

A ordem de apresentação das editorias mudou. O jornal, que mantinha há anos (e sobrevivendo a várias mudanças) a Política abrindo suas páginas, agora mandou essa editoria para as primeiras páginas do seu segundo caderno. Mau sinal: o jornal informa que ouviu os leitores e fez o jornal que os leitores desejavam. O leitor não gosta de política? Tudo bem, empurramos a política lá para trás!

Jornalismo não é bem isso. Se os leitores não gostam de política, o jornal deve buscar formas de apresentar a política de uma maneira mais agradável. A família

Lindenberg adquiriu o jornal para usá-lo como instrumento político do partido de Carlos Lindenberg, que governou por duas vezes o Espírito Santo. Carlos Lindenberg Filho, seu sucessor no jornal, operou uma delicada e cuidadosa mudança para modernizar o diário e torná-lo uma efetiva instituição pública.

Cariê, como Lindenberg Filho é conhecido foi um mestre. E é sincero quando afirma que o golpe de 1964 fez bem para seu jornal. Afinal, ao extinguir os partidos, o golpe quase extinguiu a política. Neste processo, de uma maneira segura e cuidadosa, Cariê fez de *A Gazeta* um símbolo de boa informação – de qualidade, isenta e a serviço das boas causas.

Em tempos mais recentes, o jornal batalhou com vigor a favor da moralidade administrativa e lutou bravamente contra o crime organizado. Do jornal pessedista que defendia o governo Carlos Lindenberg, *A Gazeta* tornou-se uma referência de boa informação política, plural, com credibilidade. E engajada nas boas causas suprapartidárias. Lindenberg Neto, conhecido como Café, parece ter sucumbido ao marketing. Por sorte, as páginas editoriais e de opinião que ocupavam as páginas 4 e 5, agora vieram para a 2 e 3. Os espaços de opinião surgiram suculentos, plurais e instigantes há mais de dez anos. Perderam força numa das diversas mudanças que o jornal sofreu (literalmente) nos últimos anos.

Agora, depois das Cartas e da Opinião, o jornal abre com várias páginas de Cidades. De novo, um leitor desatento fica com a impressão de que o diário ampliou o noticiário sobre os grandes temas locais. Pelas edições de domingo e segunda-feira, uma leitura atenta não mostra isso. A editoria de Cidades cresceu. Incorporou a velha editoria de Polícia e encerrou a editoria de Estado, que oferecia um noticiário das cidades de fora da Região Metropolitana da Grande Vitória.

Com esta última mudança, o jornal, parece, preferiu parar de mexer. Pouco antes, cria um jornal popular, *Notícia Agora*, nos moldes do jornalismo do *Extra* do Rio de Janeiro e *Aqui São Paulo*, de São Paulo. A única alteração mais significativa e que mostra as verdadeiras intenções da nova publicação é o formato tablóide, maneira que o jornal encontrou de tentar fazer frente ao concorrente “por cima e por baixo”. Parece que não deu certo.

Pouco depois desta última mudança, a criação de uma coluna social com práticas antigas e não jornalística produz uma crise familiar.

Poucos dias depois, o jornal viria a contar com uma mudança praticamente imperceptível. O conselho de administração do jornal, que tradicionalmente abria o

expediente do jornal (que compunha o rodapé das páginas 2 e 3 do matutino) deixava de aparecer. O Conselho de Administração tem como presidente Maria Antonietta Queiroz Lindenberg e como secretário executivo Carlos Fernando Lindenberg Filho. O jornal também deixava de estampar o nome do seu diretor-geral, Carlos Fernando Lindenberg Neto.

A Gazeta viveu um processo difícil e tortuoso para demitir, recentemente, o colunista social do jornal, que mantinha sua coluna há cerca de 40 anos. Num primeiro momento, Hélio Dorea, deixou de fazer a coluna, mas esta continuou a manter o nome do seu titular como o nome da coluna. Uma outra coluna, mais jovem, mais dinâmica, aparecia com o nome Zig-Zag. O constrangimento para tirar Hélio Dorea do jornal devia-se ao longo tempo de permanência do colunista e ao fato de ele ter impulsionado a área comercial do jornal há anos passados. Os supostos vínculos do colunista com o crime organizado no estado foi o fator que forçou a família Lindenberg a desfazer-se deste parceiro de tantas décadas. O afastamento do titular não foi suficiente. O jornal terminou por demitir o colunista e encerrar a coluna.

Na semana passada, um novo nome passava a assinar uma nova coluna social no jornal com o sugestivo nome de "Sociedade". Com práticas absolutamente distintas daquelas que caracterizam o bom jornalismo, a nova coluna inaugurava com os mesmos personagens que freqüentavam a coluna anterior. E, aparentemente, com a mesma prática, distanciada do bom jornalismo.

Pesos e medidas

Quando a fábrica de chocolates Garoto começou a enfrentar problemas familiares (ainda antes da venda para a Nestlé) os jornais capixabas noticiavam a crise com detalhes. Para surpresa geral, um até então desconhecido Paulo Meyerfreund apeava da direção da empresa o empresário Helmut Meyerfreund, que vinha tocando a fábrica há vários anos (desde que recebeu de seu pai) e preparava-se para passar o bastão para o seu filho Victor Meyerfreund. No caso da Garoto, pai e filho estavam do mesmo lado e com o mesmo projeto. Perderam. Decorrencia da perda, a empresa foi colocada à venda e adquirida pela Nestlé. O resto é notícia fresca.

Agora, no jornal A Gazeta, o mais difícil é conseguir informação confiável. Crise em jornal não é notícia de jornal. Alguns sítios noticiosos voltados a informar sobre o Espírito Santo afirmam que a crise colocou Lindenberg Filho e Lindenberg Neto em posições antagônicas. O filho recebeu o jornal ainda nos anos 1960 de seu pai, que foi governador do estado e tinha no matutino um instrumento de divulgação política. Maria Antonietta, diretora do conselho diretor, é viúva do velho Carlos Lindenberg.. (Gentili – 2004 -2).

Com isso, tudo fica mais difícil e complexo. Tudo indica que o cidadão capixaba vai continuar com grandes dificuldades de conseguir boa informação pela leitura dos jornais diários. Aguardemos o futuro.

O contexto digital e os gêneros jornalísticos: considerações sobre a retórica da narrativa na Web

Beatriz Ribas ¹

Resumo: Neste artigo, analisamos características e elementos que constituem e que são constituídos pelo espaço retórico em que se insere a produção webjornalística. Observamos o contexto de reconfiguração dos gêneros jornalísticos – enfatizando a reportagem e a infografia –, as transformações dos papéis de usuários e produtores, e as relações entre narrativa e *design* no entorno digital. As interfaces gráficas ocupam lugar de destaque no webjornalismo, possibilitando reflexões a respeito de uma estruturação do discurso mais adequada à lógica modular do ciberespaço. Nossa análise busca elementos que nos permitam refletir sobre perspectivas para o jornalismo na Web enquanto prática discursiva com identidade própria, em consolidação, diferenciada dos meios tradicionais.

Palavras-chave: Webjornalismo – Retórica – Narrativa – Reportagem – Infografia

O contexto digital e os gêneros dialógicos

O caráter retórico da comunicação na Web vem sendo objeto de estudo de alguns autores (GARCÍA, 2003; COLORADO, 2003; GÓMEZ, 2004; MAYORDOMO, 2004) que identificam ressonâncias das operações constitutivas do discurso clássico na narrativa no ciberespaço. Processo bidirecional envolvendo usuário e produtor da informação, a relação entre retórica e Web aponta para transformações recíprocas na constituição de uma identidade para os processos comunicativos do ciberespaço.

¹ Jornalista e Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela FACOM/UFBA. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL) e professora das Faculdades Jorge Amado, em Salvador/BA.

O dialogismo abrange as interações comunicativas nas diversas mediações da linguagem. Mesmo tendo sido formulado no contexto da interação social, observa-se que as mediações pelos dispositivos digitais são também dialógicas (I. MACHADO, 2001; LÓPEZ e BOLAÑOS, 2003; SCOLARI, 2004; PORTO ALEGRE, 2004; NOGUEIRA, 2005). A interatividade é a característica potencializada pelo novo meio que se envolve diretamente com o processo do diálogo, em diferentes níveis. No estudo da comunicação mediada por computador, a interatividade é considerada a relação dialógica entre homem e técnica (LE MOS, 1997); a capacidade de demandar ao sistema e de que este responda oferecendo o que se pediu (DÍAZ NOCI, 2002:100); processo de comunicação, intercâmbio e diálogo (ALONSO e MARTINEZ, 2003:282; MEADOWS, 2003:37).

Interactivity is a continuing increase in participation. It's a bidirectional communication conduit. It's a response to a response. It's a relationship. It's good sex. It's bad conversation. It's many things, none of which can be done alone. Interaction is a process that dictates communication. It can also be a communication that dictates process. It provides options, necessitates a change in pace, and change you as you change it (MEADOWS, 2003:37)².

Partindo da teoria do dialogismo formulada por Mikhail Bakhtin (1979, 1992), Irene Machado (2001) discute a questão dos gêneros no contexto digital enquanto as instâncias potenciais da comunicação mais sensíveis às transformações que levam tanto à produção de formas estáveis quanto ao aparecimento de novos formatos (2001:26).

I. Machado (2001) denomina gêneros digitais as formas comunicativas processadas digitalmente ou pela via on-line, pela conexão e estrutura de redes de computadores. Para a autora, estes gêneros são “formas arquitetônicas cujas estruturas são modelizadas por linguagens artificiais, criadas pela engenharia digital, para combinação e reprocessamento

² “Interatividade é um aumento contínuo na participação. É um canal de comunicação bidirecional. É uma resposta a uma resposta. É um relacionamento. É sexo bom. É conversa ruim. São muitas coisas, nenhuma delas que se possa fazer sozinho. Interação é um processo que impõe comunicação. Pode ser também uma comunicação que impõe um processo. Proporciona opções, necessita uma mudança no ritmo, e transforma você, enquanto você o transforma”. (Tradução da autora).

de sistemas de escrita e de gêneros literários, discursivos; de gêneros informativos da mídia impressa; da linguagem visual e do *design* gráfico; dos gêneros audiovisuais do cinema, do rádio e da televisão” (I. MACHADO, 2001:30).

Considerar os gêneros em tempos de cultura digital implica atentar não só para o modo como as mensagens são organizadas e articuladas do ponto de vista de sua produção, como também em sua ação sobre a troca comunicativa, vale dizer, no processo de recodificação pelos dispositivos de mediação. Os programas digitais são assim processo de recodificação dos gêneros. Gênero não se reporta apenas à língua, mas ao meio, ao ambiente formalizado digitalmente que agora participa da enunciação (I. MACHADO, 2002:29).

De acordo com a autora, o gênero digital se define em função de propriedades digitais e dos propósitos tecnológicos. Desenvolve-se em um ambiente e interage com ele. São formações discursivas modelizadas digitalmente e, por isso, sua compreensão não acontece à revelia da mídia envolvida. Para I. Machado (2001), é impossível compreender a modelização dos gêneros digitais fora do *design*, e com esta questão, traz uma interessante discussão sobre o *design* de gêneros, que envolve as relações entre o contexto e o conteúdo como determinação de gênero. Tratar dos gêneros jornalísticos na Web recai justamente sobre esta questão: que formatos, além dos conteúdos, caracterizam os diferentes modelos para os gêneros jornalísticos no ciberespaço?

No contexto digital, a definição de gênero se amplia, pois este constitui-se enquanto a capacidade de reconhecer e distinguir a informação através das propriedades materiais do meio e, conseqüentemente, associa o conteúdo ao contexto (I. MACHADO, 2001). Nestas condições, Irene Machado (2001) indica o gênero como produto do *design* de um programa ou sistema cuja linguagem modeliza todo um sensorio não apenas de meios, como também de ambientes. As reflexões da autora sobre os gêneros e suas relações com o *design* baseiam-se nos *designers* John Seely Brown e Paul Duguit (1994, 1996), em uma

investigação sobre a importância do *design* do gênero para o contexto da comunicação digital, bem como sua distinção em relação à cultura literária.

Para eles, da mesma forma como os aspectos físicos do livro se encarregam de indicar seu conteúdo, muito antes da leitura de uma única palavra, os mecanismos do ambiente digital são fundamentais para o conhecimento das mensagens que nele se articulam e por ele são veiculadas. Evidentemente, trata-se de um tipo de saber que envolve todo um aprendizado que mal começou a ser assimilado (I. MACHADO, 2001:33).

Segundo I. Machado (2001), a grande tese do dialogismo foi empreender uma definição de gênero que considera indistintamente todo o contexto enunciativo e não apenas o relato. O ambiente digital possui propriedade genérica, seja para viabilizar uma conversa, uma narrativa, um desenho, um gráfico, um som, um movimento. Neste sentido, a autora considera que para o sistema de escrita eletrônica, os elementos periféricos são tão importantes quanto os elementos centrais, fazendo valer a máxima de Bakhtin sobre a importância do não-dito para a enunciação, quando a situação é, de fato, o próprio discurso (I. MACHADO, 2001:34).

As reflexões de Irene Machado (2001) permitem-nos considerar que, na composição da narrativa webjornalística, torna-se evidente que determinados tipos de conteúdos comunicam de maneira mais efetiva sob a forma de determinados gêneros jornalísticos reconfigurados na Web. A autora ressalta que para o *design*, o gênero é definido do ponto de vista arquitetônico. Tal como o arquiteto organiza o espaço, cada gênero é considerado de acordo com um projeto, com características específicas. O *design* cria organizações e convenções próprias para cada gênero evidenciando a finalidade para a qual cada uma foi projetada (I. MACHADO, 2001).

Após a discussão sobre os gêneros no contexto digital, I. Machado (2001) trata dos gêneros conversacionais fundados no diálogo, também considerados por López e Bolaños (2003) como gêneros dialógicos.

Hablamos de géneros dialógicos para referirnos a los géneros que se basan en la interacción, instantánea o diferida, entre múltiples personas y que emplean el diálogo en la Red a través de la palabra escrita, la palabra oral, el lenguaje gestual o la iconografía para intervenir en escenarios propuestos por un generador digital que puede ser una empresa comercial, un medio de comunicación de masas, un colectivo cultural o quien quiera que desee convertir Internet en una plataforma de debates (LÓPEZ e BOLAÑOS, 2003:495).

Enquanto I. Machado (2001) determina como gêneros dialógicos o *chat* e a lista de discussão, considerando o segundo um gênero dialógico por excelência que se reporta a um gênero de longa tradição cultural: o diálogo socrático³, López e Bolaños (2003) classificam como gêneros dialógicos a entrevista, o fórum de debates, o *chat* e as enquetes. Os autores espanhóis caracterizam a entrevista como o gênero dialógico por excelência na Internet (LÓPEZ e BOLAÑOS, 2003:518). Vale a ressalva de que I. Machado (2001) não aborda os gêneros jornalísticos, e sim, os gêneros digitais. López e Bolaños (2003) tratam por gênero jornalístico a entrevista e consideram o *chat*, a enquete e os fóruns de discussão, gêneros dialógicos. Gêneros jornalísticos podem ser dialógicos, como no caso da entrevista, mas gêneros dialógicos, nem sempre, são jornalísticos. Salaverría (2005) caracteriza como gêneros *ciberjornalísticos* o *chat*, a enquete e os fóruns de discussão.

Sobre a lista de discussão, que também denomina ‘conferência on-line’, Irene Machado (2001:39) explica que

a dialogia desse gênero não deriva da existência do diálogo entre pessoas, que aqui é realmente virtual, mas do fato de nela os sujeitos discursivos publicarem seus posicionamentos e transformarem seus discursos em fala pública. Tal particularidade define não só a conferência on-line como um gênero dialógico por

³ Jay David Bolter (1991:107), ao tratar do Novo Diálogo possibilitado pelo computador e pelo hipertexto, indica que os diálogos platônicos combinavam a permanência da escrita com a aparente flexibilidade da conversação. Machado (2001) explica que o diálogo socrático é um gênero tipicamente especulativo que busca a verdade filosófica impulsionada por uma grande provocação, tal como o formulara Mikhail Bakhtin instigado pela obra de Dostoiévski.

excelência, como também atribui aos interlocutores a condição de sujeitos dialógicos. Quer dizer, como indivíduos produtores de discursos que confrontam idéias e montam o circuito dialógico da responsabilidade num “mundo plugado” (I. MACHADO, 2001:39).

Para López e Bolaños (2003), com a linguagem hipertextual, foram modificadas diversas situações levantadas historicamente entre emissor e receptor, especialmente o direito do receptor ao protagonismo do ciclo comunicativo. Com as potencialidades do meio, o emissor perde poder e o receptor se transforma em re-emissor e emissor ao mesmo tempo. “El emisor envía un mensaje (o lo vende), pero el receptor ya tiene la opción de convertirse en protagonista del ciclo al decidir si muestra su reacción (*feedback*) al emisor u opta por dirigirse directamente a los millones de usuarios de Internet en el mundo y expresar su opinión aunque sea unipersonalmente” (LÓPEZ e BOLAÑOS, 2003:496).

As bases de dados e o espaço retórico moderno

O hipertexto é coadjuvante quando se passa a observar as bases de dados enquanto condicionantes das narrativas digitais e as interfaces como objetos culturais (MANOVICH, 2001; FIDALGO, 2003; E. MACHADO, 2004a, 2004b; BARBOSA, 2004a, 2004b, 2004c). Obviamente, as estruturas de links não deixam de ser importantes para a configuração das narrativas, sendo determinantes das operações que os usuários realizam sobre as bases de dados. Contudo, são fase posterior da composição de qualquer interface Web estruturada em bancos de dados, quando os itens e suas possíveis relações já foram pré-estabelecidos pelo programador ou reorganizadas automaticamente pelos algoritmos (COLLE, 2002).

É a estrutura de links que permite ao usuário dialogar com a narrativa, mesmo que em um momento posterior ele possa enviar informação e obter respostas do sistema através do som ou da imagem. O primeiro acesso é sempre através do clique⁴.

Cuando un periodista crea una noticia para un cibermedio, en realidad está insertando un registro en una base de datos. Cuando un usuario quiere leer una noticia en su medio preferido, en realidad está consultando esta base de datos y extrayendo información. Es posible que ni uno ni otro perciban que tras sus acciones en realidad están manipulando una aplicación, un software específico de base de datos (LÓPEZ, GAGO e PEREIRA, 2003:197).

Quando envia informação ao sistema, o usuário está inserindo um registro na base de dados, seja com informações pessoais para um ambiente personalizável, contribuições opinativas sobre determinado assunto, ou diálogo registrado pelo sistema com outro usuário ou com o produtor. A ação de recuperar alguma informação através de um buscador também se constitui enquanto um registro, e através dele o usuário é avisado de que já realizou busca semelhante em outro momento ou que essa busca pode ser associada a um outro grupo de itens. O simples acesso a uma notícia gera um registro no banco de dados útil a um controle por parte do produtor sobre o tipo de informação mais acessada pelos usuários (MOHERDAUI, 2005). Neste sentido, e em concordância com Elias Machado (2004b), as bases de dados, além de redefinirem o conceito de narrativa no ciberespaço, mudam o conceito de leitor das narrativas tradicionais, que no ambiente digital e interativo passa a usuário, ou teleator (MANOVICH, 2001:161).

De acordo com E. Machado (2004b), quando de sua concepção, se consideradas as três funções da arquitetura da informação⁵, “a meta de uma narrativa interativa seja mais a

⁴ Obviamente, no caso de um sistema que funcione apenas através do reconhecimento da voz humana, de sons, de movimentos, para ligar, funcionar, executar comandos e desligar, o hipertexto não é utilizado. Neste caso, um outro tipo de narrativa emerge, bem como uma nova gramática, linguagem e retórica, novas relações e procedimentos. No contexto desta dissertação, não consideramos este tipo de sistema.

criação de um contexto e de um espaço em que a narrativa possa ser descoberta e/ou composta pelos usuários, que a autoria de uma história completa, com começo, meio e fim, como ocorre na narrativa moderna clássica” (E. MACHADO, 2004b). O espaço navegável e interativo da narrativa na Web permite, portanto, a configuração de uma retórica específica que incorpora as relações polêmico-contratuais entre sujeitos (SCOLARI, 2004:234). O que quer dizer que, ao criar um entorno interativo, o produtor transmite os seus próprios esquemas cognitivos, introduzindo uma série de normas de uso, que por sua vez são reinterpretados pelos esquemas cognitivos do usuário (SCOLARI, 2004:235).

Scolari (2004:163) define o conceito de interface nos sistemas interativos como o lugar onde se desenvolve o duelo entre a estratégia do *designer*⁶ e a estratégia do usuário, o entorno onde o simulacro do usuário conversa com o simulacro do *designer*, o espaço de encontro entre uma gramática do *design* e uma gramática do uso.

Durante el proceso de interacción, todas estas figuras virtuales (tanto las que viven dentro de la interfaz como las que existen en la mente del diseñador y del usuario) entran en una dinámica de choques y mutaciones recíprocas (SCOLARI, 2004:163).

Colorado (2003) considera a Internet um espaço retórico moderno similar a *Ágora* clássica, devido a duas características que, segundo o autor, possivelmente não existiam em outro âmbito comunicativo ou, pelo menos, não existiam como se configuram na Internet. A primeira é constituir-se enquanto espaço público e aberto que pode acolher as diferentes classes sociais possibilitadas de interatuar através da palavra. A segunda característica é o

⁵ E. Machado (2004b) indica que a arquitetura da informação cumpre ao menos três funções: 1) uma mais clássica, de mapa que indica os percursos para localização da informação; 2) uma mais recente, que orienta a busca e recuperação das informações; 3) e uma terceira, pouco estudada até aqui, de servir como elemento estruturante na composição de narrativas multimídia. Para Machado (2004b), com a progressiva estruturação dos cibermeios no formato de bases de dados, o conceito de arquitetura da informação necessita ser alargado, deixando de ser simplesmente associado à busca de facilidades de acesso e ao incremento da usabilidade da interface gráfica, para ser pensado como um dos elementos estruturadores das narrativas multimídia no ciberespaço.

⁶ Neste caso, *designer* é tanto quem projeta a interface gráfica como quem organiza o conteúdo informativo.

seu caráter social, quando estar conectado e participar das redes de relações significa fazer parte da sociedade. “Todo ello hace de Internet un ámbito comunicativo eminentemente retórico, al igual que lo fue el *Ágora* donde nació la retórica, que abre el camino para el nacimiento de una nueva retórica apta para este nuevo medio” (COLORADO, 2003).

Além das características fundamentais, Colorado (2003) indica que para considerar a Internet como âmbito comunicativo retórico é necessário ainda observar um conceito central: a persuasão. Segundo o autor, desde suas mais antigas definições, o objeto da retórica é a persuasão: ser capaz de persuadir por meio da palavra. A intenção de qualquer página Web é comunicar algum tipo de informação, vender algum produto ou promover algum tipo de experiência. De uma maneira ou de outra, o usuário precisa ser persuadido a interagir com o sistema, seja através da palavra escrita, de imagens, recursos de áudio ou vídeo, ou ainda pela facilidade do uso ou usabilidade (FLEMING, 1998; NIELSEN, 1999; GARRET, 2003).

Para alguns autores que pesquisam a retórica da Web (GARCÍA, 2003; COLORADO, 2003; GÓMEZ, 2004; MAYORDOMO, 2004), esta apresenta muitas ressonâncias das operações constituintes do discurso clássico. Tratam da retórica na Internet como um amplo conjunto de opções comunicativas, considerando as transformações nos papéis do emissor e do receptor clássicos, passando a produtor e usuário, e podendo tocar de lugares a depender da narrativa e do sistema interativo.

Mayordomo (2004) identifica que a relação entre retórica e Internet é bidirecional, na medida em que a Internet está modificando a retórica, introduzindo elementos e componentes que antes não faziam parte de seu universo, passando a estar submetida a novos condicionamentos e novas tensões.

La retórica se ve influida por Internet en la medida en que la comunicación retórica misma se adapta a las condiciones de este medio. La configuración teórica y metodológica de la retórica, al tener en cuenta Internet, se modifica de un modo importante, sin por ello - y ésta es una de las cualidades de la retórica -, perder toda la organización histórica y dinámicamente acumulada, que constituye el sistema retórico. Las modificaciones y transformaciones de la retórica no son sustitutivas sino coherentemente aditivas, de tal modo que hacen de la retórica un sistema en el que distintos componentes pueden estar inactivos mientras que otros están activos, pero existiendo siempre la posibilidad de que los inactivos sean activados si las necesidades y circunstancias de la comunicación y del análisis así lo exigen (MAYORDOMO, 2004).

A reportagem

Nos primeiros momentos do webjornalismo, notícia e reportagem não apresentavam entre elas diferenças estéticas e estruturais. Ainda hoje, o que Salaverría (2005) classifica como notícia e como reportagem nos *cibermeios* possui praticamente as mesmas características, salvo o *design* mais elaborado no caso da reportagem. Consideremos os tipos: *Notícia com Documentação* (2005:116-117) e *Dossiê Documental* (2005:163):

(...) **noticias con documentación.** Se corresponden con aquellas informaciones que, mediante enlaces hipertextuales, conectan al texto principal de la noticia una o varias informaciones relacionadas. Con ello, el lector que así lo desee puede contextualizar y ampliar los datos que se le han presentado en el texto principal. Las informaciones enlazadas pueden proceder tanto del propio archivo de la publicación como de fuentes externas, y pueden ser tanto meramente textuales (artículos, informes...) como multimedia (galerías fotográficas, grabaciones de declaraciones, vídeos...). La práctica – cada vez más común entre los cibermedios – de incluir estos enlaces documentales permite aportar mayor contexto y profundidad a la información. Asimismo, constituye una buena técnica para añadir credibilidad informativa (SALAVERRÍA, 2005:116-117) [Grifo nosso].

El **dossier documental** – también denominado reportaje especial por algunos cibermedios – es, en realidad, una acumulación más o menos estructurada de artículos de hemeroteca que versan sobre un mismo tema. Cuando un medio ha publicado un buen número de textos – crónicas, entrevistas, columnas, reportajes... - sobre un asunto informativo de interés público y de actualidad permanente, tiende a reunirlos en un repositorio común. Estos dossiers suelen contar con una breve presentación que contextualiza y presenta toda la información documental disponible (SALAVERRÍA, 2005:163) [Grifo nosso].

Nos dois casos, 1) a informação principal apresenta-se por texto escrito; 2) há complementação à informação principal por material de arquivo, em qualquer formato,

disposta como links; 3) agrega-se à informação principal qualquer outro gênero; 4) os elementos complementares proporcionam contexto e profundidade à informação principal. Mesmo que a notícia tenha um caráter mais factual e reúna menos informação complementar que a reportagem, essa não é uma diferença entre os gêneros na Web, mas sim, uma diferença entre eles de uma maneira geral, no contexto do jornalismo (GENRO FILHO, 1987).

Um consenso sobre as denominações dos gêneros ainda inexistente entre os autores que procuram uma classificação para os tipos de reportagem na Web (GARCÍA, 2003; SALAVERRÍA, 2005). O exemplo que Salaverría (2005:60) indica como reportagem multimídia destaca-se pelo uso do áudio articulado com as imagens em movimento. Essa é a integração que Salaverría considera um “amalgama indissolúvel” (2005:59), e talvez por isso, o autor caracterize este formato como ideal de integração. Ocorre que, se fazemos uma análise mais detalhada, trata-se de um conjunto de *slideshows* com áudio, mapas animados e uma infografia interativa. A integração de som e imagem em movimento é perceptível, mas somente notamos uma integração entre as outras partes através do *design*. Em realidade, a reportagem multimídia assemelha-se a um micro website, ou melhor, constitui uma micronarrativa multimidiática e interativa (fig.1).



Figura 1: reportagem multimídia publicada em O Estado de S. Paulo em 24.05.2005

Esta integração ocorre da mesma forma na reportagem em profundidade, que também através do *design*, integra os conjuntos informativos a partir de módulos, estabelecendo uma hierarquia visual. A diferença entre os dois tipos está no uso do áudio como o elemento central da narrativa, e não do texto escrito, no caso da reportagem em profundidade. Na reportagem multimídia, o texto escrito passa a acessório, enquanto na outra, é fundamental para a compreensão da mensagem. É por esse motivo, e não pela integração de áudio e imagem em movimento, que a reportagem multimídia se destaca enquanto formato mais interessante para este gênero na Web. É o fato de acabar com a hegemonia do texto escrito que torna este formato mais adaptado à Web.

Para diferenciar tipos de reportagem na Web, empreendemos uma classificação de modelos de composição, tendo por base a observação de algumas das principais publicações jornalísticas na Web, tais quais: O Estado de São Paulo⁷, Portal Estadão⁸, JB On-line⁹, The New York Times¹⁰, MSNBC¹¹, BBC News¹² e El Mundo¹³.

⁷ <http://www.estado.com.br>

Tabela-resumo 1 – Tipos de reportagem na Web

GÊNERO JORNALÍSTICO	MODELOS DE COMPOSIÇÃO
REPORTAGEM	1. TRANSPOSIÇÃO DO IMPRESSO
	2. REPORTAGEM COM DOCUMENTAÇÃO DESINTEGRADA
	3. REPORTAGEM EM PROFUNDIDADE
	4. REPORTAGEM MULTIMÍDIA INTEGRADA

Assim como a reportagem, mas de maneira mais expressiva no que corresponde ao contexto visual da informação, a infografia passa por um processo de adaptação ao entorno multimidiático sobre o qual são compostas as narrativas gráficas jornalísticas.

A infografia

Expressão da narrativa multilinear multimidiática e interativa, assim como a reportagem em profundidade e a reportagem multimídia, a infografia multimídia tem o potencial de congregar do mais simples ao mais complexo nível de interatividade (DE PABLOS, 1999; SANCHO, 2001, 2003; ALIAGA e DÍAZ NOCI, 2003; RIBAS, 2004; LIMA JR, 2004; SALAVERRÍA, 2005).

Díaz Noci (2002:96) define interatividade como a capacidade que o usuário tem de perguntar ao sistema e recorrer às bases de dados para recuperar a informação da forma desejada. Esta definição explica tanto a participação com o envio de dados do usuário e a obtenção de respostas do sistema, como explica a participação através do clique por uma

⁸ <http://www.estadao.com.br>

⁹ <http://www.jb.com.br>

¹⁰ <http://www.nytimes.com>

¹¹ <http://www.msnbc.msn.com>

¹² <http://news.bbc.co.uk>

¹³ <http://www.elmundo.es>

narrativa hipertextual, se consideramos que “perguntar ao sistema” pode significar “o que acontece se eu clicar aqui?” e a resposta é o conteúdo da próxima lexia.

Abordando os níveis de interatividade, Salaverría (2005:34) considera um grau mais básico da interatividade a possibilidade dada ao usuário escolher o itinerário hipertextual, navegando pelos links. Segundo o autor, essa ação limita-se à capacidade de manipular os conteúdos informativos. Como um nível de maior riqueza e complexidade, Salaverría (2005:34) caracteriza a ação do usuário em empreender um diálogo através do computador com o jornalista, com um entrevistado ou com outros usuários. E por fim, considera também uma experiência interativa complexa aquela que o usuário mantém com o arquivo do *cibermeio*, dialogando com as bases de dados.

No caso da infografia multimídia, mais que enviar mensagens a serem publicadas ou participar com sugestões do processo de construção da notícia, a interatividade no âmbito da narrativa permite a modificação do sistema a partir de ações ou informações do usuário, extrapolando os limites dos simples atos de enviar e receber uma mensagem e de navegar por uma estrutura hipertextual. Através da narrativa, o usuário pode interagir com a mensagem em quatro estágios: 1) Observação, 2) Exploração, 3) Modificação, 4) Mudança Recíproca (MEADOWS, 2003:121), como pode ser observado na infografia do especial de saúde do *El Mundo* “*La Familia Crece*” (figs.2 e 3).

O usuário começa por uma explicação sobre a anatomia envolvendo o útero e o feto, passa para o estágio do nascimento e, posteriormente, para explicações personalizadas e detalhadas sobre o momento do parto, de acordo com as respostas que dá sobre si mesmo. Entre as explicações, pode clicar ou passar o *mouse* em certas regiões da infografia para perceber, através da animação das imagens, o processo com mais detalhes.



Figura 2: Infografía sobre o momento do parto, *El Mundo*, 01.04.2003



Figura 3: O sistema faz perguntas e mostra detalhes do parto de acordo com as características indicadas pelo usuário

Para Anamaria Moraes e Luiz Agner (2003), em uma comparação entre o desenho para o impresso e para a Web, a diferença está nas funções dos olhos e das mãos. Enquanto o *design* para o impresso baseia-se em deixar que os olhos do leitor se movam através da informação, olhando seletivamente para cada objeto, os elementos da página enfatizam-se e explicam-se uns aos outros. O *design* para a Web funciona ao deixar que as mãos se

movam pela informação, clicando o mouse, enquanto as relações entre as informações expressam-se temporariamente como parte dos movimentos e interações do usuário com os objetos virtuais.

Por isso, o *design* de componentes de interfaces gráficas não deve ser empregado somente para dar vida às páginas da Internet ou para embelezá-las: os gráficos e as imagens são parte integrante da experiência. Isso quer dizer que o visual não está separado das questões e dos problemas intrínsecos das interfaces. Sob o ponto de vista do usuário, a navegação é centrada em objetivos e ações. Por isso, mais do que desenhar barras, botões ou menus, os *designers* projetam interações. O que desenhamos é a experiência do usuário – ou seja, o seu sucesso ou o seu fracasso na busca de informações no ciberespaço (AGNER e MORAES, 2003).

Na infografia multimídia, o ponto de vista do desenho da experiência do usuário torna-se fundamental ao considerarmos a questão da interatividade no âmbito da narrativa, entre o usuário e o sistema. A característica mais destacada da infografia multimídia em relação aos outros gêneros é a possibilidade que dá ao usuário de fazer o acontecimento “acontecer” de novo, ou explorar o interior de algum lugar ou objeto e, ao fazer uma pergunta ao sistema (DÍAZ NOCI, 2002), obter uma resposta e perceber que controla a narrativa a partir do clique.

Como fizemos com a reportagem, para diferenciar tipos de infografia na Web, empreendemos também uma classificação de modelos de composição, tendo por base a observação das já citadas publicações jornalísticas na Web.

Tabela-resumo 2 – Tipos de infografia na Web

GÊNERO JORNALÍSTICO	MODELOS DE COMPOSIÇÃO
INFOGRAFIA	1. TRANSPOSIÇÃO DO IMPRESSO (IMAGEM ESTÁTICA)
	2. INFOGRAFIA ANIMADA SEQUENCIAL
	3. INFOGRAFIA MULTIMÍDIA INTEGRADA

A imagem estática como uma transposição do impresso é encontrada na Web como complementação a uma notícia ou a uma reportagem, ou ainda a uma entrevista, e até mesmo a uma infografia.

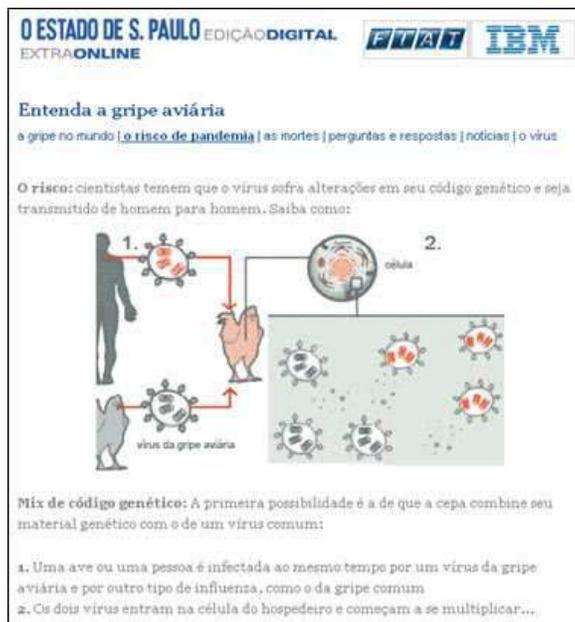


Figura 4: Infografia transposta do impresso em *O Estado de S. Paulo* em 13.11.2005

Em um momento posterior, observa-se a utilização da animação de partes do complexo visual que é apresentado seqüencialmente.



Figura 5: Infografia animada seqüencial publicada pelo *El Mundo* em 07.11.2001

Podemos inferir que foi a partir deste momento que se passou a pensar a infografia considerando-se o potencial do meio. O movimento passa a ser o diferencial da infografia na Web. A infografia multimídia integrada (fig.6) incorpora um ideal de utilização dos diversos formatos na narração do fato jornalístico e assinala o momento em que pode-se considerar que uma nova retórica emerge. O espaço retórico multilinear, multimidiático e interativo que oferece opções ao usuário e integra o factual e o contextual, podendo ser de atualidade ou de memória (RIBAS, 2004).



Figura 6: Infografia multimídia integrada publicada pelo *El Mundo* em 19.03.2004

Se pensamos nas partes do discurso organizadas por Aristóteles (apud Díaz Noci, 2005), *inventio*, *dispositio*, *actio*, *elocutio* e *memoria*, a reportagem e a infografia ambas multimídia integrada reúnem os critérios de classificação retórica do que o autor denomina *cibertexto periodístico* com as características: multilinearidade, estruturas hipertextuais, interatividade, recursos multimídia e memória.

Tabela-resumo 3 – Critérios de classificação retórica em DÍAZ NOCI (2005)

Topoi	Partes del discurso
Gêneros narrativos	Invento: Multilinealidad y poliacroasis
Gêneros interpretativos	Dispositio: Estructuras hipertextuales
Gêneros dialógicos	Actio: Interactividad
Gêneros argumentativos	Elocutio: Recursos multimedia
	Memoria

Em realidade, como o autor indica, esta aproximação retórica posiciona-se como ponto de partida para chegar a uma teoria do cibertexto, considerado desde o ponto de vista do autor e do leitor como co-autor e como agente que completa, mediante um processo que, até certo ponto, é também criativo: a produção do significado do texto (DÍAZ NOCI, 2005).

Esta discussão nos serve de repertório para considerar tanto a reportagem como a infografia na Web gêneros que incorporam as características e os processos necessários para um avanço no sentido de uma retórica própria do webjornalismo.

Conclusões

Tanto a reportagem multimídia integrada como a infografia multimídia integrada são modelos de composição da informação, que representam, até o momento, expressão mais adequada a uma retórica webjornalística. Nestes dois gêneros, a interatividade pode ser articulada pelo produtor em diversos níveis, possibilitando ao usuário interagir com o sistema, com as bases de dados através da estrutura hipertextual, com outros usuários, com o produtor.

A diferença entre a redefinição dos dois gêneros na Web consiste 1) na possibilidade que o usuário tem de contribuir para o significado do texto, ditando o ritmo da narrativa e através do hipertexto fazer o acontecimento “acontecer” novamente, no caso da infografia multimídia, e 2) da narrativa centrada no áudio que acaba com a supremacia do texto escrito, no caso da reportagem multimídia.

A reportagem, em destaque juntamente com a infografia no uso da multimídia por integração, desempenha função primordial na construção narrativa em profundidade, mesmo que desintegrada do ponto de vista da multimídia. Já o mérito da reportagem em profundidade está em sua capacidade de permitir que o usuário estabeleça rapidamente relações entre os conteúdos e observe, mesmo que de início superficialmente, um panorama do acontecimento.

Fazendo considerações a respeito do caráter retórico da comunicação na Web buscamos perceber características do discurso webjornalístico, inicialmente e para os fins deste artigo, no que se refere à reportagem e à infografia. Desta maneira, esperamos ter contribuído com reflexões acerca do desenvolvimento dos gêneros jornalísticos na Web e de sua adaptação ao novo meio.

Referências Bibliográficas

- AGNER, Luiz; MORAES, Anamaria. Navegação e Arquitetura de Informação na Web: a Perspectiva do Usuário. **Boletim Técnico do Senac**, vol. 29, nº 1, Jan/Abr, 2003. <<http://www.senac.br/informativo/BTS/index.asp>> (17.09.2005)
- ALONSO, Jaime; MARTÍNEZ, Lourdes. Medios interactivos: caracterización y contenidos. In: ALIAGA, Ramón Salaverría; DÍAZ NOCI, Javier. **Manual de Reddación Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992. (do original de 1953)
- BAKHTIN, Mikhail; VOLOCHINOV, Valentin Nikolaevich. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1979. (do original de 1929)
- BARBOSA, Suzana; MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Além das Profecias: uma crítica a Nora Paul. In: **Anais III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor**, UFSC, Florianópolis, novembro/2005.
- BARBOSA, Suzana. O Banco de Dados como metáfora no Jornalismo digital. In: **Anais do VII Lusocom**. Covilhã/Portugal. Abril de 2004c.
- BARBOSA, Suzana. Identificando Remediações e Rupturas no Uso de Bancos de Dados no Jornalismo Digital. In: **CD-ROM II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor**, FACOM/UFBA, Salvador/Bahia, 2004b.

- BARBOSA, Suzana. Bancos de Dados: Agentes para um Webjornalismo Inteligente? In: **CD-ROM V Congreso Iberoamericano de Periodismo en Internet**, FACOM/UFBA, Salvador/Bahia, 2004a.
- BOLTER, Jay David. **Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1991.
- COLLE, Raymond. **Explotar la información noticiosa: data mining aplicado a la documentación periodística**. Universidad Complutense de Madrid: Madrid, 2002.
- COLORADO, Borja Navarro. Aspectos retórico-comunicativos del desarrollo de sitios web. **Society for the History of Rhetoric XIV Biennial Conference**. Madrid e Calahorra, 2003, <<http://www.dlsi.ua.es/%7Eborja/ishr03.pdf>> (08.08.2005).
- DE PABLOS, José Manuel. **Infoperiodismo. El Periodista como Creador de Infografía**. Madrid, Editorial Síntesis, 1999.
- DE PABLOS, José Manuel. Siempre ha habido infografía. In: **Revista Latina de Comunicación Social**. Número 5. Mayo de 1998. La Laguna. Tenerife. <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/88depablos.htm>> (15.09.2005).
- DE PABLOS, José Manuel. Infoperiodismo, paradigma de periodismo visual impresso. **Estudios de Periodismo**, nº 1, revista de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de la Laguna, 1992.
- DÍAZ NOCI, Javier. Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos e su tipología. In: GARCÍA, Xosé López; OTERO, María Luiza; FARÍÑA, José Pereira; MARIÑO, Manuel Gago; FERNANDEZ, Moisés Limia. **Tendencias en el ciberperiodismo iberoamericano: Ponencias do Congreso Iberoamericano de Xornalismo Dixital**, Santiago de Compostela, 29-30 de noviembre 2004. Santiago de Compostela: Cursos e congresos, 2005.
- DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA, Ramón. Hipertexto periodístico: teoría y modelos. In: ALIAGA, Ramón Salaverría; DÍAZ NOCI, Javier. **Manual de Reddación Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- DÍAZ NOCI, Javier. **La escritura digital – Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico**. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2002.
- DÍAZ NOCI, Javier. El nuevo periódico electrónico: redefinición del mensaje tradicional como producto interactivo y multimedia, **IX Jornadas internacionales de ciencias de la información**, Pamplona, Universidad de Navarra, 1994. <<http://www.ehu.es/diaz-noci/Conf/C2.pdf>> (Acesso em: 07/10/2005).
- FIDALGO, António. Sintaxe e semântica das notícias on-line. Para um jornalismo assente em Bases de dados. In: André Lemos et al, **Mídia.br. Livro da XII Compós**, 2003.
- FLEMING, Jennifer. **Web Navigation: Designing the User Experience**. Cambridge: O'Reilly, 1998.
- GARCÍA, Guillermo López. Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica. In: ALIAGA, Ramón Salaverría; DÍAZ NOCI, Javier. **Manual de Reddación Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- GARCÍA, Xosé López. Retórica del hipertexto periodístico. In: ALIAGA, Ramón Salaverría; DÍAZ NOCI, Javier. **Manual de Reddación Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.

- GARRET, Jesse James. **The Elements of User Experience: User Center Design for The Web**. London: New Riders, 2003.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.
- GÓMEZ, Jerónimo Alayón. Retórica y Discurso Hipertextual: Del trovador oral al trovador hipermedial. Notas para un estudio. **II Congreso Online OCS, GT-24 Retórica y comunicación persuasiva en la sociedad digital**, 2004. <<http://www.cibersociedad.net>> (08.08.2005).
- LEMONS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais**. 1997. <<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemons/interac.html>> (14.04.2005).
- LETURIA, Elio. ¿Qué es infografía?. In: **Revista Latina de Comunicación Social**. Abril de 1998. Número 4. La Laguna. Tenerife. <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4el.htm>> (20.08.2004).
- LÓPEZ, Manuel; BOLANOS, Pau. Gêneros dialógicos: la entrevista y otros. In: ALIAGA, Ramón Salaverría; DÍAZ NOCI, Javier. **Manual de Reddación Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- LÓPEZ, Xosé; GAGO, Manuel; PEREIRA, Xosé. Arquitectura y Organización de la Información. In: ALIAGA, Ramón Salaverría; DÍAZ NOCI, Javier. **Manual de Reddación Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. Artigo inédito a ser publicado In: **Metodologias de Pesquisa em Jornalismo**, organizado pelas coordenadoras do GT de Jornalismo da Compós, Márcia Benetti Machado e Cláudia Lago. No prelo. 2005.
- MACHADO, Elias. **Disciplina Media e Cibercultura: Modelos de narrativa multimídia: elementos para a elaboração de produtos jornalísticos no ciberespaço**. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea. FACOM/UFBA, jun-dez 2004c. Apontamentos.
- MACHADO, Elias. O Banco de Dados como Espaço de Composição de Narrativas Multimídia. In: **CD-ROM II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor**, FACOM/UFBA, Salvador/Bahia, 2004b.
- MACHADO, Elias. O Banco de Dados como Formato no Jornalismo Digital. In: **CD-ROM do VI Lusocom**. Covilhã/Portugal. Abril de 2004a.
- MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador, Calandra, 2003.
- MACHADO, Elias. **La Estructura de la Noticia en las Redes Digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo**. Tese Doutoral em Comunicação – Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.
- MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Manual de Jornalismo na Internet**. Salvador: FACOM/UFBA, 1996. <<http://www.facom.ufba.br/jol>> (08.07.2005)
- MACHADO, Irene. Digitalização. Linguagem. Discurso. As Mediações Dialógicas Possíveis. **Lumina**. Juiz de Fora: Facom/UFJF, v.4, n.2, p. 19-48, jul./dez 2001
- MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge: The MIT Press, 2001.

- MAYORDOMO, Tomás Albaladejo. La comunicación retórica en los sitios web. **II Congreso Online OCS, GT-24 Retórica y comunicación persuasiva en la sociedad digital**, 2004. <<http://www.cibersociedad.net>> (08.08.2005).
- MEADOWS, Mark Stephen. **Pause & Effect. The art of interactive narrative**. Indiana: New Riders, 2003.
- MIELNICZUK, Luciana. Interatividade no jornalismo online: o caso do NetEstado. **XXII Congresso da Intercom**, 1999. <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999_mielniczuk_netestado.pdf> (06.05.2005)
- MIELNICZUK, Luciana. Interatividade como dispositivo do jornalismo online. In: GOMES, I.M; MIELNICZUK, L; et alli. **Temas em Comunicação e Cultura Contemporâneas II**. Salvador: Facom/UFBA, 2000.
- MIELNICZUK, Luciana. Considerações sobre interatividade no contexto das novas mídias. In: LEMOS, A; PALACIOS, M. **Janelas do Ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese de Doutorado. FACOM/UFBA, 2003.
- MOHERDAUI, Luciana. Pesquisador diz que infografia multimídia pode substituir o lead. Entrevista concedida por Javier Díaz Noci, publicada por **A Tarde On-line**. Salvador, Bahia, 11/10/2005. <<http://www.atarde.com.br>> (12.10.2005)
- MOHERDAUI, Luciana. **O Usuário de Notícias no Jornalismo Digital: um estudo sobre a função do sujeito no Último Segundo e no A Tarde Online**. Dissertação de Mestrado. FACOM/UFBA, 2005.
- MOHERDAUI, Luciana. **Guia de Estilo Web – Produção e Edição de Notícias On-line**. São Paulo: Senac, 2000.
- MORAES, Ary. **Infografia: O design da notícia**. Dissertação de Mestrado em Design. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 1998.
- NIELSEN, Jakob. **Designing Web Usability: The Practice of Simplicity**. New Riders Press, 1999.
- NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ Online**. Dissertação de Mestrado. FACOM/UFBA, 2005.
- PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador, Calandra, 2003.
- PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. Um mapeamento de características e tendências no jornalismo *online* brasileiro e português. In: **Anais XXV Intercom**. Salvador, 2002b.
- PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/covilha_palacios.doc> (15.07.2002a).
- PALACIOS, Marcos. No devido lugar. Artigo, **Correio Braziliense**, 16.09.2001. <http://www2.correioweb.com.br/cw/2001-09-16/mat_12769.htm> (18.09.2005).
- PALACIOS, Marcos. **O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, 21.09.1999b.

- PALACIOS, Marcos. **Hipertexto, Fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva.** <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999_palacios_hipertexto_naolinearidade.pdf>, 1999a. (20.09.2005).
- PELTZER, Gonzalo. **Periodismo Iconografico.** Ediciones Rialp, Madrid, 1991.
- PORTO ALEGRE, Raquel. **O radiojornalismo nas redes digitais: Um estudo sobre emissoras no ciberespaço.** Dissertação de Mestrado: FACOM/UFBA, 2004.
- RAJAMANICKAM, Venkatesh. Infographics Seminar Handout. **Seminars on Infographic Design, National Institute of Design, Ahmedabad, and the Industrial Design Centre, Indian Institute of Technology, Bombay, 2005.** In: <<http://www.albertocairo.com/infografia/noticias/2005/venkatesh.html>> (20.10.2005)
- RIBAS, Beatriz. Infografia Multimídia: Um modelo narrativo para o webjornalismo. Anais do **V Congresso Iberoamericano de Periodismo en Internet**, FACOM/UFBA, novembro de 2004.
- SALAVERRÍA, Ramón. Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. In: **Estudios sobre el mensaje periodístico**, Departamento de Periodismo I de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, 2001. <http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm> (10.08.2005).
- SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción Periodística en Internet.** Pamplona: EUNSA, 2005.
- SANCHO, José Luis Valero. El relato en la infografía digital. In: ALIAGA, Ramón Salaverría; DÍAZ NOCI, Javier. **Manual de Redacción Ciberperiodística.** Barcelona: Ariel, 2003.
- SANCHO, José Luis Valero. **La Infografía: Técnicas, Análisis y Usos Periodísticos.** Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2001.
- SCHWINGEL, Carla. A arquitetura da informação e o sistema de publicação do Independent Media Center. In: **Anais do V Congresso Iberoamericano de Periodismo en Internet.** Salvador: FACOM/UFBA, 2004.
- SCOLARI, Carlos. **Hacer Clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales.** Barcelona: Gedisa Editorial, 2004.
- SILVA JR, José Afonso da. **Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do grupo Estado de São Paulo.** Dissertação de Mestrado: FACOM/UFBA, 2000.
- SOJO, Carlos Abreu. Periodismo Iconográfico. ¿Es la infografía un género periodístico? In: **Revista Latina de Comunicación Social**, número 51, junio-septiembre de 2002, La Laguna (Tenerife). <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002abreujunio5101.htm>> (16.06.2004).
- STOVALL, James Glen. **Infographics: a journalist`s guide.** Massachusetts: Allyn and Bacon, 1997.

O Diário de Bagdá: conflito no cenário midiático contemporâneo

Fernando Resende ¹

Resumo: Se, de acordo com Bernard Miège, o conflito é a norma possível para se conceber as relações no espaço público contemporâneo, como, na perspectiva dos processos globalizatórios e da mídia, entender o embate que se trava neste lugar? Há resistências que contribuem para que a cena de conflito se torne efetivamente um campo de forças? A mídia é hoje um dos atores principais no que se refere à reconfiguração do espaço público. Este trabalho traz uma reflexão sobre *O diário de Bagdá*, relatos de guerra extraídos do jornal “Folha de São Paulo”, no ano de 2003. Ao nos aproximar dos ‘outros das histórias do presente’, esta coluna parece expor, em sua tessitura narrativa e no campo midiático, o conflito a que nos aludimos, pois são a partir destas narrativas, particularmente, que outras marcas e outros atores se inserem e se inscrevem, não somente nos cenários contemporâneos de guerra, mas no espaço conflituoso em que hoje se tecem as relações sociais.

Palavras-chave: Jornalismo, narrativas, história, relatos de guerra

INTRODUÇÃO

Este ensaio propõe uma reflexão sobre a coluna *O diário de Bagdá*, publicada no jornal Folha de São Paulo, entre 20 de março e 20 de abril de 2003. O trabalho produzido pelo repórter Sérgio Dávila e o fotógrafo Juca Varela é um registro do momento que marca o início da invasão sofrida pelo Iraque. Os jornalistas optam pela produção de um relato no qual números de guerra não se apresentam isolados das micro-histórias que constroem o dia-a-dia de um povo. Diariamente, através dos jornais, das tv’s e de outros meios de comunicação, assistimos à morte lenta do Iraque. E o que nos parece é que aquele país está em vias de desaparecer por inteiro. Desse modo, com o trabalho destes que escrevem a história dos vivos – fazendo do Jornalismo um contraponto à idéia a que nos alude Certeau (2002) de que a História seja o discurso do morto – somos inspirados a nos perguntar: O que pode a história construída no hoje – esta que os jornais e a televisão ajudam a tecer – nos contar amanhã sobre um fato outrora acontecido? Mais ainda, indagamos: Podem os relatos do cotidiano no jornal, ao indicar percursos, ao invés de tão-somente se esforçar

¹ Doutor em Ciências da Comunicação (USP), Mestre em Estudos Literários (UFMG), Jornalista. Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Líder do NAPS - Grupo de Pesquisa em Jornalismo: Narrativas e Práticas Sociais (PPGCOM – CNPq/PUC-Rio)

para mapear o nosso dia-a-dia, contribuir para o enriquecimento do processo de produção sentido na mídia?

Michel de Certeau refere-se aos relatos de espaço como sendo de dois tipos distintos: “um como ‘mapa’ e o outro como ‘percurso’” (2000: 204). Os relatos que mapeiam são aqueles que dão a ver, que apresentam um quadro, que visam conhecer a ordem dos lugares. Os outros são aqueles que organizam movimentos, que nos apontam os processos, que nos fazem experimentar os durantes. O autor, além de se fazer valer de uma pesquisa acerca das descrições de espaço feitas pelos ocupantes de apartamentos na cidade de Nova York, nos traz a imagem dos próprios mapas como exemplo.

Para ele, a mudança que os mapas geográficos sofrem, ao ganharem autonomia entre os séculos XV e XVII, torna explícitos os modos de escritura. Antes, as ‘figuras narrativas’ (as navegações, os animais, as lendas e os mitos, entre outros aspectos simbólicos), eram verdadeiros indicadores de percursos, itinerários que nos diziam muito mais dos espaços geográficos do que necessariamente dos lugares. Mais tarde, ao se tornarem autônomos, as descrições de percurso desaparecem, “o mapa fica só”, dirá Certeau (2000: 207), apagam-se os itinerários. Neste segundo momento, atravessado pela entrada da modernidade, o mapa passa, tão-somente, a apontar lugares, ele “coloniza o espaço [daquelas figuras narrativas], [e] elimina aos poucos as figurações pictóricas das práticas que o produzem” (2000: 206).

A história moderna, aquela cujo anjo vê o passado como um amontoado de ruínas, “como uma catástrofe única” (BENJAMIN, 1985: 226), organiza-se em torno de relatos que insistem em nos fazer pensar o tempo vivido como homogêneo e vazio, ainda que nele saibamos ter coexistido uma cadeia de acontecimentos. Tais relatos, tomados por uma crença de que o documento histórico seria o próprio acontecimento, omitem os percursos, porque pensam o mundo como um lugar de causas e efeitos. Fazendo da história o discurso do morto, eles não reconhecem que a representação é faltosa em si mesma; eles fazem um mapeamento do passado, reiterando a idéia de que sobre este passado haveria um único sentido a ser produzido.

O jornalismo, na perspectiva de uma mesma lógica moderna, tem muito fielmente tratado de contribuir para o procedimento de mapear o mundo, fazendo do próprio jornal um documento – pelo menos, trata-se aqui de pensar no seu esforço de assim o ser – ao

qual a história mais tarde poderá recorrer. Seus relatos, também providos de um “juízo regulador” – como bem diz Certeau acerca do jurídico (2000: 212) – primam por uma leitura do presente que, na grande maioria das vezes, é feita sem a perspectiva dos percursos. Seus relatos são muito mais um dar a ver, ou ainda a tentativa de apresentação de um quadro, do que o esforço de observação de movimentos. Para o jornalista produtor desta narrativa, a realidade observada é a própria matéria, aquilo que ele reconhecerá como o seu trabalho final. Nesse aspecto, para o historiador que usa o jornal como documento, o mundo já chega mapeado; basta que, na perspectiva da história moderna, ele se disponha a mostrar, a materializar o acontecido.

Assim, se podemos dizer de um ausente na escrita da história moderna (CERTEAU, 2002), ou ainda se nos é possível dizer de uma mesma história que não conhece o outro (BENJAMIN, 1985), a analogia com a escritura jornalística também de cunho moderno é absolutamente pertinente: como discurso do vivo, o jornalismo faz daquele sobre quem ele fala um sujeito amortecido, alguém que também parece viver em um tempo homogêneo e vazio, não somente por ser parte de um acontecido, como também porque ele assim é apresentado².

ESPAÇOS E TEMPOS: ENTRE MAPEAMENTOS E PERCURSOS

Para Foucault, a história, com os temas do desenvolvimento e da estagnação, da crise e do ciclo, entre outros aspectos, é “a mania que obcecou o século XIX” (2001: 411). Nesse sentido, o que neste trabalho procuramos reconhecer como campo de ação de uma história moderna e de um jornalismo concebido no bojo de princípios semelhantes traz como elemento sustentador o imaginário consolidado no século XIX. A idéia de que o mundo seguiria o seu curso em linha reta nutre uma prática de escritura, tanto da história como jornalística, que se pretende capaz de fielmente mostrar e apresentar o acontecido, no caso da primeira, ou o acontecimento em processo, como sugere a segunda.

Este modo de apreender e dizer (d)o mundo, que tem o cronótopo do tempo histórico como um imperativo (GUMBRECHT, 1998), parece se mostrar relativamente anacrônico ou, no mínimo, insuficiente diante das surpresas e dos espantos que a própria história, seja a do passado ou a do presente, tem hoje tratado de nos apresentar. O tempo da

² Em um outro trabalho, esta problemática é mais esclarecida. Este tipo de relato sobre o qual nos referimos é entendido como um “texto-cego”, aquele que não se oferece à luz do olhar do outro, ou ainda, aquele que diz sem que pareça necessário que se saiba para quem. Cf. RESENDE, 2002.

história, na verdade saturado de agoras, como já sugeria Benjamin (1985), tem sido exímio em nos fazer ver que há muitas histórias em jogo e não exclusivamente uma. O tempo homogêneo e vazio, nesse aspecto, seria antes uma construção, um modo de ver e apreender o tempo, muito mais do que ele o é no seu curso.

Nesse sentido, estaria em processo, nos tempos atuais, uma mudança em relação aos nossos modos de ver e viver o mundo. Para Gumbrecht (1998), parece já possível considerar a idéia de simultaneidades como elemento norteador. E dessa forma, seria este o aspecto que nos levaria a concordar com Foucault, para quem:

A época atual seria de preferência a época do espaço. Estamos na época do simultâneo, estamos na época da justaposição, do próximo e do longínquo, do lado a lado, do disperso. Estamos em um momento em que o mundo se experimenta (...) menos como uma grande via que se desenvolveria através dos tempos do que como uma rede que religa pontos e que entrecruza sua trama. (2001: 411)

A trama entrecruzada, ressaltamos, é esta na qual nos enredamos nós mesmos. Com os nossos dispositivos técnicos e nossos imaginários, criamos e experimentamos, no espaço, a rede a que nos alude Foucault. Bernard Miège (1999) ajuda-nos a compreender este aspecto do contemporâneo porque reconhece como espaço público esta dimensão que ora apresentamos como complexa. Para este autor, o mundo não comportaria mais a idéia de um espaço universal e único, pois hoje entra em cena a coexistência de espaços parciais, estes que se justapõem, se recombinaem e se chocam, porque há neles tanto o físico como o simbólico.

Assim reconfigurado, o espaço público contemporâneo, constituído por espaços parciais, traz o conflito como a única norma possível. Assimétrico, porque os acessos são díspares já que nem todos têm tudo o que o espaço oferece, e fragmentado, porque há vários e diversificados sujeitos sociais em processo de negociação, este espaço é o resultado das relações sociais que nele são tecidas, “um lugar praticado”, diria Certeau (2000: 202), que só existe porque nele há tessitura de vida.

E desse modo, instalados neste espaço conflituoso, somos sujeitos que experimentam, ao mesmo tempo, a ordem e a desordem. Sabedores que somos do nosso desejo sem lei, buscamos ordená-lo afim de que possamos existir. Em outras palavras, a menos que venhamos a nos tornar loucos, vivemos na dimensão da espacialidade, mas não abrimos mão dos lugares — queremos os percursos e precisamos dos mapeamentos. E

nesse lugar, queremos ressaltar, o processo de produção de sentido ganha outras dimensões e perspectivas.

Portanto, se a vida vivida no contemporâneo tem nos oferecido uma época de simultaneidades, devemos reconhecer que o hoje, tal qual o ontem, é saturado de agoras. E sob essa perspectiva, os relatos do tempo presente – estes trazidos pelos jornais – vivem o seu paradoxo e o seu dilema, pois o saturado é, ao mesmo tempo, vazio e pleno. Ou seja, o mundo pode até nos parecer um lugar esvaziado, porém, concomitantemente, nele experimentamos – com todos os desafios a que esta palavra hoje nos remete – um espaço pleno de sentidos.

No entanto, cumpre apontar que esta aparente contradição diz, na verdade, de uma indissociabilidade própria do mundo vivido. Ou seja, não seria o caso de escolher viver sob a perspectiva do vazio ou da plenitude dos sentidos, mas de entender que se trata de posturas que só podem ser assumidas em concomitância. O mundo dos binarismos e das dicotomias é aquele cujo tempo é pensado em progresso. Este, em que os espaços se justapõem, é um mundo cujo tempo é pensado como um processo. E nesse aspecto, não se trata de pensar o processo de produção de sentido advindo de um mesmo e único espaço, mas de espaços nos quais vivemos e dentro dos quais convivemos diariamente com os nossos contrários e os nossos semelhantes.

Neste mundo cuja dimensão histórico-espacial apresenta-se saturada de agoras, o trânsito que fazemos entre o vazio e o pleno pede posturas e procedimentos distintos dos que até o momento se fizeram possíveis. Antes, a certeza de um futuro melhor fazia do presente um tempo vazio exatamente porque contraído, como afirma Boaventura de Sousa Santos (2002). E hoje, o futuro não mais aberto (GUMBRECHT, 1998: 22), já nos coloca como sujeitos que vivem na dimensão de um presente expandido.

E é nessa condição, sob a dimensão de uma existência espacial, que queremos e precisamos tanto dos mapeamentos como dos percursos. Sob essa perspectiva, a contradição que experimentamos ao tecer, nos jornais, a história do presente se mostra da seguinte forma: havemos de lidar com o paradoxo de ter a consciência da dificuldade que hoje temos em contribuir para que a história registrada nos jornais não se preste, tão-somente, a fazer o mapeamento do mundo – já que somos acometidos pela idéia do vazio –, e havemos ainda de nos comprometer, ao mesmo tempo, com o dilema de saber o que fazer

diante da complexidade que se inscreve nos relatos, pois para dizer dos sentidos há que indicar percursos.

Sob essa ótica, oferecer-se ao conhecimento de relatos do cotidiano, impressos nos jornais diários, implica reconhecer o fato de que há relatos, no tecido do jornal, que primam por fazerem um jogo muito rico em termos de provocação de sentido: trata-se de relatos que transformam lugares em espaços, narrativas que desorganizam e reconfiguram um todo que se antecipa à perspectiva da ordem. A coluna *O diário de Bagdá*, ao nos aproximar dos outros das histórias do presente, expõe, em sua tessitura narrativa e no campo midiático, o conflito a que nos aludimos, pois são a partir destas narrativas, particularmente, que outras marcas e outros atores se inserem e se inscrevem, não somente nos cenários contemporâneos de guerra, mas no espaço conflituoso em que hoje se tecem as relações sociais.

CONFLITO DOS RELATOS E RELATOS DE CONFLITO: O CENÁRIO CONTEMPORÂNEO

Parece-nos relevante falar em “espaço da vida” para dizermos, ainda isoladamente, de uma dimensão que se inscreve muito mais propriamente no campo das relações e das negociações do que, efetivamente, no campo do pensamento. Neste espaço praticado (CERTEAU, 2000), o conflito é absolutamente constitutivo; no nosso cotidiano é preciso que saibamos nos organizar na perspectiva das negociações; há um campo de forças com o qual precisamos lidar, constantemente, para que possamos estar no mundo.

Se neste espaço, em sua perspectiva ampla, inserimos os relatos, entendemos que o ato de narrar o mundo é, por princípio, tão complexo como o próprio fato de nele vivermos. Certeau nos leva a melhor compreender essa perspectiva ao dizer das delimitações e das mobilidades que os relatos criam. Por um lado, ele diz:

o relato não se cansa de colocar fronteiras. Multiplica-as, mas em termos de interações entre personagens (...) os actantes repartem lugares entre si ao mesmo tempo que predicados (...) e movimentos (...). Os limites são traçados pelos pontos de encontro entre as apropriações progressivas (...) e os deslocamentos sucessivos (...) dos actantes. (2000, 212/213)

É este, segundo Certeau, um modo de pensar o que se instala nos relatos, o paradoxo da fronteira: “criados por contatos, os pontos de diferenciação entre dois corpos são também pontos comuns. A junção e a disjunção são aí indissociáveis” (2000, 213).

Entretanto, no espaço de construção de pensamento e conhecimento sobre o mundo, na ânsia moderna e, sobretudo humana de organizá-lo, parece-nos mais racional limparmos as arestas que complexificariam o nosso processo de compreensão. Há que ressaltar, contudo, que assim entendemos as fronteiras como meros elementos de demarcação de lugares, ao mesmo tempo em que contribuímos para que o espaço de construção de conhecimento seja dissociado daquele a que nos referimos como sendo o da própria vida. É ainda Certeau que nos chama atenção para este aspecto, ao dizer da importância de partirmos de uma compreensão das práticas microbianas, lembrando-nos que as práticas da vida “se ocultam somente graças aos dispositivos e aos discursos, hoje atravancados, da organização observadora”. (2000:174)

Dessa forma, ainda que saibamos que há diferenças entre os vários modos de representação do mundo, parece fundamental chamarmos a atenção, inspirados em Certeau (2000), para o fato de que o mundo em curso não acata as divisões que inventamos com a precisão que gostaríamos. E nesse sentido, vale pensar, o conflito a que nos aludimos se instala primeiro, porque há vida, porque há uma existência de dimensão espacial que demanda do mundo uma escritura e uma leitura de ordem complexa.

Do ponto de vista discursivo e no campo dos relatos históricos, a Nova História já cumpre o papel de trazer à tona a cena do conflito; o jornalismo, entretanto, ainda pede este exercício. Contudo, há fatos, no espaço da vida, instalados no presente, que já dizem do conflito no campo midiático. Por exemplo, na coluna *O diário de Bagdá*, no dia 07 de abril, com o título “TVs árabes mostram o outro lado” e o sub-título “Emissoras do Oriente Médio cobrem conflito do ponto de vista dos bombardeados”, Dávila apresenta o quadro contemporâneo praticamente inaugurado pela Guerra do Iraque:

Um iraquiano de cerca de 50 anos grita com a câmera desesperado, enquanto vai e volta até a parte traseira de um caminhão na cidade de Nassíria, no sul do país, apontando sempre seu conteúdo: pelo menos cinco corpos empilhados, todos seus parentes. Pega pela mão esquerda o corpo de uma menina de não mais de dois anos e a chacoalha para o cinegrafista. O pequeno cadáver balança como se fosse uma boneca de pano. Qual conjunto de emissoras exibiu esta cena, no começo da semana passada?

O jornalista, em seguida, responde a sua própria pergunta citando as várias emissoras de TV responsáveis pela cobertura da guerra e estabelecendo uma oposição entre elas: de um

lado CNN, BBC, Sky News e Fox News e do outro lado, ele diz, Al Jazeera, Al Arabiya e Abu Dhabi TV, emissoras árabes que se fizeram presentes no conflito, tanto no cenário da guerra como no espaço da mídia.

A diferença, como na época foi possível notar, estava no tratamento dado ao fato e na perspectiva do seu conteúdo. As primeiras, mostrando o ponto de vista dos bombardeadores, traziam “mapas, estratégias, *experts*, alta tecnologia e assepsia”, nas palavras de Dávila. As emissoras árabes, produzindo relatos do ponto de vista dos bombardeados, traziam “cidades destruídas, alvos civis atingidos por engano, familiares revoltados e muito sangue”. Haveríamos de nos perguntar, no campo da mídia jornalística, como continuar negando a premência de se construir algum tipo de reflexão sobre este fato apresentado pela própria urgência da vida?

Os processos globalizatórios, ao que parece, têm nos imposto um olhar sobre a vida vivida no conflito. As relações promíscuas que passamos a conhecer entre os fluxos locais e globais, uma das características dos processos globalizatórios, ressaltam a complexidade do momento que atravessamos no contemporâneo. Distante da perspectiva econômica que pensa a globalização tão-somente a partir de suas lógicas unificantes, queremos ressaltar que para além das aparentes igualdades que estes processos produzem, eles também tornam possível o cruzamento de experiências e, portanto, o conhecimento do outro, ainda que este, muitas vezes, chegue até nós através de relatos estereotipados produzidos pela larga maioria das grandes mídias.

Sob essa perspectiva, se uma conseqüência natural notável da globalização é “alargar e amplificar indefinidamente o quadro da experiência e do sentido das actividades e dos particularismos culturais” (RODRIGUES, 2000:11), parece fundamental, na atualidade, pensar no que este imbricamento de redes de experiências traz do ponto de vista da renovação e da compreensão do espaço público que se tece no contemporâneo. Não se trata de considerar que o sobressaltar das diferenças seja um aspecto que somente produza benefícios – o aumento das guerras étnicas nos provaria o contrário – mas de salientar, por exemplo, o fato de que conhecer o Iraque através dos relatos de guerra nesses últimos 2 anos é uma atividade muito mais rica de sentido do que o foi, nos anos 60, conhecer o Vietnã. Vale ressaltar, falamos do fato de que hoje os narrares também coexistem em situação de conflito, aspecto com o qual compactua o próprio avanço tecnológico.

Porém, não basta sabermos da existência do conflito, é preciso que indagemos a quem ele nos serve e é necessário, ainda, que saibamos diferenciar os narrares. Sob essa perspectiva, Canclini salienta que as tensões entre o global e o local tornam-se reduzidas, quando limitadas ao aspecto da globalidade ou da culturalidade. Para este autor,

As cisões que hoje separam as ciências sociais ocorrem, em grande medida, entre quem procura montar relatos épicos com as conquistas da globalização (...) e os que constroem narrativas melodramáticas com as fissuras, as violências e as dores da interculturalidade (...).(2003: 32)

Canclini, como um autor que também trabalha nas fronteiras, apresenta-se interessado no cruzamento das perspectivas econômicas e antropológicas no campo do discurso que tem sido construído acerca dos processos globalizatórios. E sob essa ótica, ele pergunta: “Que relatos – nem simplesmente épicos nem melodramáticos – podem dar conta das recomposições que se produzem entre o local e o global?” (CANCLINI, 2003: 32). Assim, ao demandar uma postura muito mais complexa que meramente explicativa, este autor não só corrobora a idéia de que há um longo trabalho a ser feito no que se refere à construção de pensamento acerca do mundo contemporâneo, como também nos auxilia a problematizar a questão dos relatos da história do presente, estes cujo espaço sofre a delimitação de uma perspectiva de ordem explicativa.

Sob essa ótica, entre os narrares hoje exacerbados, parece fundamental indagar acerca dos que viabilizam, ao mesmo tempo, o mapeamento e o apontamento de percursos. Talvez, nas imagens descritas por Dávila acerca dos relatos produzidos pelas tv's ainda encontremos dizeres que se apresentam ou no modelo da objetividade – este que pretende ser fiel ao fato – ou em um modelo excessivamente subjetivo – o que faz do sangue e da violência o seu mais importante componente narrativo. E sendo assim, o nosso desafio, que implica o dilema e o paradoxo a que antes nos referimos, é ainda mais urgente no contexto do mundo globalizado.

No espaço da mídia, a eclosão de narrativas – de modo conflituoso porque também assimétrico e fragmentado, pois se fala de tudo e de todos os modos, ainda que nem todos tenham acesso à fala e/ou à escuta – pode significar a inscrição de formas variadas de dizer de um mesmo lugar, o que deve apontar para a possibilidade de que os sentidos se diversifiquem. Se assim for, na dimensão de um dia-a-dia que se quer organizado, os relatos do cotidiano são os principais responsáveis por configurar, em constante processo

de perlaboração, os modos de conceber e viver o mundo. Além disso, o momento atual, na perspectiva do conhecimento sobre o mundo, parece estar a nos oferecer instrumentos que poderiam nos auxiliar a acolher a noção de conflito como um elemento a mais na construção dos saberes sobre o mundo, permitindo-nos, quem sabe, melhor compreender a vida em sua dimensão espacial, esta em que se enquadram os paradoxos e as contradições do vivido.

É neste espaço reconfigurado que queremos pensar o processo de produção de sentido, também, ele próprio, em constante processo de reconfiguração. O Iraque de Sérgio Dávila, por nos ser apresentado a partir de relatos que respeitam o paradoxo da fronteira, tem suas verdades reinventadas no narrar de um jornalista que conta o agora; ao mapear e ressaltar os percursos, sugerimos, Dávila contribui para que sejam abertas outras perspectivas na mídia impressa, contribuindo também para que os sentidos e os seus processos de produção possam ser ampliados.

O DIA-A-DIA EM BAGDÁ: O PRESENTE NARRADO AOS POUCOS

Dávila dá início ao seu *Diário...* criando os limites do espaço que percorrerá, ao mesmo tempo em que nos diz do seu caminho. No dia 20 de março de 2003, com o título “Rota para a guerra - Na estrada que liga a Jordânia ao Iraque, só pastores e ovelhas entrecortavam a paisagem deserta”, o jornalista nos apresenta o país que a partir de agora existirá nos seus relatos. Ele conta:

No longo percurso feito pela reportagem da Folha, de Amã, na Jordânia, à capital iraquiana (12 horas de viagem), o fluxo de veículos na direção contrária estava longe do que poderia ser esperado. Não havia congestionamento. Os carros andavam rapidamente numa boa estrada, com três faixas em cada mão. A sensação de angústia ao longo do trajeto era reforçada a cada vez que se encontrava um funcionário público pelo caminho, e foram 12. "Brazili? Ronaldo!", era a primeira e invariável reação, sempre entre sorrisos. Assim que o motorista dizia o destino dos dois jornalistas, porém, a história mudava. "Bagdá?". Cara séria: "Crazy!". A paisagem nos lados da estrada era quase lunar, entrecortada aqui e ali por pastores e suas ovelhas, beduínos e uma vez apenas por um caminhão antimíssil escondido estrategicamente debaixo de um viaduto. "Hoje à noite vai ter problema em Bagdá, me disseram na alfândega", revelou Nabil Boni, o nosso motorista, visivelmente contrariado por ter de ir para o lugar errado na hora errada.

A entrada do jornalista no país nos é apresentada já na perspectiva de uma cultura outra que não encontra referências senão no nosso imaginário acerca de qualquer país das arábias: os pastores, as ovelhas e os beduínos. Além deles, o seu relato, através dos seus personagens, seja o motorista ou os que cruzam a fronteira em direção contrária, revela o longo percurso que havemos de seguir, pois a única certeza que ele nos aponta é a de que os nossos caminhos não são aqueles tomados como corretos.

Na tentativa de explorar o que nos é comum, pelo menos a nós ocidentais, Dávila nos remete a intertextos quando conta, por exemplo, que a primeira cena que lhe veio à cabeça “no bombardeio de sexta-feira, ao longo da margem do Tigre” é a que o filme “Apocalypse Now” registrara em sua mente, aquela na qual “o militar interpretado por Robert Duvall manda banhar de napalm as palmeiras que separam a areia da praia do continente, no Vietnã” (23/03/2003). Assim, ao nos contar também que Bagdá, apesar de ser “a noiva do Oriente Médio” (25/03/2003), tem o Egito como sua Hollywood (23/03/2003), *O diário de Bagdá*, como afirma Certeau (2000) acerca dos relatos de espaço, parece respeitar o paradoxo da fronteira, nele se inscreve o comum que se revela quando as diferenças se tocam.

Entretanto, ele não se furta a apresentar as marcas dos relatos que reduzem os espaços a lugares. No dia 21 de março, por exemplo, o jornalista conta que “no início da noite, tropas americanas e britânicas invadiram o Iraque pela fronteira sul, vindas do Kuwait, iniciando a fase terrestre da chamada operação Liberdade Iraquiana.”, mas o país, que de certa forma, invadimos juntos, nos é apresentado como um espaço pleno de sentidos a serem construídos.

Também nesse mesmo dia seguinte à invasão, quando “a guerra está aqui na porta”, segundo Dávila, Bagdá, arrancada da cama, afinal lembra “para a realidade que vinha até então se negando a enxergar”. O mundo em movimento, o que o relato deste jornalista nos revela, não se omite das contradições, os iraquianos, que vivem em estado de guerra há mais de 20 anos, não estão preparados para a invasão que sofrem em 2003. O autor deste relato, mais preocupado com os agoras que a guerra evidencia do que exclusivamente com suas causas e efeitos, marca um lugar antes cultural, absolutamente inscrito no espaço diverso e plural no qual habitamos todos.

No seu *Diário...*, os números de vítimas, entre soldados e civis, e os percentuais que têm como objetivo explicar os (des)poderes econômicos nos são todos apresentados. O que acontece, no entanto, é que estes números são, na grande maioria das vezes, problematizados e relativizados, porque postos em contraponto com os aspectos culturais que não nos permitem que os tomemos como valores absolutos. Em 31 de março, por exemplo, Dávila conta que

Segundo um estudo do Unicef (...), no biênio 1997/1998, expressivos 53% das crianças que começaram a estudar não completaram o ano letivo. O resultado é que, na década de 90, o índice de pessoas alfabetizadas no Iraque caiu de 90% para os atuais 66%.

E além disso, complementa o repórter,

Os que conseguem ir à sala de aula não estão muito melhores dos que estão fora. Como a produção de papel faz parte dos itens embargados pelo Conselho de Segurança da ONU, os componentes químicos necessários podem ser utilizados para a confecção de armas, não há cadernos.

Nesse mesmo relato, cujo título é “Nassim, o engraxate que quer ser Ronaldo”, após dizer de como também são raros os livros naquele país, Dávila conta que seu personagem, Nassim Kamel,

não sabe de nada disso, pois pertence à geração nascida pós-embargo [que] então não chegou a conhecer outra realidade. (...) Para ele e para toda uma geração de jovens iraquianos, a miséria por que passa Bagdá agora é culpa exclusivamente dos norte-americanos e dos britânicos, que "fizeram o embargo". É por isso que ele pretende pegar em armas quando a lei permitir, ou seja, a partir dos 18 anos. "Se for convocado para lutar, aceito a missão na hora", disse ele. Enquanto isso, continua engraxando os sapatos cujos donos consegue convencer com sua fala mansa e gestos educados. (...) Encerrado o conflito, vai pensar no que fará "quando crescer". Seu sonho? "Ser Ronaldo".

A entrada no universo humano daquele país em guerra nos permite um olhar mais afeito às micro-histórias de um cotidiano que descobrimos desconhecer somente em parte, já que sabemos, particularmente no Brasil, dos nossos ronaldos-engraxates e de quão conflitantes podem ser os seus desejos. Desse modo, ao que parece, inscrevendo-nos na dimensão de um cotidiano espacializado, sempre estranho porque nos é alheio, aquela realidade torna-se, de alguma forma, familiar. Se for este um modo de vermos os agoras que nos rodeiam, há de se considerar que um relato como este pode vir a ser fundamental

para uma história contada a contrapelo (BENJAMIN, 1985), caso os jornais continuem também servindo como documentos.

Assim, no nosso tempo vazio e pleno de sentidos, parece fundamental que, no mínimo, suspeitemos dos relatos absolutos, integrativos e explicativos. Se neles tenta-se abolir, ou mesmo amenizar o conflito, o mundo deixa de ser tecido na perspectiva de seus desditos. Para Vera França, “o lugar da comunicação (...) é um lugar constituinte – e o olhar (abordagem) comunicacional é um olhar que busca apreender esse movimento de constituição” (2004: 23). Nesse sentido, não seriam os relatos de espaço produzidos n’*O Diário...* de Dávila um modo de a comunicação e o jornalismo contribuírem para uma possível compreensão do mundo em processo? A escritura e a leitura d’*O diário...* não nos auxilia a repensar e reconfigurar este espaço em que nos inscrevemos no contemporâneo?

Entre vários dizeres acerca dos aspectos culturais daquele país, o repórter se insere não só como autor dos relatos, mas como sujeito que vive a história, ora dizendo da dificuldade em ser um repórter de guerra, que mal dorme devido aos “bombardeios [que] têm acontecido de meia em meia hora (...)” (24/03/2003), ora inscrevendo-se nas cenas. Por exemplo, ao entrar no Palácio de Saddam, no dia 14 de abril de 2003, o jornalista faz uma descrição em que se conjugam mapeamentos e percursos:

Os dois marines e a cerca de arame farpado que bloqueiam a entrada do Complexo Presidencial de Bagdá ficaram para trás, no começo da longa alameda. Se o regime de Saddam Hussein tivesse apenas um coração, esta seria sua sede, esparramada por toda a margem esquerda da curva que o rio Tigre faz bem no meio da cidade. A área ocupada se estende da ponte da República à 14 de Julho e conta com pelo menos três palácios usados pelo ex-ditador. (...) Na manhã de ontem, a Folha teve acesso a cinco prédios do complexo (...). Entre todos, o que mais impressiona é o que nos afirmaram chamar Velho Palácio, (...) [Ele] não está completamente no chão. Os sinais do bombardeio são evidentes logo na entrada e no longo corredor de mármore que liga todas as salas, mas ironicamente os aposentos presidenciais foram os menos atingidos.

Assim, apresentando-se em cena, Dávila nos faz entrar em contato com outros espaços, aqueles muitas vezes coisificados nos relatos que os tomam como objetos.

Em seu *Diário...*, no dia 30 de março, o jornalista escreve: “Saddam Hussein foi atingido anteontem à noite por um míssil. Com a explosão do armamento, perdeu parte do braço esquerdo, cujo resto foi amputado ao chegar ao hospital mais próximo”. Em um relato no qual o jornalista demanda do leitor um esforço para entender que aquele Saddam

que fora alvo de uma bomba não é exatamente o presidente iraquiano, o jornalista faz do seu personagem um sujeito na guerra, um homem que “agora, está sentado na cama da enfermaria com outros sete pacientes enquanto olha o repórter e o fotógrafo olharem para ele”. Dessa forma, no jogo de olhares que o jornalista narra, ficamos nós a olhar este outro, quase nunca presente nos relatos de cotidiano da grande imprensa; um outro que, neste processo de espelhamento, nos chega, invariavelmente, como uma imagem invertida.

Ficamos sabendo ainda, pelo olhar do jornalista, que “Saddam Hussein é estudante do segundo grau, tem 20 anos de idade, [e que] ganhou este nome do pai em homenagem ao presidente iraquiano”, descobrimos também que ele “estava fazendo compras em Al Tadji, o paupérrimo centro comercial do paupérrimo subúrbio de Al Shola, localizado no norte de Bagdá, quando dois mísseis que supostamente seriam da coalizão anglo-americana teriam atingido por engano o meio da praça”. Havemos de lembrar que para Certeau (2002), a alteridade não consiste em falar do outro no texto, mas naquilo que vimos a saber sobre o outro através do que a escrita diz sem querer dizer. Nesse sentido, perguntamos, seria este Saddam o outro tão ausente das histórias que narramos?

O *diário de Bagdá*, na tessitura do espaço público contemporâneo representa um dos modos de ver e viver o mundo. Ele constitui um espaço de resistência, mas é, sobretudo, um espaço parcial, pleno do físico, do simbólico, dos vazios e dos sentidos que marcam os nossos agoras. Nessa escrita do dia-a-dia da guerra, parece, o relato é prática cotidiana, algo que se constrói para além do discurso que sobre esta prática tentamos tecer. Assim, a vida pulsa no Iraque invadido, além da guerra dos negócios, há o cotidiano em processo de articulação e negociação. Nesse lugar, o sentido que nos é possível processar também é reconfigurado, no espaço conflituoso em que vivemos todos, parafraseando os escritos d’*O Diário...* de Dávila, podemos dizer que se “Saddam está em toda parte”, então “somos todos parte do mesmo alvo”.

REFERÊNCIAS

- BENJAMIN, Walter. “Sobre o conceito da história” In: BENJAMIN, W. *Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- CANCLINI, Nestor G. *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- CERTEAU, Michel de. *A escrita da história*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- DÁVILA, Sérgio. “O diário de Bagdá”. *Folha de São Paulo*. Caderno Mundo, 20/03 a 20/04/2003.
- FOUCAULT, Michel. “Outros espaços”. In: *Ditos & Escritos III – Estética: Literatura e Pintura, Música e Cinema*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

- FRANÇA, Vera Regina V. “Representações, mediações e práticas comunicativas”. In: GOMES & FIGUEIREDO & PEREIRA (orgs.) *Comunicação, representação e práticas sociais*. Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2004.
- GUMBRECHT, Hans U. *A modernização dos sentidos*. São Paulo: 34, 1998.
- MIÈGE, Bernard. “O espaço público perpetuado, ampliado e fragmentado. *Novos olhares*: revista de estudos sobre práticas de recepção a produtos mediáticos. São Paulo: ECA/USP. Ano 2, nº3, p.4-11, 1999/1.
- RESENDE, Fernando. “O olhar às avessas - a lógica do texto jornalístico”. São Paulo: ECA/USP, 2002. (tese de doutoramento)
- RODRIGUES, Adriano Duarte. “Para uma genealogia do discurso da globalização da experiência”. *BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, Lisboa, 2000.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. *Introdução a uma ciência pós-moderna*. Porto: Afrontamento, 1989
- SANTOS, Boaventura de Sousa. “Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências”. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, Coimbra, n.63, outubro/2002.

O jornalismo do eu: os modelos de mulher das narradoras de TPM

Marcia Benetti ¹ e Patrícia Rocha da Silva ²

Resumo: Partindo do pressuposto de que as revistas femininas atuam na construção de modelos de mulher, este artigo analisa uma publicação que tem como estratégia publicizar as histórias de vida e as visões de mundo das próprias jornalistas e colaboradoras que a produzem. Na revista *TPM*, as narradoras escrevem em primeira pessoa e posicionam-se sobre os eventos e temáticas narrados, mesclados ao relatos de suas experiências. Busca-se situar esta posição auto-referente do narrador frente às técnicas narrativas tradicionais do jornalismo e compreender que sentidos as narradoras de *TPM* constroem sobre si mesmas.

Palavras-chave: jornalismo; imprensa feminina; análise de discurso, narrador; TPM

1. O eu que narra

As revistas segmentadas indicam ao público os modos de ser para se enquadrar no modelo bem-sucedido de pessoa que cada publicação constrói. Não se trata necessariamente de criar tribos ou segmentos, mas captar tendências de comportamento e consumo e capitalizá-las nas páginas da revista, colaborando para a construção de identidades sociais (MIRA, 2001).

Nas revistas femininas, esse movimento é explícito: com verbos geralmente no imperativo, apresentam às leitoras dicas de comportamento e consumo, prescrevendo modelos idealizados de mulher. Essa fala autoritária é diluída em um tom coloquial, em que os textos interpelam a leitora diretamente e a chamam de “você”, como em uma conversa

¹ Jornalista, doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS).

² Jornalista e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS).

entre amigas. Por trás dessa “armadilha lingüística”, há um tom persuasivo, muito próximo do publicitário, que ensina a mulher como ser mulher (BUITONI, 1990). Assim, a despeito dos assuntos aparentemente superficiais da maioria destas publicações (moda, casa, beleza e relacionamentos amorosos), Buitoni (1984) destaca que a imprensa feminina pode ser mais carregada de carga ideológica do que a imprensa de referência: mais forma do que informa.

Nesse contexto a revista *TPM*, da editora Trip, apresenta-se como exceção à regra. Desde seu lançamento, em maio de 2001, anunciava no editorial ser uma alternativa às demais revistas femininas, ironizando a fala autoritária³, o culto à beleza e a falta de assuntos mais reflexivos. Em nosso entendimento, *TPM*, além de resistir à fórmula historicamente consolidada pela imprensa feminina, produziu uma ruptura em relação às técnicas narrativas do jornalismo tradicional: suas narradoras assumem-se como “eu” nos textos, narrando em primeira pessoa experiências de *suas próprias vidas* e suas visões de mundo, que se mesclam aos assuntos abordados.

Ao contrário das demais publicações do gênero, em que os modelos de mulher prescritos costumam ser avalizados principalmente por vozes externas – os especialistas, autorizados por sua formação profissional, as olímpianas⁴, que revelam detalhes de sua vida em entrevistas, e as leitoras, que compartilham a intimidade em relatos muitas vezes anônimos (BRAGA, 2005)⁵ –, as narradoras de *TPM* publicizam suas próprias

³ Na edição de estréia, *TPM* reproduziu trechos de outras revistas femininas, de diferentes épocas, ironizando as dicas de como ficar bonita e conquistar/manter seu homem com o título: “Eu não sou cachorra não”.

⁴ Conceito criado por Morin (1987) para designar as celebridades transformadas em seres “sobre-humanos” pela cultura de massas. A mídia seria responsável por revesti-los de uma aura mítica e, ao mesmo tempo, fazer de suas vidas privadas atração e modelos de identificação.

⁵ A análise de Braga refere-se especificamente à construção de um corpo feminino idealizado em revistas dirigidas às mulheres, mas entendemos que sua categorização pode ser estendida a outras temáticas abordadas pelas revistas femininas, uma vez que vai ao encontro do modelo pedagógico e do investimento em narrar histórias de vida já identificados por outros autores, como Buitoni (1984), nestas publicações.

experiências. Como em um blog ou um reality show, a cada mês a leitora conhece mais da vida destas narradoras, que, não raro, realizam pautas inspiradas em suas próprias biografias.

Com base na leitura de apenas uma edição de *TPM* sabe-se, por exemplo, que a diretora de redação e repórter Milly Lacombe é gay, está na faixa dos 40 anos, ganha menos do que a irmã caçula, veste roupas da marca Ellus e usa tênis Puma. Da mesma forma, sabe-se que a repórter especial Nina Lemos gostaria de ganhar mais peso, veste modelos da Zara e não gosta de homens óbvios, ou ainda que a colaboradora Clarah Averbuck mantém um casamento em casas separadas, usa sutiã 46 e se sente feminina com rímel, alongador de cílios e unhas vermelhas. Com exceção de Milly Lacombe, que, além de fazer matérias tem uma coluna, todo resto é narrado em meio a reportagens e seções da revista, muitas vezes ilustradas com fotos das narradoras, que assumem o posto de olímpianas e se impõem, elas próprias, como modelo a seguir.

Contrariam, assim, o pressuposto básico em que se ancora a narrativa jornalística: os ideais de objetividade e imparcialidade, herdados da concepção positivista de que os fatos falam por si⁶. Em consonância a esta suposta neutralidade possível, convencionou-se que o narrador deveria camuflar sua presença no texto, em uma fala impessoal, predominantemente em terceira pessoa – a forma verbal da não-pessoa (BENVENISTE, 2005; MAINGUENEAU, 2005; RODRIGUES, 1997), como se o texto tivesse emergido dos próprios fatos e, assim, retratasse fielmente a realidade⁷.

⁶ Na busca de se diferenciar da literatura, legitimar o jornalismo como profissão e forjar uma identidade profissional (RESENDE, 2002; TRAQUINA, 2005), convencionou-se como se deveria falar nos jornais.

⁷ O resultado observado por Resende (2002), no entanto, é que este apagamento da figura do narrador culmina na atrofia do ato narrativo jornalístico. Sua proposta é romper com esta técnica que camufla o sujeito que narra para que o jornalista possa assumir seu olhar no texto como um “narrador-jornalista” propriamente dito.

Embora essa suposta isenção esteja na base da credibilidade jornalística, as teorias construcionistas da notícia demonstram que tanto o exercício da profissão quanto seu produto estão sujeitos a diferentes condicionantes, como a rotina produtiva, a cultura profissional, a organização e a orientação ideológica da empresa e até a influência pessoal do jornalista, modulada por sua trajetória de vida e profissional (SERRA, 2004). Essa perspectiva substitui a imagem de um jornalista passivo, que apenas apresenta fatos, por um sujeito ativo, que “tanto trata da realidade, quanto a recria” (RESENDE, 2002, p. 19).

No jornalismo e em qualquer outra narrativa, não há como ignorar a existência de um “eu” que narra. Como lembra Motta (2004), nenhuma narrativa é desinteressada e cada narrador estrutura o discurso a partir dos efeitos que pretende provocar no leitor, que, por sua vez, reconstrói o discurso na leitura. Assim, no caso da *TPM*, explicitar a presença e as características pessoais do narrador constitui uma estratégia textual de contato com o público e de convencimento da relevância da mensagem tanto quanto camuflar a presença de quem narra, como postula o jornalismo de referência.

Ao abrir mão da impessoalidade confortável da narração em terceira pessoa, que corresponde à expectativa oficial de neutralidade e objetividade (MEDINA, 1996), as narradoras de *TPM* atualizam no jornalismo a função clássica do narrador, desde a épica: “alguém que tinha a autoridade para narrar, alguém que vinha de outros tempos ou de outras terras, tendo, por isso, experiência a comunicar e conselhos a dar a seus ouvintes atentos” (LEITE, 2005, p.5). As mulheres que narram em *TPM* conservam a essência do narrador que é contar o que ele mesmo viu, viveu e, com a sabedoria acumulada das tantas experiências que dizem viver, aconselhar o interlocutor – sendo esta dimensão utilitária a

verdadeira natureza da narrativa, segundo Benjamin (1985)⁸. Desta forma, mesmo que *TPM* resista à fórmula do manual de dicas e do tom pedagógico que caracterizam outras revistas femininas, as narradoras da publicação fazem uso de suas próprias experiências para instruir implicitamente as leitoras sobre como agir.

O narrador em primeira pessoa constitui-se, portanto, como mais um personagem da narrativa, corporificando-se aos olhos do leitor. Não se trata de uma correspondência real da pessoa que escreve (o jornalista), mas de uma construção discursiva que enfatiza determinados traços psicológicos e dilui outros. Considerando ainda que protagonista é aquele que move a ação (MOTTA, 2004), as narradoras auto-referentes podem também assumir este papel quando têm como fio condutor do texto sua atuação no processo produtivo jornalístico ou quando fazem da própria vida o ponto de partida de uma matéria.

Da mesma forma que narrar as próprias memórias ou seu diário íntimo é a maneira mais plena de um narrador se fazer presente no texto (BORNEUF e OUELLET, 2002), no jornalismo os personagens têm maior aceitação quanto mais se aproximam de seus leitores, quantos mais pedaços de vida compartilham com eles (FONTCUBERTA, 1993). Essa premissa é básica para que se dê a “identificação virtual” (MOTTA, 2004), quando as pessoas transpõem as histórias narradas para suas próprias vidas.

Nas revistas femininas, essa identificação já era buscada por meio de relatos em primeira pessoa de leitoras e celebridades e da fala coloquial, incluindo o uso de “nós” e “você”. Os pronomes pessoais adotados no texto, portanto, não são gratuitos. São estratégias pelas quais a gramática da produção procura *capturar* o público (VIZEU, 2005),

⁸ Com a diversificação das formas narrativas, o narrador clássico, que dá a seu ouvinte a oportunidade de intercambiar experiências, como preconiza Benjamin (1985), evoluiu para o narrador do romance, que não mais falava de forma exemplar ao leitor; e, por último, o narrador que, como o jornalista, “só transmite pelo narrar a informação, visto que escreve não para narrar a ação da própria experiência, mas o que aconteceu com X ou Y em tal lugar e a tal hora” (SANTIAGO, 2002, p. 45-46).

em que o “nós”, por exemplo, funciona como uma convocação explícita ao leitor para dar a ele a sensação de que é co-participante daquele produto jornalístico – e dos modelos de comportamento e consumo ali difundidos.

Já o “você” não remete apenas à leitora mas também ao “eu” que escreve, porque, em um discurso, só um “eu” pode designar um “tu”. Ao contrário da terceira pessoa, que pode se referir tanto a um sujeito como a uma coisa (a “não-pessoa”), “eu” e “tu” remetem, cada um, a pessoas específicas e que são indissociáveis: todo “eu” fala para um “tu” que, à medida que toma a palavra, assume o papel de locutor. Assim, a correlação subjetiva eu/tu pressupõe um diálogo implícito e também a possibilidade de transcendência: cada “eu” é um “tu” em potencial e vice-versa (BENVENISTE, 2001; MAINGUENEAU, 2005). A relação eu/tu, eu/outro é reversível, e esta é uma condição para que haja discurso. “Sem a reversibilidade – seja ela real, possível ou ilusória – a fala não se constitui. É porque o *eu* pode ocupar o lugar do outro (do *tu*) e vice-versa, que o dizer se estabelece” (ORLANDI, 1988, p. 11, grifo da autora).

Dessa forma, cada “eu” escrito pelas narradoras de *TPM* também remete a um chamamento para que a leitora se identifique com aquela que narra. A construção de sentido sobre si mesmas destas narradoras implica que lugares de inscrição elas convidam suas leitoras a ocupar. Portanto, interessa aqui como estas narradoras se apresentam discursivamente às leitoras, que ethos constroem no texto (MAINGUENEAU, 1998): a personalidade que, a partir do discurso, é atribuída ao locutor, delineada não apenas pelas idéias enunciadas mas “por uma *maneira de dizer* que remete a uma *maneira de ser*” (MAINGUENEAU, 2005, p. 99, grifos do autor). É essencial, assim, analisar não apenas o que se diz, mas *como* se diz.

Trata-se aqui de compreender os sentidos contidos na fala destas narradoras auto-referentes: se a *TPM* evita a fórmula que atravessa a história das publicações femininas, o que “ensinam” implicitamente as narradoras que fazem confidências íntimas e emitem juízos de valor sobre os mais variados temas? Que mulher “nós” (tantas vezes mencionado na revista) “somos” ou “deveríamos ser”, segundo os modos de ser indicados pela *TPM*?

2. Os sentidos construídos

É a partir da fala que o narrador se configura como sujeito aos olhos do leitor e aos seus próprios. A chave para compreender os sentidos que ele produz, portanto, está no discurso – e a metodologia que utilizamos para compreendê-lo é a análise de discurso francesa.

O texto, nesta concepção, é a unidade de análise, mas não a delimitação do objeto, uma vez que o discurso é uma construção que excede o texto, carregando as marcas da historicidade, da própria língua, do contexto em que se está inserido e de discursos anteriores que inconscientemente o sujeito evoca na enunciação (MAINGUENEAU, 1997; ORLANDI, 2005). É chamada de interdiscurso a presença desta memória discursiva acionada no ato de dizer, embutindo na enunciação outros sentidos historicamente construídos.

Essa dinâmica discursiva se dá no bojo do que Pêcheux denominou de duplo esquecimento: o primeiro, da ordem do inconsciente, nos dá a ilusão de sermos a origem do que dizemos; o segundo, da ordem da enunciação, produz a ilusão de uma relação direta entre pensamento, linguagem e mundo, de modo que cremos que o que dizemos só poderia ser dito daquela maneira (ORLANDI, 2005). Apagamos duas idéias centrais: que não somos os criadores originais de nossas falas e que poderíamos ter enunciado outros ditos (e

silenciado outros não-ditos) ou feito outras escolhas. Nesse processo, “naturaliza-se” o que na verdade é construção social e histórica – em uma palavra, ideologia.

A partir destas proposições, podemos pensar o discurso jornalístico como “dialógico; polifônico; opaco; ao mesmo tempo efeito e produtor de sentidos; elaborado segundo condições de produção e rotinas particulares; com um contrato de leitura específico, amparado na credibilidade de jornalistas e fontes” (MACHADO, 2005). É dialógico porque remete à interdiscursividade, que, sem que percebamos, constitui os sentidos do que dissemos, e à intersubjetividade, uma vez que um discurso só se dá entre sujeitos. Pode ser (mas não obrigatoriamente o é) polifônico, na medida em que apresenta vozes diferentes. E é opaco porque seus sentidos não são transparentes, apesar da ilusão de literalidade em que o jornalismo se ampara.

Para compreender os sentidos presentes na opacidade do discurso jornalístico é preciso entender *quem fala, de onde fala, como fala e para quem fala*. Na perspectiva da análise de discurso, é basilar o jogo de imagens e auto-imagens que permeia a interlocução. Para Pêcheux, destinador e destinatário representam nos processos discursivos lugares de fala determinados na estrutura da sociedade denominados por ele de formações imaginárias (FI): imagens que destinador e destinatário atribuem a si mesmo e ao outro. As FI podem ser resumidas em quatro perguntas. O destinador questionaria: “Quem sou eu para lhe [ao destinatário] falar assim?” e “Quem é ele para que eu lhe fale assim?”. E o destinatário se perguntaria “Quem sou eu para que ele me fale assim?” e “Quem é ele para que me fale assim?” (PÊCHEUX, 1990, p.83).

Interessa aqui o destinador (narrador) e os sentidos produzidos sobre si mesmo: *quem as narradoras de TPM pensam ser para falar assim às leitoras?* É necessário, portanto, mapear as posições de sujeito que ocupam, entendidas aqui como “lugares

construídos fora do discurso em questão, segundo determinações culturais, sociais e históricas”, e o contexto de produção desses discursos (MACHADO, 2005).

A análise inicia-se a partir do próprio texto para chegar à sua exterioridade e à sua anterioridade constitutivas, e o primeiro passo para a compreensão dos sentidos presentes é identificar as formações discursivas (FDs), regiões de sentidos em que se busca reunir todas as marcas textuais que convergem para um sentido nuclear estabelecido na observação exaustiva do corpus (MACHADO, 2005). As FDs tomam forma a partir do movimento de paráfrase, por meio do qual o texto reitera um mesmo sentido ao longo de diferentes seqüências discursivas (SDs), trechos arbitrariamente recortados pelo analista em função de sua operacionalidade metodológica e relevância de conteúdo analítico.

Para compreender os sentidos construídos pelas narradoras sobre si mesmas, analisamos a edição de *TPM* de número 47, de setembro de 2005, composta de 98 páginas. Foram analisados 28 textos⁹, privilegiando as matérias em que as autoras constroem sentidos sobre si mesmas, incluindo a voz institucional da revista, que se faz presente nos comentários editoriais que complementam reportagens, coluna ou seção. Ao todo, analisamos 83 seqüências discursivas.

⁹ Foram contabilizados como textos independentes as matérias secundárias de uma reportagem maior, bem como notas e colunas. Os textos analisados foram estes, assim designados: T 1 – A dona da história; T 2 – Na chegada e na saída; T 3 – E-mail da jornalista apresentado dentro de um texto de Nina Lemos; T 4 – Pouco rosa e muito choque; T 5 – Fábrica de pesadelos; T 6 – Acelera, Nina; T 7 – Comissão do desastre fashion; T 8 – Viagem ao fundo da lama; T 9 – Pobre namoradina do Brasil; T 10 – Aldeia Global de Fofoca; T 11 – Os maravilhosos HQND (Homens maravilhosos que não dirigem); T 12 – Garotos não choram; T 13 – Quer um Teco?; T 14 – É possível ser feliz sem filhos?; T 15 – Filhos: por que não tê-los; T 16 – Des-Constru-Tivista; T 17 – Mais mulheres de *TPM*; T 18 – Meus italianos preferidos; T 19 – Pequenos monstros ;T 20 – Brechó de Luxo; T 21 – Livro de Cabeceira; T 22 – Se cuida Mamãe; T 23 – Why cry, baby?; T 24 – Om, Om, Om; T 25 – Saga por um apê; T 26 – Especiarias e receitas; T 27 – Será que existem perguntas que simplesmente não devem ser feitas?; T 28 – Eu tenho dedo podre.

Encontramos quatro formações discursivas principais que condensam os sentidos das narradoras de *TPM* sobre si mesmas. A seguir, trazemos estas FDs, assinalando em cada SD¹⁰ as marcas de sentido mais expressivas que reforçam o sentido nuclear.

2.1. “Sou fora do padrão”

As narradoras de *TPM* apresentam-se como destoantes da maioria das mulheres: expressões como “fora do padrão” e “do contra” repetem-se em diferentes falas para designar quem foge à regra, inova e choca. É a antítese do convencional, previsível, do monótono, do óbvio e das unanimidades. Temos aí o espaço editorial que a *TPM* busca no mercado de revistas femininas: ser diferente dos manuais explícitos de como ser mulher que tanto critica – o que não impede que a revista crie seus próprios mitos.

Ela fez cara feia para o tênis de Milly e para a minha bolsa. **‘Vocês vão destoar e chamar a atenção.’**, disse. (SD27;T4)

Não adianta. **Somos do contra** e por isso sempre tivemos uma queda por homens que não sabem dirigir. (SD35; T11)

Como uma mulher alta, voluptuosa, digamos assim, e com tanta tatuagem quanto um passaporte de rockstar, estou acostumada a chamar atenção para o bem ou para o mal, e, **mesmo fora dos padrões**, ainda assim eu sou mulher. (SD42;T12)

Muita gente acha música italiana brega. Eu adoro! E não acho nem um pouco brega assumir isso. Então, decidi compartilhar com as leitoras o pouco que sei sobre os meus cantantes favoritos: (SD61; T18)

Sou marinheira de primeira viagem no quesito bebês. **Nem boneca tive na infância porque gostava de jogar bola com os meninos e ou andar de bicicleta.** (SD70;T23)

Principalmente se o sujeito em questão tiver universo próprio, eu chapo. Se for inteligente e sensível, **fora do padrão, ou seja, extraordinário**, eu gamo. (SD80; T28)

¹⁰ Ressaltamos que as SDs apresentadas têm caráter ilustrativo: não correspondem à totalidade das SDs analisadas.

Para o narrador, ser fora do padrão significa também a distinção de quem é “merecedor”, tem qualidades que o destacam dos demais. Nesta concepção, as mulheres de *TPM* apresentam-se não apenas como destoantes, mas **acima da média** das demais.

Nesta edição, **nosso eclético grupo** de editoras convidadas, como faz todos os meses, lança seu olhar sobre o mundo, A publicitária Jéssica Desilva, a cada dia mais grávida, volta a falar de filhos. A produtora teatral, Marília Toledo revela teoria **original** sobre o monstro que habita cada uma de nós. A editora de moda Maria Prata prova que casamento à moda antiga pode ser pop. Além delas, outras cinco **mulheres de personalidade** jogam a lente da diversidade sobre nosso universo. (SD60; T17)

Nosso universo pelos olhos de duas **mulheres jovens e inteligentes**: uma casada, a outra, solteira (SD75;T27/28)

Sim, estão falando da atriz e boa mulher Regina Duarte. Se não fosse por alguns comentários barra-pesada (que não reproduziremos aqui porque **somos finas**) até dava para achar que o blog tinha sido escrito pela própria Regina. (SD30;T9)

Ser homenageado com uma comunidade no Orkut por pessoas que gostam de você é muito legal. Milly e eu, que somos **merecedoras dessa honraria**, adoramos. (SD31; T10)

As narradoras erram, vivem situações vexatórias, admitem que não sabem ou não conseguem fazer determinadas coisas e não hesitam em divulgar seus defeitos – talvez para ressaltar a qualidade de que sabem rir de si mesmas. Fogem ao padrão, portanto, por mostrarem-se **imperfeitas**, em oposição a um sentido dominante hoje na mídia de que mulheres podem e devem ter um excelente desempenho em múltiplos papéis: boa mãe, boa mulher, profissional competente, bonita, magra, bem-vestida, sedutora e com estilo. Este discurso atravessa as revistas femininas, os livros de auto-ajuda e também a publicidade voltada para a mulher, como destaca Fujisawa (2006) ao categorizar o mito das “mulheres multifuncionais” que substituiu o das amélias nos comerciais de TV.

Mesmo que possa criar outros estereótipos femininos, *TPM*, paralelamente, desconstrói a naturalização da imagem de que mulheres podem dar conta de tudo, sabem tudo, têm, enfim, obrigação de serem “multifuncionais” e, assim, impressionar os homens. Ser fora do padrão situa-se entre a singularidade que destaca e o desajuste que segrega:

Nossa repórter tem 34 anos e nunca na vida tinha sequer ligado um carro. Mas decidiu mostrar que tudo é possível e se matriculou em uma auto-escola. Conclusão: qualquer um consegue. Mesmo que seja a 15km/h T5 (SD13; T6)

De acordo com uma amiga que mora em Brasília e é funcionária de uma ONG, **estávamos péssimas.** “Olha, sinceramente, vocês não estão com roupa de ir ao congresso”. (SD26; T7)

Quem a viu ainda disse que eu estava mais gorda. Olha, **eu até gostaria de engordar, mas não consigo.** (SD34; T10)

Quando soube que, aos 16 anos, eu estava namorando o filho mais velho do Paulo César Pereio, minha avó – cuja filha já havia namorado o próprio Pereio – foi categórica: **‘Essa menina tem dedo podre’.** Assim começava, há dez anos, **minha longa carreira de mulher exército da salvação.**

Fui me aprimorando. **Não caio em qualquer roubada, só nas piores.** (SD78; T28)

Fora do padrão, acima da média, imperfeitas. As narradoras de *TPM* reforçam a marca da diferença que as singulariza das demais. Ao pontuar as rupturas com o padrão estabelecido, assumem uma posição de resistência às convenções e exigências contemporâneas, enquanto implicitamente reforçam quais são as normas, como ser menina e brincar de boneca, ter curvas, saber se vestir. Destacando as singularidades, demarca-se também pelo menos um padrão a ser seguido pela mulher de *TPM*: ser “do contra”. Para ser “extraordinário” como pontuam estas narradoras, não bastaria ser você mesmo, e sim surpreender os demais.

2.2. “Sou mulherzinha”

Culturalmente, o ambiente doméstico e a vida afetiva têm sido largamente associados a características femininas – quando a maternidade não é sobrevalorizada como a maior potencialidade da mulher. Como destaca Buitoni (1984) ao analisar os papéis e qualidades atribuídos às mulheres no início do século XX nas revistas femininas brasileiras, elas eram descritas com adjetivos etéreos, comparadas a flores, aclamadas pela beleza e pela ternura. Percebemos em *TPM* uma atualização deste discurso que notabiliza a mulher por características opostas à racionalidade e à objetividade, apontadas como atributos masculinos. As mulheres são descritas com adjetivos como sensibilidade e intuição, justamente qualidades apontadas como desvantagens femininas na disputa profissional com os homens: enquanto eles fariam decisões objetivas e embasadas, elas seriam as colegas sensíveis, pouco firmes e que baseiam suas escolhas em critérios subjetivos (LOBOS, 2002).

Topar com mulheres como Suzana é sempre um prazer. Porque ela nos faz ver aquilo que sabemos, mas que às vezes duvidamos: **mesmo tendo que cruzar a perna aqui e ali, somos capazes de chegar longe**, contando apenas com nossa **intuição, criatividade e sensibilidade**. E, no meio do caminho, **ser mãe e esposa**. (SD3; T1)

Sempre tive uma certa vontade de ser homem, apesar de ser **extremamente mulherzinha** e vaidosa. (SD40; T12)

Só que, é **claro, machos não ficam choramingando**. Sem contar que estão acostumados a isso desde sempre, enquanto eu estou acostumada a ser mulher, ainda que esquisita, desde sempre. (SD43; T12)

Analisando as SDs acima, pode-se depreender que os homens não choramingam, porque choramingar seria uma prática de “mulherzinha” sensível, bem como “cruzar as pernas” ainda é pensado como uma estratégia profissional feminina. A importância do atributo beleza também é demarcada: evocam-se na revista discursos amplamente

difundidos em revistas femininas tradicionais como *Nova*, muitas vezes ironizada nas páginas de *TPM*, em que o cuidado com o corpo e a aparência assume importância vital na construção das identidades femininas (BRAGA, 2005).

Sempre tive uma certa vontade de ser homem, apesar de ser **extremamente mulherzinha e vaidosa**. (SD40; T12)

Tudo o que eu queria era voltar a ser mulher, voltar a existir, passar rímel, alongador de cílios e usar minha bota prateada com salto agulha e minhas unhas vermelhas. Eu não agüentava mais. (SD45; T12)

A vaidade convoca a mulher ao consumo – e para estarem bonitas e se sentirem bem, as narradoras de *TPM* não consomem “qualquer coisa”. Suas falas são entremeadas de referências a marcas caras e importadas e à dificuldade de encontrar um produto à altura de suas expectativas. Percebe-se a presença de um discurso publicitário, de convencimento do que tem (ou não) qualidade suficiente para cada ocasião. Essa comparação se acentua ainda mais quando, ao final de cada texto das editoras convidadas, a última frase inicia-se com “Vai lá”, seguida das indicações de como comprar e quanto pagar por aquele artigo ou serviço.

Conclusão: Milly foi de jeans, **camisa da Ellus** com um gavião bordado atrás (bem chamativo) e **tênis Puma**. Quando a Milly entrou no avião e me encontrou eu perguntei: **‘Essa é sua tentativa de ficar chique?’**. Eu fui de jeans, camiseta preta velha básica e decotada, blazer **jeans da Zara** e sapato verde. O pior era a bolsa, azul-turquesa, de náilon, estilo clubber de 97. (SD25; T7)

O mais legal é que a gente **pode comprar vestidos maravilhosos por um preço menos caro. Um vestido preto básico Dior custa a partir de 1500 euros**. (SD65; T20)

Foi difícil encontrar um creme que eu gostasse, mesmo porque não gosto muito de cremes. Mas meu médico me deu uma dica ótima, o **Shea Body Butter, da loja inglesa Body shop**. (SD67; T22)

2.3. “Sou dona do meu próprio destino”

É de se supor que mulheres que se apresentam como singulares e contrárias ao padrão estabelecido façam escolhas surpreendentes. Mas há uma sutileza no sentido aqui construído: evoca-se o discurso feminista sobre as potencialidades de superação da mulher para redefinir seus papéis na sociedade em nome de um coletivo. O “nós” implícito nas falas seguintes é sempre inclusivo: não se trata apenas do conjunto das narradoras, abrangem-se também leitoras, gerações, a população feminina – em oposição aos homens.

“Mudança de roteiro” e “escolhas” são termos reiterados em diferentes falas remetendo a um tempo em que havia um roteiro previsível, sem direito a opções. E é justamente a conquista feminista de poder ser dona do próprio destino o sentido nuclear que atravessa estas falas: mudar o roteiro e fazer escolhas para vencer entre os homens.

Nossa geração, a geração de quem hoje tem 40, embora muita gente não acredite, foi criada para ser esposa, mãe, no máximo, professora primária. Qualquer homem se contentaria com seu destino social se ele fosse confortável e tivesse sido estabelecido há milênios. Mas nós não. Talvez tenhamos sido a última geração a carregar essa herança, mas o fato é que, profissionalmente falando, **não se esperava muito de cada uma de nós.** A verdade, entretanto, é que, **nesse mundo masculinamente racional, temos folgado bastante.** (SD2; T1)

Vinte anos depois, em um momento estilo “vocês vão ver do que eu sou capaz”, decidi que ia aprender a dirigir carro. (SD16; T6)

E a escritora [*Simone de Beauvoir*] foi uma das precursoras do movimento que olhamos com certa preguiça, mas que **mudou o nosso rumo, o feminismo.** (SD51; T14)

E vivemos num mundo cheio de escolhas, sem papéis definidos. Então, **o jeito é cada um abrir o seu caminho.** (SD53; T14)

2.4. “Sou uma repórter aventureira”

Ser jornalista é uma grande aventura – ao menos para quem trabalha na *TPM* ou é sua colaboradora. Essa é a imagem construída na fala das narradoras. O interessante é que não parece se tratar apenas de uma glamourização da profissão, mas também de uma dose extra de emoção na vida destas mulheres que as leitoras acompanham, capítulo a capítulo, todos os meses. Se parte da estratégia editorial da revista parece se concentrar em jogar luz sobre quem narra, nada mais previsível do que incensar a rotina de trabalho das jornalistas em questão. Mas não por qualidades que seriam valorizadas na cultura profissional dos jornalistas, como realizar denúncias, investigações ou confrontar opiniões distintas; tampouco por bons salários ou uma vida cheia de regalias. As narradoras incensam a experimentação pessoal de momentos emocionantes, tão surpreendentes, originais e fora do padrão quanto a imagem que constroem de si mesmas.

O vôo de ida à Brasília foi o **pior de minha vida** porque o homem da fileira da frente (bem na minha frente) teve um enfarte e a filha dele começou a gritar ‘Socorro’, e dar na cara dele, e a Nina, do meu lado, gritava, ‘Eu tenho Rivotril, calma!’, e a aeromoça e o piloto (sim, para **meu completo desespero**, o piloto deixou o avião sozinho e veio ver o que estava acontecendo, e agora eram quase dois enfartados), me tiraram o sanduíche da mão bem na hora que tinha chegado ao recheio e me empurraram para o corredor para poder ressuscitar o velho [...]. (SD8; T3)

Saí daquele carro achando que tudo na vida é possível. E que dirigir é bem mais fácil do que andar de esqui ou snowboard – isso, sim, **uma missão impossível que eu já tentei praticar em nome do jornalismo e desta revista que você lê (TPM # 35).** Daquela vez, sem sucesso. Dessa vez, me aguardem. (SD21; T6)

Quando me falaram em passar um dia vestida de homem, vivendo como homem e tentando pensar como homem, achei que seria uma grande diversão. (SD39; T12)

O taxista errou o caminho umas cinqüenta vezes, era lerdo e me deixou de mau humor. O dia resolveu ficar gelado e eu me encolhia na minha jaqueta de couro vermelha enquanto me atrasava para me encontrar com Teco Padaratz, a lenda do surf. E olha que eu, que não entendo nada de surf, sei disso. (SD48; T13)

3. A ruptura que não rompe

Ao romper com a narrativa jornalística tradicional personificando-se no texto, as narradoras de *TPM* assumem de fato o papel de contadoras de histórias e convidam a leitora a olhar o tema ou a pessoa em questão a partir da cena narrada. Face à narrativa atrofiada do jornalismo de referência, percebe-se que um narrador-personagem pode ser mais envolvente e dar nova tessitura ao texto jornalístico. Mas, ao mesmo tempo, estas narradoras auto-referentes muitas vezes sobrepõem-se ou, pelo menos, disputam espaço com o “ele” narrado: protagonizam reportagens e recriam *sua própria* realidade. Neste movimento, há uma glamourização do “ser repórter” não como uma profissão, mas um estilo de vida, regido por normas e ideais outros que não os da prática jornalística: na mesma medida em que se anuncia uma bem-vinda experimentação narrativa, deixam-se de lado pressupostos fundamentais da profissão, fazendo do narrador a figura maior ou o juiz dos temas narrados.

Não surpreende, portanto, que boa parte das narradoras, em especial as editoras convidadas e colaboradoras, tenha outras formações que não a de jornalista. Ainda assim, elas reportam fatos e assuntos: será essa uma nova formatação de jornalismo, em que a figura tradicional do repórter, guiado pelas normas e valores da profissão, cede espaço para falas editorializadas e auto-referentes?

A partir destas narradoras-olimpianas, a mulher que toma forma na revista *TPM* polariza-se entre dois sentidos dominantes: aquela que é **fora do padrão**, que se destaca por sua singularidade, e a **mulherzinha**, intuitiva, sensível, vaidosa e consumista. Não se trata apenas de sentidos opostos, mas também de referências opostas em relação a quem

cada discurso parece se posicionar. A mulher que quebra as regras é um contraponto às *demais mulheres* que seguem as convenções, cumprem os múltiplos papéis esperados por elas na sociedade. A mulherzinha, multifuncional e atenta à própria aparência, apresenta-se como um contraste ao *masculino*, uma vez que ela supostamente incorpora os pressupostos da feminilidade. O discurso que atravessa a revista oscila, então, entre convocar as mulheres a serem diferentes das demais, por um lado, e atribuir-lhes as mesmas qualidades e potencialidades que por séculos as rotularam como o suposto “sexo frágil”, justificando um papel secundário em um mundo comandado por homens, por outro.

Esta tensão entre duas imagens opostas de mulher aparece em outro sentido construído pelas narradoras de *TPM*, as **donas do próprio destino**. Está destacada aí a competição entre os sexos em um mundo “masculinamente racional”. Reafirma-se uma posição secundária, mas convoca-se a leitora a assumir um novo papel, o de quem faz escolhas surpreendentes – e, assim, a equiparar ou mesmo inverter esse jogo. De toda forma, é um discurso para mulheres sempre orientado *em relação aos homens*.

Podemos voltar a uma questão do início deste artigo. *TPM* constitui, de fato, uma revista diferente das demais, como se propõe? Difere ao adotar um formato contrário aos que aparecem hegemonicamente nas revistas femininas, das dicas no imperativo que convocam a mulher a ser ou ter isso ou aquilo, e difere também por veicular discursos outros, além daqueles que remetem a uma mulher obrigatoriamente bela e multifuncional. Podemos afirmar que a diferença, em relação à imprensa feminina tradicional, está na tensão de sentidos constantemente construída por meio de seu discurso. A revista certamente inova ao fundamentar-se na fala auto-referente e glamourizada de suas narradoras, mas, por fim, converte estas rupturas em uma nova fórmula para veicular implicitamente um discurso aproximado daquele que ironiza, pontuando o que a mulher

deve ter ou vestir e definindo *como* ela precisa *ser*. O sentido principal é que não basta que a leitora seja ela mesma; ela deve perseguir uma singularidade que a diferencie das demais – e a torne igual à narradora da *TPM*.

Referências

- BENJAMIN, Walter. O narrador – considerações sobre a obra de Nicolai Leskov. In: BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BENVENISTE, Émile. *Problemas de lingüística geral I*. Campinas: Pontes Editores, 2005
- BORNEUF, Roland. OUELLET, Réal. *O universo do romance*. Coimbra: Livraria Almedina, 1976.
- BRAGA, Adriana. *Corpo e agenda na revista feminina*. Cadernos idéias I U H, ano 3, nº 40, 2005. Disponível em: http://www.unisinus.br/ihu/publicacoes/cadernos_ideias/edicao00040.pdf Acesso em 15 de março de 2006.
- BUITONI, Dulcília. *Imprensa feminina*. São Paulo: Ática, 1990.
- BUITONI, Dulcília. *Mulher de papel*. São Paulo; Loyola, 1984.
- FONTCUBERTA, Mar de. *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós, 1993.
- FUJISAWA, Marie Suzuki. *Das Amélias às Mulheres Multifuncionais*. São Paulo: Summus Editorial, 2006.
- LEITE, Ligia Chiappini Moraes. *O foco narrativo*. São Paulo: Ática, 2005.
- LOBOS, Julio. *Mulheres que abrem passagem*. São Paulo: Instituto da Qualida, 2002.
- MACHADO, Marcia Benetti. *Jornalismo e análise do discurso: método para estudo das vozes*. Anais do III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor. Florianópolis, 2005.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes, 1997.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortex Editora, 2005.
- MEDINA, Cremilda. *Povo e personagem*. Canoas: Editora da Ulbra, 1996.
- MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas – A segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho D'Água, 2003.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. *Narratologia – Análise da narrativa jornalística*. Brasília: Casa das Musas, 2004.
- MORIN, E. *Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo*. vol 1, Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1987.
- ORLANDI, Eni. A incompletude do sujeito. In: ORLANDI, Eni (org.). *Sujeito e texto*. São Paulo: EDUC, 1988.
- ORLANDI, Eni. *Análise de discurso*. Campinas: Pontes, 2005.
- PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso. In: GADET, F. e HAK, T. (orgs). *Por uma análise automática dos discurso – Uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. São Paulo: Editora da Unicamp, 1990.

- RESENDE, Fernando. *O olhar às avessas – A lógica do texto jornalístico*. Tese de doutorado. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo: São Paulo, 2002.
- RODRIGUES, Adriano. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio (org). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo, 15, 1997.
- SANTIAGO, Silvano. O narrador pós-moderno. In: SANTIAGO, Silvano. *Nas malhas da letra*. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.
- SERRA, Sônia. *Relendo o gatekeeper: notas sobre condicionantes no jornalismo*. São Bernardo do Campo, Compós, 2004. Disponível em:
<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2004/soniaserra2004.doc>
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005.
- VIZEU, Alfredo. *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2005.

Inovações e desafios da linguagem jornalística: o uso dos infográficos na cobertura de Ciência, Tecnologia e Inovação

Tattiana Gonçalves Teixeira ¹

Resumo: Este trabalho pretende discutir quando e porquê o infográfico pode ser compreendido como uma modalidade do discurso jornalístico. Para isto, toma como objeto de estudo edições da revista *Superinteressante*, editada pela Abril. O objetivo é observar como, na busca de formas alternativas de narrativa jornalística, os editores da publicação investem no que aqui chamamos de *reportagem infográfica*, isto é, uma modalidade de apresentação da infografia capaz de superar o que alguns autores chamam de gênero complementar. Assim, oferecem um tipo diferenciado de cobertura, ao buscarem caminhos alternativos para os modelos tradicionais de redação/narrativa jornalística.

Palavras-chaves: jornalismo, linguagem jornalística, infografia, jornalismo científico, narrativa.

1. Introdução

Com o título “*Derreteram a taça errada ?*”, a Revista *Superinteressante* de junho de 2006 publicou reportagem de Simon Kuper, originalmente veiculada no jornal inglês Financial Times, sobre a Taça Jules Rimet. Sob a cartola *História*, o texto chama-nos a atenção por ser apresentado em quadrinhos e a opção por este formato parece atender à busca por uma forma criativa e eficaz de transmissão de informações jornalísticas, onde texto e imagem estão diretamente aliados. A escolha não foi aleatória. Denis Russo – atual diretor de redação da revista – explicou, em entrevista concedida à autora, que.

A reportagem [original] era 100% narrativa - tratava-se ali de contar uma história. E, quando é assim, a técnica da "reportagem em hq" funciona maravilhosamente bem. Quando decidimos quais recursos utilizaremos para

¹ Jornalista. Doutora em Comunicação. Professora do Curso de Jornalismo e líder do Núcleo de Pesquisa em Linguagens do Jornalismo Científico (NUPEJOR) da Universidade Federal de Santa Catarina.

fazer uma reportagem levamos em conta duas coisas: 1) o que é mais adequado - que recursos vão nos possibilitar contar a história da maneira mais clara, compreensível, correta e 2) o que é mais surpreendente - como tratar o assunto de um modo que ninguém esperava, que ninguém fez antes. Ser surpreendente é parte importante da missão da Super. Ou seja, esse segundo ponto pesou na decisão, sem dúvida.

De acordo com o jornalista, alguns leitores questionaram a veracidade da história ali contada. Nada mais natural, uma vez que, tradicionalmente, quadrinhos na imprensa são sinônimo de divertimento, ficção, tanto que alguns estudiosos os classificam como “gênero diversional”. O episódio, portanto, antes de ser algo isolado, nos parece um ponto de partida interessante para que discutamos a relação do binômio imagem-texto como linguagem jornalística. Neste sentido, é preciso compreender (1) o que é linguagem jornalística, (2) que tipo de manifestações ela comporta, (3) como as alternativas aos modelos clássicos de narrativa jornalística em veículos impressos pode comprometer ou auxiliar a compreensão do discurso que encerram e, por fim, (4) o papel da infografia dentro deste contexto.

É evidente que no espaço limitado de um artigo como este, não pretendemos discutir estes quatro aspectos em profundidade mas, ao invés disso, tentar trazer estas questões à tona, na medida em que, de certo modo, elas já fazem parte do universo do jornalismo brasileiro há algum tempo. Apesar de serem realidade na prática profissional cotidiana, estes tópicos ainda têm sido pouco debatidos pela Academia ou mesmo pelos cursos de graduação em Jornalismo onde, muitas vezes, ainda impera o culto ao texto escrito como sinônimo de bom jornalismo, ficando o design da notícia em uma segunda escala de importância, vide a maioria dos jornais laboratórios produzidos, onde se observa um uso tímido, raro, de diagramas, tabelas, mapas e infográficos mais complexos.

Acreditamos, portanto, que o fenômeno de renovação dos aspectos gráfico-visuais na apresentação da informação jornalística, que desde o final da década de 80 tornou-se mais evidente em nosso país, diz respeito, diretamente, à relação entre design e informação jornalística em uma tentativa de aliar forma e conteúdo, com implicações diretas no modo de trabalho dos profissionais das redações e, claro, na disponibilização de notícias e reportagens ao público. Longe de ser uma questão meramente estética – o que por si também não seria menor – esta interrelação nos interessa aqui a partir de aspectos bastante pontuais, isto é, enquanto forma diferenciada de apresentar fenômenos jornalísticos produzindo novos modelos de narrativa, onde o verbal e o não-verbal têm uma relação intrínseca e indissociável.

No jornalismo contemporâneo, a infografia parece ser um bom exemplo de como imagem e texto podem estar aliados a favor do conteúdo oferecido a leitores de periódicos. Não por um acaso, Ary Moraes a classifica como um recurso de narrativa visual². No Brasil o infográfico, compreendido neste trabalho como *“una aportación informativa, realizada con elementos icónicos y tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más significativos, y acompaña o sustituye al texto informativo”* (SANCHO,2001:21), começou a aparecer com frequência em páginas de jornais e revistas de grande circulação no início dos anos 90, a partir de suas reformas gráficas e editoriais. Para fazê-las, os veículos buscaram a consultoria de profissionais oriundos dos Estados Unidos e da Europa, locais onde o uso do design como aliado na qualidade da informação jornalística já era realidade há, pelo menos, 10 anos.

Moraes explica que a palavra infografia só começou a ser usada nas redações brasileiras no final da década de 80, *“trazida pelos poucos iniciados que tinham contato*

² Ver MORAES, Ary. **Infografia – o design da notícia**. 1998. 173 f. Dissertação (Mestrado em Design). Departamento de Artes. Pontifícia Universidade Católica. Rio de Janeiro.

com o trabalho desenvolvido pela SND [Society of News Design] e seu uso limitava-se ao círculo destas pessoas em São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre. (...) A partir de 1996, a palavra deixou a esfera dos iniciados e estabeleceu-se definitivamente no cenário do jornalismo brasileiro”³. A produção de infográficos no Brasil tornou-se mais comum em meados da década de 90 e o recurso desde então serve, sobretudo, para complementar notícias e reportagens de muitas áreas/editorias desde cotidiano até esportes e ciência, passando por política e até polícia, em alguns casos. Esta condição de complementaridade aparece também na produção de infográficos em outros países, tanto que Hidalgo os classifica como pertencentes ao que chama de *gênero complementar* uma vez que depende de uma informação principal para ser compreendido (2002:44-46). De acordo com este autor,

“la infografía no es solo una ilustración, sino un conjunto de elementos gráficos y textuales con estructura propia cuyo fin es ilustrar pero también informar; es decir, aportar información o documentación que no siempre contiene el texto principal al que complementa. Porque tiene su propia estructura pero depende temáticamente de una información principal, podemos considerarla también un género periodístico complementario” (2002:65)

Se por um lado o infográfico é mais comumente usado como complemento a alguma notícia ou reportagem, ele também é o recurso gráfico-visual mais suscetível àquilo que chamamos de autonomia enunciativa, isto é, os infográficos podem, por si só, concentrar toda a informação que se quer passar, sem estarem vinculados a nenhuma outra modalidade discursiva. Isto pode acontecer quando as redações optam, por exemplo, pelo uso de megainfográficos que ocupam toda uma página de jornal (Standard ou Tablóide) ou, no caso de revistas como *Superinteressante* ou *Mundo Estranho* – ambas da Editora Abril -, quando o infográfico chega a ocupar duas páginas, em uma espécie de pôster explicativo. Uma vez que uma boa infografia deve conter

³ In: MORAES, op.cit, pp. 69 e 71.

título, texto de entrada, fonte além, é claro, de imagens, não é muito difícil entender como é possível construir um infográfico com total independência enunciativa e, portanto, mais próximo de outros gêneros jornalísticos que do complementar proposto por Hidalgo. Esta capacidade de falar por si é o que nos interessa, especificamente, neste trabalho. Como se dá a relação deste tipo de infografia com o que compreendemos como linguagem jornalística é o que pretendemos, portanto, discutir aqui, a partir do estudo de caso da revista *Superinteressante*, publicação que desde 1994 investe sistematicamente no uso deste recurso em suas páginas.

2. Linguagem Jornalística e Reportagem Infográfica

Em entrevista concedida à autora, em 2005, o jornalista Denis Russo explicou como se dá a escolha pela infografia quando a equipe de redação da *Revista Superinteressante* discute as edições futuras:

“O critério básico, fundamental é: fazer infografia nos ajuda a contar a história ? Há alguns anos (até 1999,2000) tínhamos obrigação de fazer infografia sempre e, às vezes, elas simplesmente não ajudavam a melhorar a matéria. O resultado disto é que fazíamos vários infográficos meio bobos (por exemplo, mostrando determinada área do cérebro que o leitor não conhece e que não ajuda a entender o processo que está sendo descrito). Hoje não temos mais a obrigação. Nosso desafio a cada matéria é ficar imaginando: qual é o melhor recurso para contar esta história de um jeito claro e inovador. Às vezes é simplesmente um texto narrativo, às vezes é HQ ou foto. E, às vezes, é infográfico. Como temos muita vontade de inovar e ser criativos, não é fácil te dar regras claras de quando usar e quando não usar infografia (...)”

Chama-nos a atenção, um trecho específico desta fala, qual seja, aquele que destaca o infográfico como recurso capaz de “melhorar” uma matéria. Buscando compreender teoricamente o que isto significa, podemos dizer que ao ser complementar a um texto jornalístico, a infografia pode atuar como forma de contextualização do singular em destaque. Por isso, muitas vezes, ela é explicativa, quase didática, porque é um ponto-de-apoio e não o texto principal de determinada cobertura. Ser apoio, no

entanto, não quer dizer que ela seja menor, afinal - a levar em consideração os resultados do já consagrado estudo “*Eyes on the news*”⁴, desenvolvido pelo Institute Poynter no começo da década de 90 – a arte (design da notícia) é considerada uma espécie de *porta de entrada* para 80% dos leitores de periódicos. Em outras palavras, o infográfico pode e muitas vezes o faz, atrair o leitor, antes mesmo dos títulos das matérias e do próprio texto, em si.

Porém, se compreendermos que “a redação jornalística é a organização e formatação final dos dados apurados por um repórter ou por uma equipe, de modo a produzir conhecimento cristalizado no singular e a linguagem jornalística, o conjunto de escolhas possíveis entre signos limitados com o objetivo de construir esta mensagem” (TEIXEIRA,2005:42), perceberemos que nem todo infográfico é um texto jornalístico. Ou seja, ainda que haja a possibilidade dele vir a ser lido antes mesmo da matéria que acompanha, o infográfico, a priori, não pode ser considerado uma modalidade do discurso jornalístico. Isto porque o tipo de conhecimento que ele encerra muitas vezes longe está de ser compreendido como centralizado no singular, sobretudo na cobertura de Ciência e Tecnologia. Em outras palavras, embora acompanhem uma modalidade jornalística – reportagem, notícia e até mesmo entrevistas – muitos infográficos promovem uma compreensão de fenômenos específicos a partir do enfoque no universal – procedimento comum quando se trata de temas ligados a saúde, física, astronomia e outros afins.

Mas nem sempre, como já dissemos, o infográfico é um complemento. Uma prova disto é o modo como alguns deles aparecem em revistas brasileiras, em especial as da *Editora Abril*. Nos interessa, especialmente, a forma como o que chamamos de

⁴ Ver GARCIA, Mario. e ADAMS, Pegie Stark. *Eyes on the news*. Saint Petesburg: The Poynter Institute, 1991.

*reportagem infográfica*⁵ aparece em publicações como a *Superinteressante*, revista que, apesar de todas as controvérsias, está, de algum modo, ligada à cobertura de ciência, tecnologia e inovação.

Comprendemos o termo *reportagem infográfica* como um tipo de narrativa na qual há um texto principal que funcionaria como a introdução de uma reportagem, seguido por infográfico ou infográficos. Neste caso, nem infográfico, nem texto podem ser pensados de forma autônoma porque um foi concebido para estar diretamente associado ao outro e fazem parte de um só conjunto discursivo que passa ao largo de uma *mera* relação de complementaridade.

Para cunhar tal termo, como já explicamos em trabalho anterior⁶, partimos do pressuposto que a reportagem – enquanto modalidade do chamado gênero jornalístico interpretativo – pode ser definida como o texto capaz de proporcionar a contextualização em profundidade - ou seja, com maior ênfase no particular - de um acontecimento ou de aspectos específicos de um tema da atualidade – ou a ela relacionado quer por fatores históricos, políticos e/ou sociais -, oferecendo ao leitor um tipo de conhecimento mais complexo acerca daquilo que aborda. A qualidade desta informação está diretamente relacionada à escolha das fontes, à capacidade de seleção de informações e ao tipo de narrativa adotado, uma vez que, ao contrário da notícia tradicional, a reportagem permite diferentes estruturas, a depender da opção editorial da publicação.

⁵ Vale destacar que, em trabalho apresentado no III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, realizado em 2005, versamos sobre o que chamávamos de reportagem gráfica. A continuidade da pesquisa “O uso da infografia no jornalismo científico brasileiro”, bem como as observações dos colegas naquela oportunidade fizeram-nos mudar o termo para reportagem infográfica, tornando-o, portanto, mais específico e, por consequência, preciso.

⁶ TEIXEIRA, Tattiana. *Infografia e jornalismo científico: um estudo da Revista Superinteressante*. In: Anais do III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2005, Florianópolis (SC) – disponível em CD Rom

Por outro lado, entendemos que “a linguagem jornalística, especialmente quando tratamos de notícias e reportagens - se caracteriza pela utilização do discurso indireto como eixo norteador para a reconstrução dos acontecimentos agora transformados em fatos jornalísticos e a redação de cada texto em particular deve estar calcada neste propósito. Esta reconstrução deve se processar através da apreensão daquilo que é o mais característico do acontecimento, isto é, aquilo que lhe faz único, *irrepetível*, singular, portanto”.(TEIXEIRA,2005:45).

3. Entre o complemento e a integração narrativa

Longe se ser um consenso, mesmo entre os estudiosos, a tipologia dos infográficos pode abarcar desde gráficos e tabelas até outras formas mais complexas de aliar imagem e texto. Aqui não faremos esta distinção, embora a consideremos relevante, mas procuraremos dividir a infografia a partir de dois grupos distintos, a saber: (1) os complementares e (2) os autônomos. Na primeira categoria enquadram-se modalidades que, tradicionalmente, são referenciadas no próprio corpo das matérias, através de chamadas diretas. Seu objetivo é fornecer informação a mais para o leitor, dando destaque a aspectos particulares ou universais capazes de contextualizar o assunto principal do texto ou maior ênfase na singularidade, através de explicações específicas. Isto acontece quando, por exemplo, em uma notícia sobre um novo método de combate às placas de gordura que causam problemas nas artérias, chamado espectropia de fluorescência. O texto por si só já é suficientemente informativo e o infográfico, na verdade, só torna mais claro para o leitor detalhes do procedimento. Assim, se a os editores da revista Saúde! tivessem de abrir mão do infográfico por

problemas de espaço – apenas a título de exemplo – o prejuízo seria o menor possível.
(ver anexo 1)

Os infográficos autônomos, por sua vez, têm como principal característica o fato de serem a própria matéria per si. Verificamos – no desenvolvimento da pesquisa “O uso da infografia no jornalismo científico brasileiro” – pelo menos duas formas específicas de manifestação de infográficos autônomos e uma delas são os chamados megainfográficos que costumam, como já dissemos, ocupar páginas inteiras de jornais e revistas, mostrando o funcionamento de algo, dados estatísticos diversos, tabelas, mapas. Outra forma é o que chamamos de *reportagem infográfica*, recurso ainda raro na imprensa brasileira como um todo, mas que aparece já com alguma frequência na revista *Superinteressante*. Aqui, ao contrário do exemplo anterior, é impossível excluir a infografia sem que isto leve, necessariamente, a toda a reestruturação da matéria que, inclusive, muda de gênero – muitas vezes do interpretativo para o informativo. Este fenômeno, para nós, aponta para uma forma de narrativa diferenciada, não linear e pensada para ser lida de maneira não-tradicional, embora percebamos a presença de todos aqueles elementos que apontamos como característicos da linguagem jornalística.

Em um levantamento preliminar – tendo em vista que esta pesquisa ainda está em andamento – percebemos que entre março de 2005, quando Denis Russo assumiu a direção da *Revista Superinteressante*, e maio de 2006 este tipo de modalidade discursiva foi usado oito vezes. Para efeito de cálculo, não consideramos infográficos independentes que, em função de suas características, podem ser visto como não-jornalísticos, tais como muitos dos que figuram na seção *SuperPoster*. Para melhor compreensão do que significa a *reportagem infográfica*, acompanhem as descrições que seguem. Em todos os exemplos, texto e imagem formam uma só unidade discursiva

e proporcionam um modo diferente de ‘contar uma história’, apenas para usar um termo referido pelo próprio Russo, em entrevista à autora.

O primeiro exemplo foi publicado em agosto de 2005, na seção *Superrespostas – para entender o mundo*, e é assinado por seis profissionais entre jornalistas, designers e infografistas, o que comprova a complexidade deste tipo de recurso. Neste caso, a publicação dedicou quatro páginas para responder, através de infografia, à pergunta “Como foi o massacre do Carandiru ?”⁷



Como foi o massacre do Carandiru ?

No dia 02 de outubro de 1992, o pavilhão 9 da casa de Detenção Carandiru foi o cenário de um dos episódios mais sangrentos da história penitenciária mundial. Quase 13 anos depois, o caso ainda é alvo de controvérsias. De um lado, o chefe da operação diz que agiu no estrito cumprimento do dever. Do outro, grupos de direitos humanos acreditam que houve intenção de exterminar os presos e reclamam que ninguém foi punido. Conheça os detalhes de um dia que já virou livro, filme, série de TV e entrou para a história. Por Henrique Camargo

⁷ In: revista Superinteressante, ed. 216, agosto de 2005, pp. 32-35.



10:00 – Enquanto, no pátio, rola uma partida de futebol, 2 detentos (Barba e Coelho) começam a brigar dentro do pavilhão. Logo, os presos se dividem em 2 grupos rivais e a briga se espalha

detalhe 1

Toda a reportagem é construída cronologicamente e as figuras mostram detalhes do episódio, a partir de uma visão perspectiva de dentro do presídio, como no detalhe que segue, o qual mostra o que ocorria, às 15h30, quando

“chamados pelo diretor da Casa de Detenção, cerca de 320 policiais estacionam fora do pavilhão 9. Entre eles, homens de batalhões de elite como Rota, Gate, 3º. Choque e cavalaria, além de alguns bombeiros. O diretor do presídio, Ismael Pedrosa, tenta uma última negociação. Do lado de dentro a confusão está instaurada”.



“Muitos presos estão bêbados por causa da maria-louca, bebida produzida dentro das celas.”

“A fiação elétrica e a instalação hidráulica são destruídas, deixando o chão cheio de água e o pavimento às escuras.”

Um outro exemplo, menos complexo, foi publicado na edição de fevereiro de 2006, na seção *Supernovas*. Aqui, todo o texto é construído partindo do pressuposto que as ilustrações serão obrigatoriamente publicadas pois, de outro modo, não há como entender que mudanças, efetivamente, foram sofridas pela tradicional Tabela Periódica. As duas páginas comportam, ainda, fotos de tabelas alternativas, a imagem da tabela clássica e outras informações adicionais em boxes.



O texto do repórter Marcelo Cabral não faz referência específica ao infográfico, mas ao não revelar detalhes da nova tabela periódica, proposta por Philip Stewart, torna indispensável a infografia.

“O novo elemento – no centro, um elemento que não faz parte da tabela periódica comum: o neutrônio, também chamado de “elemento zero”, que tem apenas nêutrons em seu núcleo. É tão pesado que deve existir somente no interior de estrelas de nêutrons”

Por fim, vale citar o exemplo da reportagem especial “Perigo Constante – no mundo inteiro os acidentes de trânsito matam mais que conflitos armados e catástrofes

ambientais. Saiba como e porque estas tragédias evitáveis acontecem”, publicada em maio de 2006. Desta vez, quatro pessoas assinam o trabalho que explica textual e imagetivamente, em seis páginas e com muitos detalhes, o que provoca e como ocorrem os mais tradicionais acidentes de trânsito, desde engavetamentos e colisões frontais, até ultrapassagens perigosas e capotamento causado por excesso de velocidade.



Aqui, explicações oriundas da Física orientam como calcular a distância segura entre dois carros.

“Antes de entrar no carro para ir ao trabalho ou viajar com a família, saiba que sua vida corre risco. Não se trata de exagero ou sensacionalismo, mas de uma constatação. O Brasil contabiliza todos os anos mais de 30 mil mortos em acidentes de trânsito. E a maior responsabilidade por esse cenário caótico é o próprio motorista. Segundo a Organização Mundial da Saúde, 90% dos acidentes acontecem por falha humana. (...) Um piscar de olhos ou uma distração de segundos põe em risco sua vida e a dos outros. E aí muita gente vira estatística. Exatamente como as que usamos aqui para mapear os tipos e causas mais frequentes de acidentes nas estradas do país”.



Detalhe

4. Conclusão

Desde que começou a usar a infografia com mais frequência em suas páginas, em 1994, a revista *Superinteressante* passou por uma série de transformações. Até meados de 2000, seu uso era quase que obrigatório nas matérias principais da publicação. Nos anos seguintes, ela nunca deixou de ser usada, ainda que ficasse bem distante das reportagens, mesmo a de capas, mas, ainda assim, ao longo desta trajetória, não foram poucas as vezes em que ganhou status de recurso inovador. Não por um acaso, a revista é uma das mais premiadas pelo *Malofiej*, prêmio internacional de infografia, concedido anualmente pela *Society of News Design*.

Nosso estudo de caso apontou, até aqui, que há modos distintos de uso da infografia desde os mais tradicionais, como recurso complementar, até como elemento essencial ao que chamamos de *reportagem infográfica*, uma modalidade complexa, que envolve toda uma equipe em sua formulação e que apresenta desafios ao que tradicionalmente se compreende como linguagem e redação jornalísticas. Esta modalidade discursiva se desenvolve com alguma frequência na *Superinteressante*, ainda é rara em outras publicações da mesma editora - nosso projeto de pesquisa também engloba a análise do uso da infografia na *Revista Saúde!* e podemos garantir

que a *reportagem infográfica*, tal como a descrevemos aqui, não foi usada em nenhuma de suas edições entre março de 2005 e maio de 2006, embora este periódico direcionasse a uma cobertura segmentada, vinculada especificamente a temas de saúde, nutrição e bem estar para o público-leigo.

A principal característica deste tipo de reportagem é aliar de modo indissociável elementos verbais e não-verbais, construindo uma narrativa gráfico-textual condizente com o que se espera de uma narrativa jornalística capaz de fazer com que um público leigo seja capaz de compreender temas complexos como aqueles de algum modo ligados ao campo científico – em suas mais variadas vertentes, desde as chamadas Ciências Exatas até as Sociais Aplicadas, por exemplo -, à tecnologia e à inovação. Ao contrário da história em quadrinhos que citamos no início deste trabalho, as reportagens infográficas podem surpreender o leitor, mas jamais colocar em xeque a veracidade daquilo que se narra, ainda que use ilustrações e não apenas fotos e outros recursos diretamente ligados ao real. Em jornalismo científico, assim como no jornalismo em sentido amplo, esta condição é fundamental para a qualidade do material publicado e para o cumprimento do seu objetivo primordial: ser uma forma de conhecimento.

5. Referências Bibliográficas

BURKETT, Warren. **Jornalismo Científico**. Rio de Janeiro: Forense, 1990.

CARVALHO, Alessandra P. *A ciência em revista: um estudo dos casos de Globo Ciência e Superinteressante*. (dissertação de mestrado). São Bernardo do Campo, SP: IMS, 1996.

CHAPPÉ, Jean-Marie. **L'infographie de presse**. Paris:CFPJ, 1993.

DE PABLOS, José Manuel de. **Infoperiodismo – el periodista como creador de la infografía**. Madrid: Síntesis, 1999.

GENRO FILHO, ADELMO. **O segredo da pirâmide**. Porto Alegre:Tchê!, 1987.

- GOMIS, Lorenzo. **Teoria del periodismo – como se forma el presente**. Barcelona: Paidós, 1991
- HERNANDO, Manuel Calvo. **Manual de Periodismo Científico**. Barcelona: Bosch, 1997.
- HIDALGO, Antonio López. **Géneros periodísticos complementários**. Sevilha:Comunicación Social Ediciones y Publicaiones, 2002.
- LALLANA, Fernando. “Diseño y color infográfico”. In: **Revista Latina de Comunicación Social** (13), enero de 1999
- LECTURIA, Elio. “¿Qué es infografía?”. In: **Revista Latina de Comunicación Social** (4), abril de 1998.
- MACHADO, Irene. “Infojornalismo e a semiose da enunciação”. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt> . Acesso em: 27 de maio de 2004..
- MORAES, Ary. **Infografia – o design da notícia**. 1998. 173 f. Dissertação (Mestrado em Design). Departamento de Artes. Pontifícia Universidade Católica. Rio de Janeiro
- NELKIN, Dorothy. **Selling Science –how the press covers science and technology**. New York: W.H. Freeman and Company, 1987.
- OLIVEIRA, Fabíola. **Jornalismo Científico**. São Paulo: Contexto, 2003
- PELTZER, Gonzalo. **Jornalismo Iconográfico**. Lisboa: Planeta, 1991.
- POINSSAC, Beatrice. **L´infographie**. Paris:Press Universitaires de France, 1994.
- STOVALL, James Glen. **Infographics: a journalist`s guide**. Massachusetts: Allyn and Bacon, 1997.
- TEIXEIRA, Tattiana. *Infografia e jornalismo científico: um estudo da Revista Superinteressante*. In: Anais do III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2005, Florianópolis (SC) – disponível em CD Rom
- TEIXEIRA, Tattiana. *O uso do infográfico na Revista Superinteressante - um breve panorama*. In: 8. Congresso Brasileiro de Jornalismo Científico, 2004, Salvador (BA)
- TEIXEIRA, Tattiana. *The infographic science magazine for the general public*. In: Anais da 23 Conference and General Assembly of Internacional Association for Media and Communication Research, 2004, Porto Alegre (RS) – disponível em CD-Rom
- TEIXEIRA, Tattiana. *As imagens do singular: o uso do infográfico no jornalismo científico brasileiro*. In: Anais do VII Congresso Latino-americano de Investigadores de La Comunicación (ALAIC), 2004, La Plata (Argentina) – disponível em CD Rom.
- VELHO, Ana Paula. *A infografia no jornalismo científico: uma análise semiótica*. (dissertação de mestrado). São Paulo:PUC, 2001.

YIN, Robert K. **Estudo de caso – planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman,2005.

ANEXO 1:



Lê-se aqui: "veja o infográfico abaixo"

Texto da matéria

Nem todas são iguais. Uma pode estar em estágio inicial e outra, ao contrário, prestes a se romper, deflagrando a formação de coágulos que bloqueiam as artérias. Para indicar a intervenção terapêutica mais eficaz, cientistas americanos estão pesquisando a espectroscopia de fluorescência. O método consiste no uso de uma sonda de fibra óptica que libera um raio laser sobre as placas (veja o infográfico abaixo). "Coletadas e analisadas, as emissões fornecem informações sobre a composição bioquímica e molecular delas", disse à Saúde! Laura Marcu, líder do estudo e professora da Universidade da Califórnia em Davis. A técnica foi testada em pacientes submetidos a uma cirurgia de remoção de placas em uma artéria carótida, localizada no pescoço. Os cientistas agora estão trabalhando num cateter intravascular para acomodar a fibra óptica. Isso permitirá uma avaliação minimamente invasiva dos vasos.

In: Saúde!, ed.269, janeiro 2006, pp. 27

El nuevo papel de la prensa argentina

Adriana Amado Suárez¹

Resumen: El presente trabajo es un avance de mi tesis de doctorado sobre la prensa argentina durante la década del noventa, desarrollada en la FLACSO. La hipótesis de la investigación gira en torno a la reconfiguración de los actores participantes en la industria de los grandes diarios, y los efectos que ello pudo acarrear en la producción de la información. Se parte de la premisa de que la organización mediática está inserta en un campo de fuerzas sociales (sociedad y audiencia; propietarios, clientes y proveedores; fuentes; periodistas y empleados) cada una de las cuales que tiene un papel importante en la producción de información. En este sentido se postula que en los noventa la función activa de los periodistas en la producción de la información fue debilitándose a favor de las fuentes y oficinas de prensa, que toman la iniciativa en las noticias.

Palabras-clave: prensa, noticia, fuentes, información, periodistas,

Resumo: O presente trabalho é um avanço de minha tese de doutorado sobre a imprensa argentina nos anos noventa, desenvolvida na FLACSO. Minha hipótese de investigação reside na nova configuração dos atores que participam na indústria dos grandes diários, e os efeitos na produção de informação. A premissa é que a organização da mídia é localizada em um campo de forças sociais (sociedade e audiência; proprietários, compradores e fornecedores; fontes; jornalistas e empregados), cada um dos quais tem um papel importante na produção de informação. Assim foi que nos anos noventa, a função ativa dos jornalistas foi enfraquecendo a favor das fontes e as gerências de imprensa, que são os que decidem as notícias.

Palavras chaves: imprensa-notícia-fontes-informação-jornalistas

¹ Licenciada em Letras, Magíster em Comunicação Institucional, pesquisadora e professora na Universidad Nacional de La Matanza e na UCES. A sua tese de doutorado (FLACSO) sobre a imprensa argentina é dirigida por Eliseo Verón.

1 ¿Quiénes hacen las noticias?

La organización mediática participa de un sistema en el que se relaciona con otros participantes sociales (sociedad; audiencias; propietarios; clientes y lectores; proveedores; fuentes; periodistas y empleados; distribuidores; otros medios). Mi investigación de doctorado se ocupa de los grandes diarios argentinos, en tanto usinas informativas sociales por excelencia, y su relación con los actores que participan activamente en la producción de la información (usinas menos evidentes, pero contundentemente productivas). De esta manera, se busca describir los aspectos estructurales de los diarios, sus vínculos con actores externos a la organización mediática, y las consecuencias que la participación de éstos tienen en la producción noticiosa.

Así planteada podría parecer que la cuestión no aportara demasiado al campo investigado. Max Weber señalaba como instancia fundacional de la investigación sobre la prensa, la importancia del vínculo de los diarios con los actores de la industria tales como anunciantes, proveedores de papel, inversores. Sostenía por entonces que estos aspectos eran cruciales para abordar adecuadamente este objeto de estudio, dado que “la prensa es necesariamente una empresa capitalista y privada” (Weber, 1992 [1910]: 253) tan dependiente de los compradores como de los anunciantes. Sin embargo, las investigaciones disponibles en muy pocos casos profundizaron los efectos que éstos (especialmente los segundos) ejercieron en la prensa, más allá de denuncia de su influencia y de un estado de permanente sospecha sobre las presiones de los poderosos. De hecho, en nuestro país no existen datos sistemáticos sobre el peso de los anunciantes en la economía de los medios. Por caso, el informe sobre inversión publicitaria lo elabora la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad en base a estimaciones y a estudios

propios (Gallichio, 2001). El hecho de que incluso las mismas investigaciones oficiales (Secretaría de Cultura de la Nación, 2003) fundamentan sus conclusiones sobre estos datos, muestra la ausencia de investigaciones alternativas o complementarias a las del mercado.

En este contexto, los señalamientos que suelen hacerse en relación a la dimensión mercantil de la prensa, quedan muchas veces en una cuestión superestructural en el mejor de los casos, dado que faltan precisiones acerca de cómo las dimensiones políticas y económicas influyen directamente en la producción noticiosa. De hecho, no existen en Argentina estudios sobre los efectos concretos que estos tienen en la rutina cotidiana de construcción de noticias. Esto no significa desconocer la línea de investigación que se ocupa de la economía política de los medios, que ha tenido un importante desarrollo. Sin embargo, estos estudios se han ocupado principalmente de los procesos de conformación de los conglomerados mediáticos, los efectos de la concentración empresarial en la configuración de la industria y las políticas públicas que debieran regular estos aspectos. Incluso los propios autores señalan que todo este esfuerzo no cuenta todavía con la base sólida que requeriría: “Una de las áreas despobladas, casi inexistentes en las ciencias sociales de América Latina es la economía de la cultura: las producciones simbólicas son cada vez más cuantificadas, presupuestadas y sometidas a impuestos por economistas que no entienden bien de qué se trata eso de la cultura, mientras los especialistas en cultura seguimos opinando con pocos datos, como si sólo nos ocupáramos de excelsas creaciones del espíritu” (García Canclini, 1996: 10).

Esta observación podría extenderse a las numerosas investigaciones que denuncian las presiones del entorno político en la prensa, muchas de las cuales son una descripción de

efectos obvios de la influencia de los poderosos de turno en la prensa, sin ofrecer explicaciones precisas ni dimensionar mínimamente las variables que intervienen en el problema descrito. Como ejemplo podrían citarse las numerosas investigaciones sobre la prensa de la época del Régimen Militar de 1976, que indaga sobre las presiones del gobierno de facto sobre diversos medios, especialmente los procesos de censura, temática que sigue resultando muy atractiva para la investigación académica. Podrían incluirse también las publicaciones que describen los cabildeos del periodismo con el poder, explicados como un juego político de actores que intervienen en el espacio público a través de la prensa. Este aspecto ha sido desarrollado en gran medida por la investigación periodística que durante los noventa encontró en la publicación editorial el espacio que la observación crítica a los medios no suele tener en la prensa periódica. En esta línea podrían inscribirse las biografías de personalidades públicas que develan la trama del vínculo prensa-poder, como las que relatan los casos de los empresarios de medios, típicamente *best sellers* en la época de su lanzamiento. Más escasas son las investigaciones que buscan demostrar la influencia que esta cercanía de la prensa con el poder ejerce en la opinión pública, como podría ser el caso de las acusaciones sobre la complicidad de la prensa en la crisis económica desatada a fines de 2001 como intenté analizar en un artículo previo (Amado Suárez, 2004).

Sin embargo, estas dos grandes líneas suelen correr por cuerdas separadas, y no ofrecen una visión de conjunto que dimensione la complejidad del sistema que pretenden describir. Se postula, en cambio, que la investigación de medios no puede involucrar la dimensión económica (correspondiente al espacio de la producción), aislada de los aspectos social (espacio de la discusión o de la sociedad civil) y político (ámbito de las

decisiones). Como planteó Eliseo Verón, “los medios no constituyen un meta-espacio más, junto a los espacios común, social y político; hay que pensarlos en otro plano: son transversales, y su funcionamiento se ha vuelto hoy la fuente principal del cambio social.” (Verón, 2001: 134). Sin embargo, tradicionalmente la investigación de los medios ha tomado alguno de estos tres aspectos por separado: los problemas de la significación (análisis de la producción significativa); la cuestión de la eficacia (problemas del reconocimiento) y las cuestiones de la transmisión (circulación).

Paolo Fabbri distingue tres campos de problemas que, según él, se han sucedido en el transcurso de la evolución histórica de las ciencias de la comunicación: los problemas de la significación, los problemas de la transmisión y los problemas de la eficacia. Esta tripartición me resulta muy cómoda, porque corresponde punto por punto a mi propio modelo de las posiciones que se pueden adoptar en el estudio de la comunicación: lo que Fabbri llama los problemas de la significación es para mí el campo del análisis de la producción significativa; la cuestión de la eficacia corresponde a mis problemas del reconocimiento; entre estas dos posiciones se sitúan las cuestiones de la transmisión, que yo identifico como de la circulación.” (Verón, 2001: 128).

Es innegable que, los medios ocupan en el sistema social una posición de privilegio que les permite legitimar su función de constructores/transmisores de realidad social. Sin embargo el proceso de producción y circulación de la información excede la órbita de los medios, contando actualmente con una participación activa de otros actores, que coloca a los medios ya no como productores, sino como recolectores y transmisores de información que otros producen y promocionan. Pero si bien se reconoce mayoritariamente que “Los medios (sin excluir otros agentes de socialización) proveen marcos cognitivos, contextos de percepción de la realidad social”, a la vez que se asume que “Ahora reconocemos que los medios juegan un rol específico de intermediarios simbólicos colectivos, pero en cambio, ya no les atribuimos más que un rol privilegiado

en cuanto a la influencia que ejercían” (Wolf, 1997: 256). Los medios de alguna manera se ven condicionados por el contexto social, y específicamente en el tema que nos interesa, es innegable que las condiciones sociales de la última década han influido enormemente en la esfera mediática.

Retomando la propuesta de Weber, consideraremos que “el ámbito público configurado por la prensa no sólo refleja diferentes concepciones del mundo (*Weltanschauungen*), sino que está surcado por relaciones de poder” (Weber, 1992 [1910]: 249), derivadas de los aspectos empresariales de los medios. Estos aspectos no se agotan en relación a la demanda de capital para la expansión empresarial, aspecto estudiado por la economía política de los medios, sino también el papel de los compradores y anunciantes, la función de la prensa en la formación de la opinión pública, los criterios de selección de información, las agencias de noticias, la formación y las cualidades del periodista, para tomar los parámetros propuestos por el sociólogo alemán.

2 Fundamentos de la hipótesis de trabajo

La mayor parte de los textos sobre periodismo escritos por periodistas, y los manuales de estilo de los diarios parten de una autoimagen del periodismo que no suele reflejarse en la práctica cotidiana. Michael Kunzick describe la situación de la siguiente manera: la visión “clásica” del trabajo periodístico describe un periodista con iniciativa propia, que sale a desarrollar una investigación sobre un tema que él mismo eligió (Kunzick, 2002 [1988]: 277). Pero es poco probable, agrega este investigador, que esto ocurra en la realidad porque el periodista de hecho se dedica en gran medida a procesar la información que le llega de las instituciones que cuentan con organizaciones dedicadas a

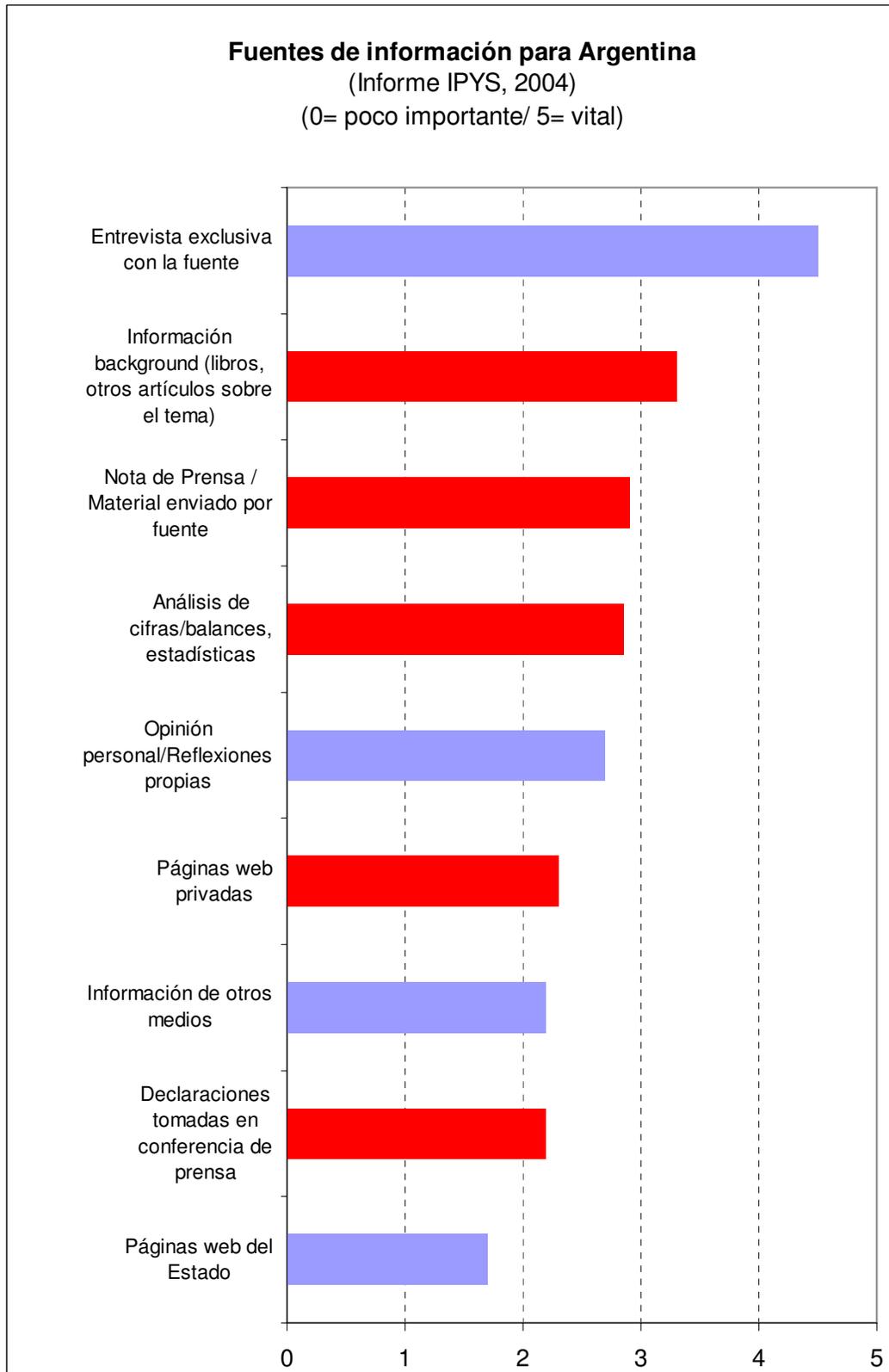
la producción de la información, como ser los departamentos y agencias de relaciones públicas.

El periodista argentino Daniel Santoro dice que “La investigación es la esencia de nuestro oficio, porque el periodismo es siempre indagación y búsqueda” (Santoro, 2004: 13). Sin embargo, cuando en unas páginas después menciona el famoso caso del Watergate, en donde dos jóvenes periodistas emprendieron una investigación que comprometió la administración Nixon, distingue la actitud Bob Woodward como la de “un periodista novato de *The Washington Post*, que desconocía las alfombras rojas por las que circulaban los acreditados de la Casa Blanca” (Santoro, 20004: 19). Es decir, que reconoce que el periodista investigador, modelo a seguir, suele ser la excepción del periodismo rutinizado, articulado al proceso de producción informativa de las fuentes estables. Y en esta sutileza está la distinción principal de este estudio. La tesis no se ocupa de las condiciones ideales del periodismo, ni de los excepcionales casos en los que aparece una investigación reveladora, generalmente desarrollada por fuera de los circuitos mediáticos refractarios a noticias que comprometen a los personajes del poder. Que las investigaciones periodísticas más proverbiales de los noventa se desarrollaron principalmente en el mercado editorial, estaría de alguna manera confirmando el poco espacio que ofrecieron los medios a la investigación periodística en su estado puro durante los años noventa. Antes bien, todo parecería indicar que es imprescindible considerar como parte fundamental del trabajo periodístico las rutinas de profesionales acostumbrados a las invitaciones generosas de las fuentes, cuidadosos del vínculo con los poderosos y acostumbrados a formar parte del selecto grupo de periodistas invitados a los cócteles de prensa y comitivas oficiales.

Sin embargo, el prestigio del periodismo de investigación pone en un segundo nivel la producción informativa estandarizada, subsidiaria a las fuentes externas. De ahí que exista un doble discurso entre los periodistas, que reconocen por lo bajo la dependencia de las fuentes activas para la producción de información, pero que insisten en sostener una imagen de iniciativa propia y autonomía. Lorenzo Gomis destaca esta contradicción con ironía cuando dice que “Los hechos no se presentan solos a las manos de los atareados periodistas encargados de escogerlos para publicarlos o arrojarlos al cesto de los papeles. Ni siquiera por regla general han sido buscados afanosamente por reporteros que fuman en pipa, aunque esto también suceda a veces” (Gomis, 1991: 59). Mientras que se define al periodista como una “persona curiosa, inquieta y callejera” (González, 1998: 28), el ejercicio profesional encuentra que los periodistas pasan la mayor parte de sus horas en la oficina con una lista de teléfonos celulares actualizada y una casilla de correo dispuesta a recibir comunicados oficiales de las más diversas instituciones. Una reciente investigación del Instituto de Prensa y Sociedad (IPYS, 2004) para toda Latinoamérica señalaba que los periodistas en Argentina dedican el 72% de su tiempo al trabajo de oficina, proporción más alta en el continente. A la hora de establecer la prioridad de los procedimientos de producción de información, los mismos entrevistados sostienen que “la entrevista exclusiva es la fuente de información que más pesa en un artículo. También es muy valiosa para los encuestados la información de *background*, y en menor medida, las notas de prensa y notas enviadas por las fuentes, el análisis de cifras, balances y estadísticas y las reflexiones y opiniones propias” (IPYS, 2004: 18). Sin embargo, a la hora de analizar el peso específico de cada uno de estos recursos, se aprecia que las actividades analíticas y de recepción de información institucional (en el gráfico,

en las barras coloreadas en rojo) son más importantes que las de investigación independiente. No deja de ser interesante señalar que esta investigación, basada en una encuesta de opinión de tipo valorativa, menciona en primer término el procedimiento recomendado por el manual, pero el gráfico resultante muestra que las fuentes institucionales tienen mucha importancia.

Gráfico 1: Fuentes de información (Argentina)



La hipótesis que guía la investigación asume que esta particular forma de desarrollar la tarea no es una decisión personal de los periodistas. Antes bien, es una consecuencia no deseada –y muchas veces negada- de las condiciones de trabajo que impone una estructura empresarial que privilegia lo económico. De ahí, la aparente contradicción entre estas condiciones reales y ese ejercicio periodístico modélico de la investigación periodística, lo que pone al periodista en una situación de mayor precariedad en tanto que al negarse la existencia de estos procedimientos carece de rutinas explícitas para resolver las situaciones cotidianas. De las 100 consultas que selecciona Darío Javier Restrepo (2004) en el libro que resume su taller de ética periodística en la Fundación para el Nuevo Periodismo, dirigida por Gabriel García Márquez, 13 tercian sobre la mejor manera de manejar las fuentes, y 23 corresponden a consultas sobre desviaciones a los procesos prolijamente estipulados por las teorías del *newsmaking*, especialmente en lo concerniente a las presiones directas en las noticias. Esto se explica en la medida que la dependencia de la información producida por la fuente es similar en todos los países de Latinoamérica, siguiendo la misma investigación del IPYS sobre el origen de la información. De ahí surge de que la información enviada por la fuente externa es la primera en importancia en el caso de Bolivia y Uruguay y la segunda en Argentina, Chile, Ecuador, Paraguay Venezuela y Perú, luego de la información producida por periodistas del área y antes de los despachos internacionales, periodistas de otras áreas, y otros medios de comunicación.

Dada la dimensión que cobraron los actores del contexto organizativo de la prensa, puede postularse que éstos se han constituido en co-emisores con una función

preponderante en la construcción de las noticias. Por ello, la construcción de la información pública no sería producto exclusivo de la prensa sino que, para describir adecuadamente el proceso, sería necesario considerar a los otros participantes y las funciones que desempeñan en la producción colectiva de sentido. Dice Gomis que “Los poderes públicos y las demás grandes fuentes habituales de noticias son organizaciones de producción de hechos que disponen además de abundantes canales de comunicación: portavoces, gabinetes de prensa, etc. Y la organización de los medios a su vez busca esas fuentes para llenar los espacios de la programación diaria” (Gomis, 1991: 61). A pesar de que la participación es de suyo elocuente, generalmente no suele reconocérsele la función crucial en la producción de noticias, y mucho menos se cuenta con investigaciones sobre el impacto que la participación de este actor en el proceso noticioso. En un primer acercamiento puede establecerse que estas condiciones de producción tienen impacto en el discurso (que se reflejan en estrategias discursivas concretas, formas particulares de referenciar las fuentes, dilución del emisor, etc.). Por caso, tomamos las conclusiones de un estudio sobre los diarios *The New York Times* y *The Washington Post*, citado por Gomis, que señala que “Hasta la mitad de las fuentes no aparecen identificadas. Los autores [Brown et al.] llegan a la conclusión de que los medios tienen menos control de la agenda que presentan de lo que quieren pensar y que al aceptar el anonimato de las fuentes, se perpetúa la invisibilidad de los realmente poderosos.” (citado por Gomis, 1991: 62).

Todo esto nos permitiría suponer que la fuente es alguien más que un informante que responde a la demanda del periodista, y que puede ser un agente activo en la construcción de la información: “Las relaciones con las fuentes son esenciales para los *media*

informativos y a menudo constituyen un proceso bilateral muy activo. Los *media* informativos están en constante búsqueda de contenidos adecuados y éstos (incluso los inadecuados) siempre están buscando una forma de entrar en las noticias” (McQuail, 2000: 342). Estas observaciones no hacen más que mostrar la complejidad del sistema de la información y los numerosos factores condicionantes del proceso de producción de noticias, lo que refuerza la idea de que el estudio del discurso noticioso requiere una identificación y sistematización de las circunstancias en las que éste se genera.

3 El campo de la prensa

Un análisis exhaustivo sobre la condición de los periodistas argentinos se ha publicado en el libro *Los que hacen la noticia*, resultado del trabajo de un equipo de investigadores de la UBA, dirigidos por Stella Martini y Lila Luchessi (2004). El libro compila entrevistas en profundidad realizadas a periodistas en distintas funciones y que se desempeñan en diversos medios, buscando una reflexión sobre las condiciones en que realizan su tarea. El material ofrece testimonios completos que dan una descripción de la situación, que ratifica que no parece ser del todo claro para los periodistas cuáles son las restricciones estructurales que dificultan su tarea, aunque suelen ser muy críticos en la descripción de la situación general. De hecho, en la investigación de Martini y Luchessi, muchos de los participantes sólo aceptan hablar de determinadas circunstancias con la garantía de que su testimonio quede sin identificación, alegando que su crítica le puede traer complicaciones en su trabajo.

Algo similar surge de analizar los resultados de una investigación cuantitativa, que compara el ejercicio del periodismo en cinco países de Latinoamérica (Schmidt-Liermann

et al., 2003). Para el caso de Argentina, queda más que demostrado que los periodistas son reticentes a hablar del acceso a la información y de su vínculo con las fuentes, lo que pone en foco la necesidad de tomar este aspecto desde la investigación académica.

Las escasas investigaciones cuali y cuantitativas disponibles sobre la profesión (Schmidt-Liermann, 2003; IPYS, 2004; FOPEA, 2005) muestran claras contradicciones en la descripción de las tareas propias y la calificación general de la profesión. Por ejemplo, la encuesta realizada por FOPEA (2005) arroja datos en este sentido: cuando a los consultados se les indagó sobre su nivel de independencia, un 56,8% le asignaba la nota entre 8 y 10 (de una escala de 1 a 10). Sin embargo, cuando en otra pregunta se les pedía una caracterización de la profesión, los mismos encuestados dijeron que el periodismo argentino era “Condicionado” (55,7%) y “Complaciente” (27,3%), mencionando la condición de “Independiente” apenas el 1,4% de la muestra.

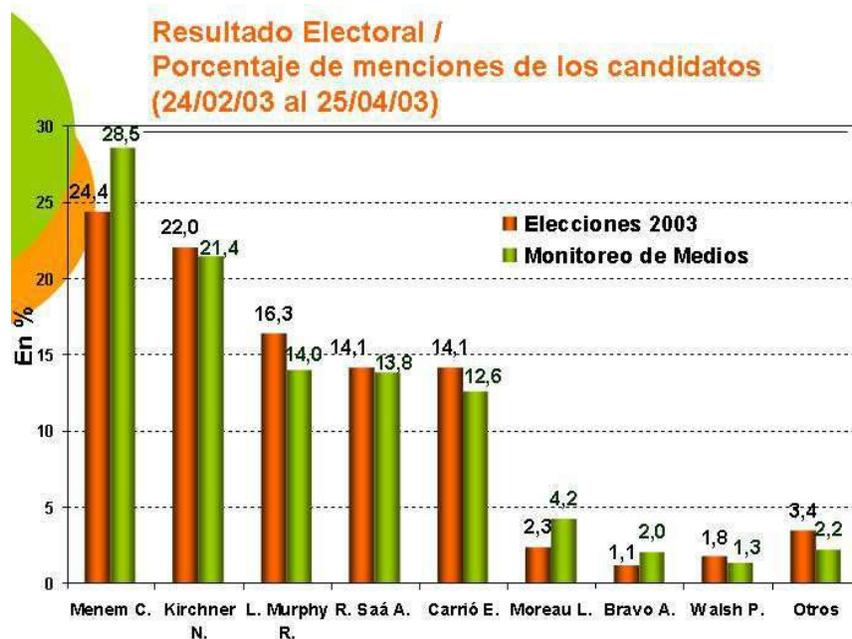
4 El papel de la prensa

Lo que surge claramente de los avances de investigación, es que ha cambiado sustancialmente la composición de fuerzas en el escenario de la construcción de las noticias. Las estructuras que protegían al periodismo en el ejercicio de su profesión se fueron debilitando en los aspectos legales, técnicos e institucionales. Las redacciones se fueron achicando para responder a exigencias de “optimización de procesos” y muchos periodistas empezaron a buscar nuevos espacios para ejercer el periodismo que el estrecho margen de las redacciones no permitía. Surgen los *perioproductores* (Anguita: 2002, 73), emprendedores que desde el lugar simbólico que le dan las firmas de los grandes diarios, legitiman sus espacios alternativos en televisión o radio, que mantienen

con auspiciantes propios. A su vez, los noventa configuraron un nuevo escenario institucional, donde numerosas organizaciones empresariales y de la sociedad civil aprendieron a dirimir sus cuestiones en el escenario público de los medios. En la medida en que los poderes fácticos se volvieron más sensibles a los cambios de humor de la opinión pública y a las directrices de la opinión publicada, los actores sociales fueron aprendiendo a tensar las cuerdas que ejecuta la melodía de la agenda social, que en este esquema tiende a coincidir con la agenda mediática. Así, con mayor o menor envergadura, con mayor o menor profesionalismo, empezó a ejercitarse la prensa institucional con el objetivo de conocer los vericuetos por los cuales colar en esa agenda las voces de quienes quieren escucharse y hacerse escuchar en público. Así se consolidaron las agencias de prensa como actores privilegiados en un escenario alicaído. Según la consultora Deloitte & Touche, la consultora de Relaciones Públicas Nueva Comunicación encabezó los últimos años el ránking de facturación, con unos montos que superan ampliamente la facturación de muchos medios: \$ 8.182.901 (año 2001), \$ 9.896.619 (1999) y \$ 7.283.370 (1998), para tomar algunos años como parámetro.

El escenario de espacios periodísticos alternativos, ávidos de conseguir notas y auspicios, sumado a la necesidad de figuración pública, consolidó canales que de alguna manera conforman un ámbito marginal al de los multimedios, y cuyo poder no reside en sus audiencias, que son más bien escasas, sino la cercanía que estos espacios permiten de sus hacedores (en muchos casos periodistas de grandes medios) con sus promotores (los mismos auspiciantes que recurren a la prensa generalista). Este nuevo lugar de encuentro de las fuentes y los periodistas propicia el tráfico de información que, desde estos lugares marginales, pasa a la gran prensa, sensible de por sí a los grandes anunciantes y a los

poderes consagrados. El análisis de contenido de las dos últimas elecciones presidenciales muestra la sugestiva correspondencia entre los candidatos con mayores pautas publicitarias y el espacio editorial asignado por los medios a su campaña y los resultados electorales. Como ejemplo puede tomarse el informe elaborado de Poder Ciudadano y Konrad Adenauer (2003), que muestra que la proporción de espacio obtenido en medios los dos meses previos a la elección coincide a los porcentajes electorales obtenidos por los principales candidatos.



La descripción realizada por Osvaldo Tcherkaski en su libro *La ocupación* revela cómo existen diarios que se editan “por parcelas de alquiler y venta de *información*, como se vende publicidad” (Tcherkaski, 2003: 126). Desde su conocimiento interno de los procesos noticiosos, el periodista —que fue Secretario de Redacción de *Clarín* durante muchos años— relata cómo los comunicados oficiales ingresan a las páginas sin

cuestionamiento ni chequeo: “La figura que condensa este cambio fue estampada con notable eficacia lingüística por el Pentágono por la palabra *embedded*: el material fuente de las redacciones viene procesado desde las empresas, los medios políticos, gubernamentales, policiales, los diversos estamentos del mapa institucional del sistema” (Tcherkaski, 2003: 270). El concepto *embedded* recurre a la metáfora espacial para describir una cuestión estructural: la información externa se “incrusta” en el sistema, preparado para el encastre perfecto. Como bien mostró la experiencia de la cobertura noticiosa del diario *El País* del atentado del 11 de marzo de 2004, siempre hay tiempo para pedir disculpas si los hechos osan desmentir la información publicada, siempre excusada en la “versión oficial”. Claro que en Argentina ni siquiera contamos con defensores de los lectores dispuestos a pedirles disculpas a las audiencias por las premuras con la que se elaboraron las noticias. Apenas si algunos diarios le ofrecen al lector un espacio donde se publican las cartas de aquellos en condiciones de escribir algo que responda a la lógica de encastre, es decir, un texto llamativo, novedoso, conciso e interesante.

En Argentina los antecedentes de los mecanismos de reflexión y crítica de las prácticas periodísticas son escasos (Amado Suárez, 2005). De hecho, sólo un medio institucionalizó la figura del Defensor: el diario *Perfil* y su *Ombudsman* pasaron fugazmente en 1998, y se restituyeron tibiamente en 2005, con el relanzamiento del diario. En nuestro país los medios ni siquiera se animaron a desarrollar un manual de estilo: apenas si el diario *La Voz del Interior* de Córdoba lo elaboró en 1990, y los diarios nacionales *Clarín* y *La Nación* lo editaron recién en 1997, sin demasiada difusión entre sus lectores ni aplicación práctica. Estos dos medios son los únicos que hoy cuentan con

una especie de protofigura de *Ombudsman*, muy distante de la función más compleja del defensor de lectores tradicional.

Lo que nos muestra este escenario es que la prensa ya no puede explicarse desde las lógicas de análisis de siempre, porque ésta es una prensa que se está redefiniendo a fuerza de experimentación y marketing de diarios. Me decía un periodista muy importante de la sección política de un matutino porteño que él no podía imaginarse quién lo leía, y que por eso escribía para él, lo que incluso hace poner en duda el clásico abordaje desde la teoría del contrato de lectura. Claro que esto se entiende mejor cuando se aclara que el periodista en cuestión no trabaja en la redacción del diario, sino que su puesto de trabajo permanente esté en la sala de prensa de un edificio público a escasas veinte cuadras del diario. Citando nuevamente a Tcherkaski (2003: 271), los cambios son aceptados no sin perplejidad: “En los casi cuarenta años que llevo en esta profesión, la crisis de legitimidad y credibilidad que ahora la afecta no figuraba entre las peores predicciones que pude haber temido o imaginado con mis colegas. La autocensura, el sensacionalismo, el temor a perder el trabajo, son las determinaciones excluyentes de un campo profesional que siempre confinó la libertad de prensa a las fisuras entre las líneas de tensión y las marañas de interés de cada época”. En este contexto, sólo queda asumir la verdadera profundidad de los cambios y comenzar a pensar nuevas formas de preservar aquello que antes era privilegio absoluto de los periodistas, es decir, la noticia.

Bibliografía:

- Amado Suárez Adriana (2005). “¿Quién le teme al Ombudsman? (O por qué la prensa argentina no tiene quien la defienda)”, *Derecho comparado de la información*, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México número 5, enero-junio.
- Anguita Eduardo (2002). *Grandes hermanos*. Colihue, Buenos Aires.
- FOPEA (2005). “Encuesta sobre los periodistas y su profesión”. Investigación de Giacobbe Consultores, Buenos Aires, noviembre. Disponible en www.fopea.org [c. febrero 2006].
- Gallichio Santiago, “Inversión publicitaria”, Informe de EXANTE, Buenos Aires, Noviembre de 2001.
- García Canclini Néstor (coord.) (1996). *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración*. Caracas, Nueva Sociedad/CLACSO.
- Gomis Lorenzo (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- IPYS (Instituto Prensa y Sociedad) (2004), *Cómo trabajan los periodistas Latinoamericanos* (informe), Lima, Fundación Konrad Adenauer CD ROM.
- Kunczik Michael (1988). *Concepts of journalism*. s/l, Friedrich-Ebert Stiftung. Trad. Bras. *Conceitos de jornalismo*, San Pablo, Editora da Universidade de São Paulo, 2002.
- Martini Stella y Lila Luchessi (2004). *Los que hacen la noticia*. Buenos Aires: Biblos.
- McQuail Denis (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 2000 (3ª ed. rev. y amp.).

- Poder Ciudadano/Konrad Adenauer (2003). “Monitoreo de la cobertura informativa de la campaña presidencial argentina 2003”. Buenos Aires, CD ROM.
- Restrepo Javier Dario (2004). *El zumbido del moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Santoro Daniel (2004). *Técnicas de investigación. Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Secretaría de Cultura de la Nación (SCN) (2003). *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en la Argentina*. Buenos Aires: Ciccus/S.C.N.
- Schmidt-Liermann Cornelia; Marta B. Rovere y Dolores Lavalle Cobo (2003). *Periodismo y acceso a la información pública*. Lima, Konrad Adenauer Stiftung.
- Tcherkaski Osvaldo, *La ocupación: Información y guerra, un nuevo totalitarismo mundial*, Buenos Aires, Adrianda Hidalgo Editora, 2003.
- Verón, Eliseo (2001). *Espacios mentales*. Barcelona, Gedisa.
- Weber Max (1992) [1910], “Para una sociología de la prensa”, en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, Edición 57, Enero-marzo de 1992, pp. 251-259.
- Wolf Mauro (1997). “Investigación en comunicación y análisis textual”, en Dayan D. (1997), *En busca del público*. Barcelona: Gedisa.

A emergência da polêmica entre Islã e Ocidente nas charges de Maomé

Adriano Charles da Silva Cruz ¹

Resumo: Este artigo pretende discutir a materialização ideológica do discurso anti-islâmico nas charges do jornal dinamarquês *Jyllands-Posten*. A partir dos pressupostos teóricos da Análise do Discurso, em especial do conceito de 'interincompreensão discursiva' de Maingueneau (2005), mostramos como as formações discursivas do Islã e do Ocidente se relacionam polemicamente. As charges deixam claro que a visão do Ocidente em relação ao Islã é marcada pelo simulacro e pela interincompreensão.

Palavras-chave: Análise do Discurso. Charge. Interincompreensão discursiva. Jornalismo. Polêmica.

1 Introdução

As charges publicadas no ano de 2006 no jornal dinamarquês *Jyllands-Posten* que trazem a representação do profeta Maomé provocaram reações em todo o mundo. Ao todo foram publicados doze desenhos, em alguns deles, aparece o fundador do da religião islâmica associado ao terrorismo. Por um lado, líderes de diferentes países muçumanos protestaram contra os desenhos, exigindo uma retratação pública do governo da Dinamarca; por outro, defensores da liberdade de expressão, em sua maioria pertencente à cultura judaico-cristã, acusaram os muçumanos de atrasados, defendendo a livre publicação do material.

As publicações das charges abriram, entretanto, margem para o acirramento da tensão entre o Islã e a cultura ocidental, uma vez que na concepção religiosa do islamismo é ofensiva qualquer representação de “Alá” e de seu profeta Maomé. Aproveitando a

¹ Jornalista, especialista em Ética e mestrando em Comunicação pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco.

situação conflituosa, numerosos extremistas realizaram ações violentas contra embaixadas de países europeus e comandaram um boicote econômico aos produtos dinamarqueses.

Neste *paper* nos interessa estudar essa confrontação dos discursos opositores, que se dá entre as Formações Discursivas (FDs), lugar de manifestação das formações ideológicas, a partir da noção de interincompreensão discursiva elaborada por Maingueneau (2005).

Na primeira parte do artigo, retomamos o conceito de ideologia na Análise do Discurso francesa (AD), em seguida, verificamos as condições de produção das charges e, posteriormente, analisamos um dos doze desenhos publicados. Utilizamos o conceito de Formação Discursiva de Foucault (2004), na leitura de Courtine (1984)² e consideramos o Ocidente não somente sob o aspecto geográfico, mas incluímos nesta categoria todos os países que fazem parte da cultura judaico-cristã.

2 Ideologia e discurso

A ideologia é um dos principais conceitos utilizado pelas diversas análises do discurso, pois elas partem do pressuposto que o discurso é social, assim ele estará, necessariamente, influenciado pelas condições sócio-históricas que lhe deram origem. Nesse sentido, van Dijk (1999), considera que ideologia não se manifesta apenas no discurso, no entanto, destaca seu papel fundamental no processo de cognição e veiculação. “Mesmo que os discursos não sejam as únicas práticas sociais baseadas na ideologia, são efetivamente fundamentais em sua formação e efetivamente em sua formulação e,

² [...] uma FD é heterogêna a ela mesma: o fechamento de uma FD é fundamentalmente instável, ela não consiste em um limite traçado de uma vez por todas, separando um interior de um exterior, mas se inscreve entre diversas FDs como uma fronteira que se move em função dos interesses da luta ideológica. (COURTINE, 1981, p. 4).

portanto, em sua reprodução social” (p. 19). Fairclough (2001), em *Discurso e Mudança Social*, procura estudar o discurso como prática política e ideológica.

O discurso como prática política estabelece, mantém e transforma as relações de poder e as entidades coletivas (classes, blocos, comunidades, grupos) entre as quais existem relações de poder. O discurso como prática ideológica constitui, naturaliza, mantém e transforma os significados do mundo de posições diversas nas relações de poder. (p. 94).

Dessa forma, conforme os autores, o discurso não será concebido unicamente como uma expressão ou instrumento do pensamento, mas, além disso, um modo de produção social. Entretanto, interessa-nos saber como a Análise do Discurso em sua perspectiva francesa compreenderá a ideologia ao longo de seu percurso histórico. Estudaremos inicialmente a apropriação pela AD da leitura marxista realizada por Althusser e, em um segundo momento, o deslocamento dessa concepção, em decorrência da influência de Foucault, que desenvolve a noção de formação discursiva.

Na visão de Marx, a ideologia estará associada à ilusão e ao engano. Dessa forma, ela seria um elemento da superestrutura, que serviria para mascarar a luta de classe.

Com efeito, cada nova classe que toma o lugar da que dominava antes dela é obrigada, para alcançar os fins a que se propõe, a apresentar seus interesses como sendo o interesse comum de todos os membros da sociedade, isto é, para expressar isso mesmo em termos ideais: é obrigada a emprestar suas idéias a forma da universalidade, a apresentá-las como sendo as únicas racionais, as únicas universalmente válidas. (MARX; ENGELS, 2004, p. 74).

De maneira simplificada, a idéia do marxismo é a de que por trás da aparência existe a relação de exploração e a luta de classes. A Análise do Discurso francesa identificará, pois, no texto aquilo que, dito ou silenciado, se revelará como visão de mundo de uma determinada formação social.

A partir do nível fenomênico da realidade, constroem-se as idéias dominantes numa dada formação social. Essas idéias são racionalizações que explicam e justificam a realidade. Na sociedade capitalista, a partir do nível aparente, constroem-se os conceitos de individualidades, de liberdade como algo individual etc. Aparecem as idéias da desigualdade natural dos homens, uma vez que uns são mais inteligentes ou mais espertos. Daí se deduz que as desigualdades são naturais. (FIORIN, 1997, p. 28).

Conforme exposto, a ideologia será definida pelo marxismo como esse conjunto de idéias que justificam a exploração social e ocultam a realidade. Dentro dessa concepção marxista, Althusser (1989) procurou descrever de que forma, os dominados aceitam sua dominação, ao descrever as manifestações da ideologia no cotidiano. Segundo o autor, a ação das ideologias dominantes se dá nas práticas sociais, e, conseqüentemente, também discursivas, através dos aparelhos ideológicos do Estado (escola, partidos políticos, igrejas, etc.), que tornam, através do processo de interpelação ideológica, os indivíduos em seres “assujeitados”. “[...] toda ideologia tem por função ‘constituir’ indivíduos concretos em sujeitos [...]” (ALTHUSSER, 1989, p. 93).

Em sua primeira fase, Análise do Discurso francesa conceberá, em razão da influência althusseriana, o sujeito do discurso como totalmente “assujeitado”. “[...] os sujeitos acreditam que ‘utilizam’ seus discursos quando na verdade são seus ‘servos’ assujeitados, seus ‘suportes’.” (PÊCHEUX, 1990, p. 311). Essa interpelação ideológica se manifestará privilegiadamente nos textos, que refletirão a luta de classes.

Pêcheux irá reformular a concepção de ideologia, a partir da idéia de Formação Discursiva de Foucault. Dessa forma, Pêcheux transpõe o conceito de FD da Filosofia para o campo da Análise do Discurso, porém, ainda, trabalhando na perspectiva da luta de classes. Já Foucault, em *A arqueologia do saber* (2004), está interessado nas relações entre saberes e poder, concebendo a história fora da visão marxista, percebendo, assim, suas rupturas e discontinuidades. Esse deslocamento de posição permitirá a Análise do Discurso uma explicação mais complexa do discurso, contemplando o seu caráter

heterogêneo. Ressaltamos que Foucault evitar utilizar o termo ideologia e elabora o conceito de Formação Discursiva relacionando-o à dispersão dos enunciados.

No caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhantes sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições, funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma *formação discursiva* – evitando, assim, palavras demasiado carregadas de condições e conseqüências inadequadas, tais como “ciência”, ou “ideologia” ou “teoria”, ou “domínio da de objetividade”. Chamaremos de *regras de formação* as condições a que estão submetidos os elementos dessa repartição [...]. (FOUCAULT, 2004, p. 43).

É no interior dessas Formações Discursivas, que a ideologia estará presente, se materializando nos textos. “As idéias, as representações não existem fora dos quadros lingüísticos. Por conseguinte, as formações ideológicas só ganham existência nas formações discursivas” (FIORIN, 1997, p. 34). A partir desse momento, haverá a possibilidade da AD compreender as múltiplas posições do sujeito no interior de uma Formação Discursiva e a possibilidade de seu trabalho com a linguagem.

Pêcheux continuará a sua revisão teórica dos conceitos de sujeito e ideologia até os anos de 1980, concebendo o discurso em duas dimensões: estrutura e acontecimento, ampliando ainda mais as relações e a interação entre formações discursivas.

Pêcheux inicia sua problematização que vai acirrar-se por maio da categoria da ‘contradição’ (1977) e das ‘falhas do ritual ideológico’ (1978), nos textos posteriores a 1980 ela será, literalmente, desconstruída. Essa guinada em direção a uma concepção de ‘sujeito’ não mais totalmente assujeitado ficara claro em seu último texto (1983) onde é realizada a crítica dessa idéia althusseriana. (GREGOLIN, 2004, p. 159).

Uma outra contribuição também importante para a Análise do Discurso francesa foi Jacqueline Authier-Revuz que, através da sua obra, *Heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva* (2004) introduziu as noções de alteridade e heterogeneidade

de Bakhtin no campo da AD³. A partir desse momento, a heterogeneidade será concebida como interdiscurso, que se tornará o primado da teoria francesa.

A análise do discurso francófono fez frequentemente do *primado do interdiscurso sobre o discurso* uma de suas teses principais. [...] especialmente em Pêcheux, a formação discursiva não pode produzir o 'assujeitamento' ideológico do sujeito do discurso a não ser na medida em que cada formação discursiva está de fato dominada pelo interdiscurso – o conjunto estruturado de formações discursivas – em que se constituem os objetos que o sujeito assume no fio do discurso. (CHARAÚDEAU; MAIGUENEAU, 2004, p. 287).

Para Maingueneau (2005), o interdiscurso é local de contanto entre campos discursivos diferentes, assim, um discurso sempre estará se remetendo a outro discurso. O autor entende o campo discursivo como um conjunto de Formações Discursivas que se encontram em concorrência. É, portanto, na perspectiva da heterogeneidade que os estudos da Análise do Discurso se consolidarão.

Os trabalhos propõem, agora, o primado da heterogeneidade tanto como categoria conceitual quanto em relação ao corpus: tomando a formação discursiva no interior da heterogeneidade, ela deixa de referir-se a um exterior ideológico e passa a ser buscada na dispersão dos lugares enunciativos do sujeito. (GREGOLIN, 2004, p. 155).

As relações entre Formações Discursivas, segundo Maingueneau (2005) podem se dar de duas formas: contratuais ou polêmicas. Quando essas FDs são antagônicas, a sua convivência tenderá a se tornar difícil, pois para que uma se reafirme, será necessário que a outra seja diminuída ou renegada. Se instaurando, por conseguinte, o conflito no discurso e na sua verbalização. Mas esse confronto não nasce do acaso, ele se dá nas formações sociais, conforme, observaremos na charge do *Jyllands-Posten*.

A polêmica discursiva entre o Islã e Ocidente é premente, porque ela já se encontrava ancorada na história. “Os conflitos e acordos são sociais. Só se pode, pois, falar

³ Bakhtin é o pioneiro na descoberta da heterogeneidade. Para ele, o discurso não é monológico, pois o “outro” sempre está presente no enunciado do sujeito, tornando, assim, o discurso complexo e heterogêneo.

em contrato e polêmica entre textos e discurso, porque expressam conflitos e acordos existentes na realidade social.” (FIORIN, 1997, p. 48). Procuramos entender agora como a polêmica entre mulçumanos e ocidentais se instalou historicamente, ou seja, quais foram as “condições de produção” que ocasionaram essa relação de confronto.

3 Islã e o Ocidente

A relação entre o Islã e o Ocidente sempre foi delicada, existindo entre ambos uma desconfiança mútua, com origens históricas que remontam às Cruzadas e às Investidas dos Mulçumanos contra os europeus no século sete na Batalha de Poitiers. Contudo, a partir da Revolução Iraniana de 1978-1979, que gerou um discurso antiimperialista e anti-americano, centrando-se numa visão nacionalista e buscando uma maior pureza doutrinária da leitura do Alcorão, o conflito se acentuou. Anteriormente, em 1967, ocorreu a derrota árabe contra Israel, o que provocou uma forte reação anti-semítica e uma profunda valorização das tradições religiosas.

Este acontecimento, conhecido entre os árabes como o ‘Desastre’, teve um impacto devastador a nível das massas. A derrota foi sentida como uma humilhação da *Umma* (a comunidade dos crentes de Alá) e desencadeou um movimento de análise introspectiva. A leitura desse acontecimento foi que tal fraqueza se deveu ao seu afastamento da religião e à adoção dos costumes ocidentais. Tornava-se necessário voltar ao Islã. (PINTO, 2003, p. 16).

A derrubada do muro de Berlim em 1989 encerrou a Guerra Fria. Os Estados Unidos e o capitalismo emergiram, assim, como os vitoriosos na disputa que dividia o mundo em uma “cortina de ferro”. Com a fragmentação da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) e da Iugoslávia, surgiram outros estados mulçumanos na Europa e uma intensa valorização das identidades nacionais. Conforme Stuart Hall:

As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre ‘a nação’, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas histórias estão nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas. (HALL, 2005, p. 51).

Dentro desse quadro, proliferou-se, também, um grande número de grupos paramilitares que na formação discursiva ocidental são denominados de terroristas. Dessa forma, a situação no Oriente Médio e na região do Golfo Pérsico agravou-se, consideravelmente, nos últimos anos, gerando inúmeros conflitos, culminando com os atentados de 11 de setembro de 2001 e à guerra dos EUA contra o Iraque em 2003.

O islamismo vem ocupando, de acordo com alguns historiadores, a lacuna deixada pelo comunismo como o antagonista dos valores ocidentais. O Islã seria assim o “Outro”, no sentido de opositor, do Ocidente, especialmente, o dos americanos.

A percepção do Islã político como uma ameaça surge nos anos 1980. Contudo, o mito do “Perigo Verde” materializa-se com o fim da Guerra Fria e é resultado da confluência de uma variedade de interesses e de percepções. O sistema de defesa e a ideologia que tinham sustentado o Ocidente durante a Guerra Fria desapareceram abruptamente. Era necessário encontrar rapidamente um novo princípio organizativo para dar sentido e um objetivo ao aparelho de defesa americano. (PINTO, 2003, p. 257).

Em 2005 o *Jyllands-Posten* soube da dificuldade de um escritor⁴ em ilustrar seu livro com a imagem de Maomé. Assim, resolveu convidar alguns chargistas para que enviassem desenhos ao jornal com a representação do profeta, após o recebimento, o periódico escolheu doze charges que foram publicadas. A reação às charges foi intensamente noticiada pela mídia em todo o mundo. Houve, de acordo com a Imprensa,

⁴ O jornal não divulgou o nome e a nacionalidade do escritor.

uma série de atentados, mortes e protestos em diversos países, mulçumanos ou não, agravando ainda mais a relação polêmica entre as duas partes, Ocidente e Islã.

A Análise do Discurso irá denominar ao conjunto de fatores históricos, que possibilitaram o surgimento do discurso, de condições de produção. Os enunciados, ou seja, a forma de materialização dos discursos seria limitada, restando ao analista identificar o porquê de seu surgimento.

O campo dos acontecimentos discursivos, em compensação, é o conjunto sempre finito e efetivamente limitado das únicas seqüências lingüísticas que tenham sido formuladas. [...] Eis a questão que qualquer análise da língua coloca a propósito de qualquer fato de discurso: segundo que regras um enunciado foi construindo e, conseqüentemente, segundo que regras outros enunciados semelhantes poderiam ser construídos? A descrição de acontecimentos do discurso coloca uma outra questão bem diferente: como apareceu um determinado enunciado, e não outro em seu lugar? (FOUCAULT, 2004, p. 30).

Dessa forma para entendermos a polêmica discursiva é preciso considerar as condições sociohistóricas de produção. Verificamos, ainda, que é pela impossibilidade de lidar com as diferenças culturais, que emergem no mundo ocidental uma série de discursos opostos à cultura islâmica, bem como o inverso. Trava-se, então, a polêmica, que segundo Maingueneau (2005), “introduz o Outro em seu recito para melhorar conjurar sua ameaça, mas esse Outro só entra anulado enquanto tal, simulacro.” (p. 113).

4 As especificidades das charges jornalísticas

A charge se caracteriza por ser um gênero textual que pretende criticar um fato ou acontecimento atual e específico, geralmente, possuindo um caráter político. Utiliza-se aqui, o conceito de gênero de Bakhtin (2003), que seriam formas cristalizadas de dizer, construídas segundo regras sociohistóricas. “[...] cada enunciado é particular, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os

quais denominamos *gêneros do discurso*.” (BAKHTIN, 2003, p. 262). Nessa perspectiva, o gênero textual se caracteriza por possuir características fundamentais que os distingue de outros gêneros. Assim, uma charge, apesar da variação cultural, possuirá traços específicos em sua forma que a identificará.

A charge está intrinsecamente ligada a acontecimentos recentes, logo, ela também poderá refletir o debate público e promover a discussão social através da mídia, (teoria do agendamento). Apesar de não ser uma tese consensual, a teoria ou hipótese da *agenda-setting*⁵ propõe a existência de uma relação causal entre a agenda midiática, aquilo que é veiculado nos meios de comunicação, e a agenda pública. De acordo com Traquina (2003) os trabalhos posteriores procuram confirmar a hipótese da teoria do agendamento além de indicarem um poder maior do jornalismo.

Assim “Os atributos enfatizados pelo campo jornalístico podem influenciar diretamente a direção da opinião pública [...]” (TRAQUINA, 2004, p. 43). Segundo Sousa (2004), essa capacidade que a mídia tem de agendar temas para um possível debate público, já se encontrava nos estudos da comunicação, como os realizados por Gabriel Tarde em 1901. Ainda de acordo com o autor a “capacidade de agendamento dos temas difere de meio para meio, mas não há conclusões definitivas sobre qual dos media tem mais capacidade de agendamento [...]” (SOUSA, 2004, p. 294). Defendemos, entretanto, que aquilo que é veiculado na mídia⁶ pode favorecer a discussão e o debate social e que o inverso também poderá ocorrer. É o que se observa no texto analisado, pois as discussões

⁵ O termo agendamento (*agenda-setting*) foi empregado pela primeira vez em 1972 num artigo de McCombs e Shaw. Segundo os autores, a mídia detinha um poder limitado de influenciar as pessoas, agindo em seu processo de cognição ao determinar, nos veículos, os temas noticiados e que, possivelmente, entrariam em discussão pública.

⁶ Nessa definição, incluímos além dos noticiosos os demais produtos midiáticos, como a publicidade, telenovelas, cinema, entre outros.

sobre o mundo mulçumano, especialmente, a partir dos anos de 1990, têm ganhado espaço nos jornais e atraído à atenção das sociedades do Ocidente.

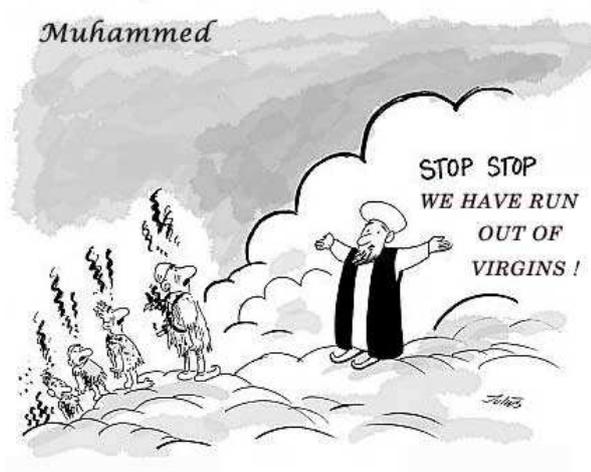
No caso específico da charge jornalística, que é veiculada em um meio de comunicação de massa, percebe-se a existência de uma interação entre o conteúdo das matérias desses meios, notícias ou reportagens, com os desenhos. A charge teria assim uma função metalingüística, ao comentar, humoristicamente, aquilo que está dentro do jornal. “A intervenção da charge no mundo cultural inicia-se pelo reconhecimento de significantes já existentes, após, pelo estabelecimento de conexões, que atribuem um sentido determinado à mensagem.” (FLÔRES, 2002, p. 11).

Sendo permitida à charge a opinião, se constitui em uma importante materialidade lingüística, para se identificar as marcas do discurso que lhe são subjacentes. Conforme vimos, o discurso que a charge encerra está necessariamente ligado a um momento histórico específico, o que significa dizer que, não surgiu do nada, sendo, pois, um “espelho do imaginário da época e como corrente de comunicação subliminar, que ao mesmo tempo projeta e reproduz as principais concepções sociais, pontos de vista, ideologias em circulação [...]” (FLÔRES, 2002, p. 10).

5 A interincompreensão discursiva

Essas condições de produção são percebidas no corpus, a charge do *Jyllands-Posten*, que analisaremos. No primeiro plano do desenho, identifica-se o profeta Maomé usando o tradicional turbante árabe e uma grande bata, com os braços abertos, proferido a frase: “Parem, parem. Estamos com falta de virgens!”. Indo ao seu encontro, visualizamos quatro homens com a expressão de cansaço e maltrapilhos, com traços desenhados sobre suas cabeças que lembram fumaça. Ao final dos quatros, aparecem alguns outros rabiscos

que dão a idéia de continuidade da fila humana. Sob os pés e ao redor dos personagens, têm-se nuvens desenhadas, lembrando o céu cristão ou paraíso mulçumano. A confirmação de que se trata do último, se pode comprovar pelo uso pronome pessoal *nós* na fala do profeta, posto que é no paraíso de Maomé, que segundo uma certa interpretação religiosa do Alcorão, haveria virgens a serem oferecidas como “recompensa” aos mártires que morrem defendendo à fé islâmica.



Diante do exposto, as charges de Maomé estão inscritas dentro de uma FD, onde é permitida a sua representação, contrapondo-se a outra FD (mulçumana) que a proíbe. Podemos aplicar nesse caso, a teoria de Maingueneau (2005), pois ele considera as proibições discursivas como um sistema de restrições, que seria uma espécie de filtragem realizada por uma determinada Formação Discursiva a fim de distinguir quais enunciados lhe são ou não pertinentes. Dessa forma, para se constituir e se reafirmar, essas FDs irão rivalizar entre si, polemizando e provocando o processo de interincompreensão discursiva:

A cada posição discursiva se associa um dispositivo que a faz interpretar os enunciados de seu Outro traduzindo-os nas categorias do registro negativo de seu próprio sistema. Em outras palavras, esses enunciados do Outro só são “compreendidos” no interior do fechamento semântico do intérprete; para

constituir e preservar sua identidade no espaço discursivo, o discurso não pode haver-se com o Outro como tal, mas somente com o simulacro que constrói dele. Convencionar-se-á chamar *discurso-agente* aquele que se encontra em posição de tradutor e de *discurso-paciente* aquele que é assim traduzido; é por definição em proveito do primeiro que se exerce a atividade de tradução. (MAINGUENEAU, 2005, p. 103).

Nessa perspectiva, o discurso ocidental sobre o mulçumano será sempre um simulacro do último. Assim, não interessa ao Ocidente entender o que move os mártires, ou seja, procurar identificar se há outros motivos de ordem mais pessoal, religiosa ou social que os impelem à morte. Dessa forma, a idéia das virgens celestes como recompensa torna-se também um simulacro do islamismo.

Ressaltamos ainda, que para valorizar a sua formação discursiva, o chargista procura retratar os pontos frágeis do discurso mulçumano, aquilo que segundo a Formação Discursiva ocidental é uma lei ou valor elementar. “Mas polemizar é, sobretudo, apanhar publicamente em erro, colocar o adversário em situação de infração em relação a uma Lei que se impõe como incontestável.” (MAINGUENEAU, 2005, p. 114).

A “ameaça” mulçumana é relativizada na charge analisada através da ironia. O texto verbal que compõe nosso objeto está negando não apenas a existência de virgens no paraíso islâmico, mas sua própria possibilidade de existência. Atualmente, sabemos que dentro da FD ocidental a virgindade não é tão valorizada, quanto na FD mulçumana. É nesse ponto que o texto irá tocar, através da retomada parodiada de uma certa interpretação da religião islâmica.

Ao mesmo tempo em que o fragmento é uma mostra da heterogeneidade, da presença constitutiva do outro, o chargista insere o discurso opositor no seu próprio discurso, com a intenção de desconstruí-lo e ridicularizá-lo.

A citação exerce assim um papel absolutamente crucial: rompendo a condição do Mesmo com fragmentos localizáveis do Outro, aparece como um engodo necessário, que introduz apenas um simulacro através do próprio gesto que

parece introduzir a realidade do corpo estranho. (MAIGUENEAU, 2005, p. 112).

Ainda de acordo com a teoria de Maingueneau (2005), quando dois campos polemizam entre si há apenas uma simulação de confronto, pois esse duelo já estaria ganho pela FD que o simula. Assim, ao se apropriar de um dizer típico da Formação Discursiva mulçumana, o chargista está traduzindo esse enunciado para sua própria FD, enfraquecendo-o para melhor controlá-lo. Dessa forma, como ressalta Maingueneau a polêmica será sempre estéril, na medida em que os valores axiológicos dos dois campos são incompatíveis entre si, apesar disso, “a polêmica é necessária porque, sem essa relação com o Outro, sem essa falta que torna possível sua própria completude, a identidade do discurso correria o risco de desfazer-se.” (MAINGUENEAU, 2005, p. 118).

6 Considerações finais

Após a análise da charge, compreendemos a interincompreensão discursiva como um processo essencial no confronto entre Formações Discursivas que rivalizam entre si. Essa impossibilidade de ver o Outro tal qual, está associada à necessidade de identificação e de diferenciação de uma FD em relação à outra. Nesse sentido, temos na obra de Maingueneau uma forte influência da obra de Lacan.

De maneira específica, nas charges de Maomé, percebemos uma dificuldade do Ocidente em lidar com valores que lhe são exteriores. Vimos ainda que o acirramento da polêmica discursiva é uma tendência que tem origem histórica, sobretudo nas últimas décadas.

Circundando toda essa problemática, temos um dilema ético: a necessidade de se lidar com as diferenças culturais. A publicação das charges de Maomé e seus

desdobramentos provocaram mundialmente reações diversas, assim, de acordo com Maingueneau, devemos buscar, ou melhor, esperar na história a saída da polêmica.

Enfim, acreditamos que é necessário repensar, como Habermas (2003), uma ética discursiva que estabeleça limites à verbalização da polêmica, posto que ela é constituinte de qualquer relação conflituosa e, portanto, sempre estará presente em texto antagônicos.

REFERÊNCIAS

- ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado**. Lisboa: Presença, 1970.
- AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. Heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva. In: _____. **Entre a transparência e a opacidade**: um estudo enunciativo do sentido. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo, Hucitec, 2004.
- COURTINE, J-J. Quelques problèmes théoriques et méthodologiques em analyse de discours: à propos du discours communiste adressé aux chrétiens. **Langages**, Paris, n 62, p. 9-127, 1981.
- DIJK, Teun A. van. **Ideologia**: un enfoque multidisciplinario. Barcelona: Gedisa, 1999.
- FAIRLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Brasília: UNB, 2001.
- FIORIN, José Luiz. **Linguagem e Ideologia**. 5 ed. São Paulo: Ática, 1997.
- FLÔRES, Onici. **A leitura da charge**. Canoas: ULBRA, 2002.

- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 7 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. **Foucault e Pêcheux na Análise do Discurso**. São Paulo: Clara Luz, 2004.
- HABERMAS, Jürgen. **Consciência Moral e Agir Comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- HALL, Stuart. **A Identidade cultural na pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. Curitiba: Criar, 2005.
- MARX, Karl; ENGEL, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Martin-Claret, 2004.
- PÊCHEUX, Michel. A análise de discurso três épocas. In: GADET, F; HAK, T. (Org). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas: Unicamp, 1990.
- PINTO, Maria do Céu de Pinho Ferreira. **“Infiéis na terra de Islão”**: Os Estados Unidos, o Médio Oriente e o Islão. Coimbra: Fundação Calouste Gubenkian, 2003.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e da Mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

Atentado em imagens: sincronização e circularidade na mídia¹

Alberto Klein ² e Ana Paula da Rosa ³

Resumo: No início do século XXI a imagem consolida sua onipresença nos meios de comunicação, configurando-se como um mecanismo midiático ordenador do tempo de vida dos cidadãos. É como se os meios funcionassem como relógios ou bússolas, indicando quando e o que se deve fazer, como agir e reagir diante das “notícias” e “verdades” apresentadas sobre o mundo, principalmente na forma de imagens. A mídia sincroniza a sociedade, atribui ritmos e determina a construção da memória coletiva por meio dos rituais que estabelece. Isso fica claro quando são analisadas fotografias de atentados terroristas como este artigo se propõe a fazer a partir de três fotografias veiculadas em diversos jornais e países, que dizem respeito ao ataque às torres gêmeas em 2001, ao atentado ao trem em Madri, ocorrido em 2004, e por fim, a ação terrorista em um metrô e um ônibus de Londres em 2005.

Palavras-chave: Sincronização social; memória; imagens; guerra; fotojornalismo

Sincronização social: função e poder dos meios de comunicação

O homem é, por natureza, um ser sociável, diferentemente do que acontece com algumas espécies de animais. Desde o primeiro instante de vida, ainda no útero materno, o “animal-homem” depende do outro. E mesmo depois de nascer, ao longo da vida, o homem necessita da convivência com outras pessoas para que possa se desenvolver plenamente. E é nesse sentido que os meios de comunicação possuem vital importância. Os meios - não se tratando aqui dos técnicos, mas também deles – são sistemas comunicativos que possuem a função de ordenar uma sociedade, visto que uma comunidade sem ordem, sem regras, praticamente determina sua auto-destruição. A língua, por exemplo, enquanto meio, organiza

¹ Texto publicado na Revista do Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura (CISC) Ghrebh nº 08

² Alberto Klein é jornalista, Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Atualmente é professor da graduação e do Mestrado em Comunicação e Linguagens (MCL) da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).

³ Ana Paula da Rosa é jornalista, mestranda no programa de Mestrado Comunicação e Linguagens (MCL) da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) e bolsista da CAPES. Atualmente é professora da Faculdades Celer em Xaxim e Chapecó- SC.

determinada comunidade permitindo que os membros desta comunidade se reconheçam e se identifiquem.

Os meios como ordenadores, regulamentam as relações e atribuem valores e significados reconhecíveis e aceitáveis. Ordenar é, antes de mais nada, atribuir ritmos, estabelecer e definir tempos. No entanto, o que é o tempo? Para o sociólogo Norbert Elias (1998), o tempo não é o registrado pelos relógios, mas, sim, um símbolo social fortemente enraizado na cultura e estipulado conforme o processo evolutivo do homem, sendo transmitido, assim, de geração em geração.

Assim como os relógios e os barcos, o tempo é algo que se desenvolveu em relação a determinadas intenções e a tarefas específicas dos homens. Nos dias atuais, o “tempo” é um instrumento de orientação indispensável para realizarmos uma multiplicidade de tarefas variadas. Dizer, porém que é um meio de orientação criado pelo homem traz o risco de levar a crer que ele seria *apenas* uma invenção humana. E esse “apenas” traduz nossa decepção diante de uma “idéia” que não seja o reflexo fiel de nenhuma realidade externa. Ora, o tempo não se reduz a uma “idéia” que surja do nada, por assim dizer, na cabeça dos indivíduos. Ele é também uma instituição cujo caráter varia conforme o estágio de desenvolvimento atingido pelas sociedades. O indivíduo, ao crescer, aprende a interpretar os sinais temporais usados em sua sociedade e a orientar sua conduta em função deles. A mnêmica e a representação do tempo num dado indivíduo dependem, pois, do nível de desenvolvimento das instituições sociais que representam o tempo e difundem seu conhecimento, assim como das experiências que o indivíduo tem delas desde a mais tenra idade. (ELIAS, 1998, p.15)

Portanto, com base em Elias, o tempo é o resultado de uma aprendizagem e os relógios e calendários são instrumentos físicos que a sociedade instituiu e padronizou para harmonizar o comportamento de uns com o dos outros. Enfim, para ordenar a vida em sociedade. O tempo estipulado pelo calendário é, nas palavras de Elias, “quase uma segunda natureza e aceita como se fizesse parte do destino de todos os homens” (p.11).

Na esteira de Elias, Norval Baitello Júnior (1999) destaca que o tempo é um complexo sistema simbólico, uma projeção das ritmicidades sobre a percepção do espaço, sendo que os suportes materiais do tempo devem ser sempre reiterados. Este é o caso do próprio calendário e dos processos de ritualização cotidianos. Para Baitello:

Sistemas comunicativos têm sempre a função ordenadora dentro das sociedades: os símbolos regulamentam relações, convencionam significados e valores e, portanto, estabelecem ordem, tecem relações (ordinare, no latim, significa entre outras coisas, colocar os fios de um tecido em seqüência). Para que o tecido social com suas múltiplas funções sobreviva, é de fundamental importância que exista e também funcione perfeitamente o tecido comunicativo que une os indivíduos entre si, formando um amplo sistema de símbolos ordenadores. Assim, a cultura, enquanto sistema comunicativo tem como principal função a de ordenar as informações de uma sociedade. (BAITELLO, 1999, p. 99)

Sendo assim, talvez um dos mais eficazes suportes do tempo seja a mídia, com a possibilidade de reter o passado e de, de algum forma, antever o futuro, transformando-os no presente com a geração, conservação e distribuição de informações. A mídia, deste modo, atua como demarcadora do tempo e da vida dos indivíduos, sincronizando suas atividades. Sincronizar é combinar ou executar ações ao mesmo tempo, simultaneamente. Os meios de comunicação de massa possuem o papel de sincronizar os tempos individuais, atualizando ou rechaçando valores sociais. A sincronização da sociedade é dada por tudo àquilo que se divulga, se mostra, informa ou se exclui dos meios, criando uma espécie de ritual que é reiterado ao longo dos anos. Ainda para Baitello Júnior (1999),

Para afirmar e reafirmar o símbolo tempo, a mídia adota não apenas as imagens calendárias e/ou cronológicas do dia, da noite, da tarde, do período, da jornada e do jornal, da folha e da folhinha, como ritualiza suas aparições, suas formas e seus formatos, acentuando-lhes a função sincronizadora. Abrir um jornal ou apenas percorrer os olhos sobre suas manchetes principais, sentar-se diante da televisão e assistir ao noticiário, sentar-se no carro e ouvir os jornais matutinos constituem alguns dos rituais mais resistentes deste século. Transformam-se os suportes, mudam os canais, as formas e os horários, mas esta comunhão simbólica com o tempo permanece inalterada. (BAITELLO: 1999, p.104)

Isto significa dizer que os meios de comunicação desenvolvem rituais, criando assim uma forma de demarcar o tempo. Mais do que manter a “ordem social” em função dos meios serem portadores de símbolos, a mídia sincroniza pensamentos, ações e olhares exigindo do receptor da informação uma espécie de resposta. Por exemplo, quando as pessoas lêem num jornal determinado assunto este tema é percebido e passa a orientar valores que serão

empregados no dia-a-dia dos cidadãos. Os rituais, conforme Gebauer & Wulf (2004), podem ser de dois tipos: ligado às fases da vida e ao calendário. No primeiro caso dizem respeito às fases pelas quais todo ser humano passa até sua morte. Já o ritual do calendário é o que possui maior relação com a mídia e vai tratar dos fatos ocorridos ao mesmo tempo e para grandes coletividades. Para os autores

No simbolismo de um ritual, o mundo vivido e o mundo imaginado interpõem-se um ao outro e surgem como um mundo só. Através disto, o ritual torna-se um modelo do mundo e para o mundo. Enquanto que por um lado o ritual refere-se à realidade social e psíquica, e por outro a realidade refere-se ao ritual, este dá forma e significado à realidade social e psíquica. Os rituais personificam posições de fé, idéias e mitos; eles representam suas materializações e realizações e vencem a dicotomia entre ação e pensamento. (...) Os rituais são ações e ao mesmo tempo a interpretação destes. (GEBAUER & WULF: 2004, p.152)

A mídia tem, portanto, como ritual seguir o calendário e repetir informações a fim de que possa, realmente, demarcar o tempo dos indivíduos. Contudo, além do tempo, os meios criam uma agenda social na qual são dispostos alguns aspectos de uma questão em detrimento de outros. No caso do jornalismo e da fotografia é sempre necessária uma escolha do que deve ou não aparecer. Nesse sentido, Harry Pross (1980) destaca que o que não aparece é como se não existisse, mas, além disso, o importante é se manter nos meios, pois um assunto que desaparece é como se, também, não tivesse existido. O ritual que a mídia oferece é o de atribuir importância àquilo que informa, dando luz a alguns, e apenas alguns, assuntos, fazendo com que os leitores ou destinatários possam incluir em seus próprios temas apenas aquilo que lhes é dado. Isto se torna mais perceptível com relação à imagem veiculada na mídia, que gera uma sincronização **pelo** olhar e **do** olhar.

Olhares padronizados, imagens auto-referenciais

A imagem está em todos os lugares, onipresente, nos jornais, nos outdoors, na televisão, sendo que cada vez mais os nossos olhos são “convocados”, exigidos, em detrimento dos demais sentidos do corpo. A mídia é uma das responsáveis por esta propagação desenfreada de imagens, visto que a imagem ainda possui, no senso comum, uma relação com a verdade, um poder documental, mesmo que se saiba que toda imagem é uma construção. O certo é que os meios contribuem para sincronizar os tempos individuais pelo rito do olhar, ou seja, pela exposição/apresentação de determinadas imagens que se reproduzem e se repetem ao longo dos anos.

É a partir das imagens selecionadas para serem vistas que ocorre a sincronização **pelo** olhar. Uma sociedade que vê a mesma imagem, repetidas vezes, em vários suportes diferentes (televisão, jornal impresso, Internet) acaba por crer que aquela imagem é a única que vale a pena ser vista, mesmo que um contingente imenso de imagens tão ou até mais relevantes seja, simplesmente, deixado de lado.

Para Dietmar Kamper (2000) tudo o que não é visível parece ter perdido a condição de existente e como num acordo tácito, todos sabem, mas todos estão vidrados nas poucas imagens que se mostram.

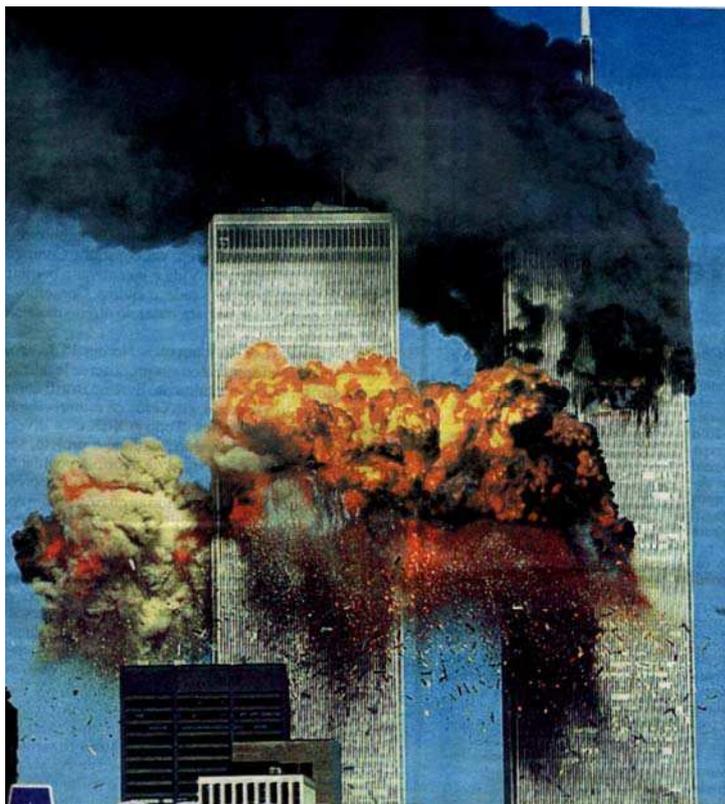
Tudo o que não for visível tem que ser descartado como objeto sem valor, antes mesmo de entrar no jogo. Em compensação, toda imagem conformável ao olhar pode ser configurada ativamente, apresentada e rerepresentada em encenações repetidas uma vida inteira, inclusive com a participação das pessoas que se colocam sob os olhares controladores. (KAMPER, 2000, p. 01)

As guerras são um exemplo clássico do poder que as imagens exercem sobre a sociedade, no sentido de ordená-la e de sincronizar os tempos e os pensamentos por meio dos olhos. Não é à toa que Adolf Hitler utilizou o fotojornalismo e, portanto, a imagem dita

objetiva para fomentar seu regime de governo totalitarista e difundir suas idéias nazistas. O fotógrafo Heinrich Hoffmann fez uma série de fotografias de Hitler a fim de escolher seu melhor ângulo, aquele que lhe daria maior altivez e que despertaria a subserviência. Segundo Gisele Freund (2002), Hoffmann acabou centralizando todas as imagens de Hitler e dos confrontos nazistas, sendo que

Quando estalla la guerra, Hoffmann organiza en Berlin una central fotográfica encargada de controlar todas las fotos hechas en el frente. El será quien elija las que le parezcan las más apropiadas para la propaganda alemana. Establece una verdadera fábrica; manda hacer contratipos para enviarlos a toda la prensa con la obligación de publicarlos. Pero sólo él percibirá los derechos de reproducción. (FREUND, 2002, p. 112)

Atualmente, os atentados terroristas ou os conflitos da Guerra Contra o Terror reforçam a função que Harry Pross (1980) defende como primordial, a função de sincronizar uma sociedade e, mais do que isso, de padronizar aquilo que lhe é oferecido para ver. O atentado às torres gêmeas no dia 11 de setembro de 2001 não está presente apenas na memória, uma vez que a data é reiterada constantemente. O atentado está presente nas retinas, pois o ataque terrorista não se deu apenas em relação a um bem material com a derrubada do “símbolo do capitalismo norte-americano”. A destruição das torres e a imagem desta destruição foi um ataque ao olhar, que a mídia continua mantendo em curso.



A foto acima, das torres em chamas, é talvez uma das mais emblemáticas da era atual. Desde que o atentado mudou a paisagem na cidade de Nova York os jornais, sites noticiosos e redes de TV parecem ter feito um acordo de que a bandeira norte-americana deve ser defendida em todo o mundo, principalmente nos países de cultura ocidental. Desenvolveu-se e incutiu-se na mente de que o terrorismo deve ser combatido, nem que para isso seja necessário retalhar o terrorismo com mais terrorismo. As agências internacionais de notícias, que distribuem informações para diversos países, estão, ao que tudo indica, engessadas em um único padrão. Assim, as imagens remetidas para as empresas que compram seus serviços são as mesmas e, na maioria das vezes, provêm de apenas três agências: Reuters, Associated Press (AP) e Agence France Presse (AFP). Contudo, 50 % ou mais do conteúdo imagético publicado, mesmo na web, advém da Reuters. João Batista Natali (2004) realizou uma pesquisa quantitativa nos principais jornais de São Paulo em uma quinta-feira do ano de 2004, sendo que em apenas um dia os jornais brasileiros como *Folha de São Paulo*, *Estado de São*

Paulo, Jornal do Brasil e O Globo receberam 1.400 textos de agências, porém não foram 1.400 notícias diferentes.

Há uma certa e compreensível redundância, com três ou quatro agências abordando o mesmo assunto, ou a mesma agência atualizando duas ou três vezes o mesmo telegrama, com o acréscimo de informações que atualizem seu enfoque. Vejamos o que o leitor recebeu desse mundão quase infinito de letrinhas. No dia seguinte, uma sexta-feira, *O Globo* resumiu seu noticiário internacional em 13 títulos. *O Jornal do Brasil*, mais modestamente, o fez em cinco. *O Estado de São Paulo* publicou 17, e a *Folha de São Paulo*, 18. (NATALI, 2004, p. 10)

Mediante este número de notícias disponibilizadas pelas agências, a quantidade de informação imagética com certeza não foi a mesma. Os sites noticiosos que trabalham com a idéia do tempo real atualizaram os textos, mas como o fazem diariamente, mantiveram as mesmas imagens nos sites. E esta das torres em chamas teve e ainda tem recebido um destaque especial. A veiculação mais recente, mas com certeza não última, desta foto pela mídia impressa foi neste mês de março, quando a ocupação do Iraque pelo exército norte-americano completou três anos. Mesmo não havendo uma relação explícita com os atentados aos EUA, a imagem foi reproduzida novamente, reiterando o horror nela contido e a necessidade do combate ao terrorismo, como se essa imagem legitimasse e justificasse toda uma guerra. A sincronização neste caso é clara. Ao repetir uma imagem em diversos veículos de comunicação, a sociedade passa a acreditar que esta é a imagem do que se deve combater. Mesmo que a teoria do espelho, na qual a fotografia e o próprio jornalismo eram tratados como retratos fiéis da realidade, já esteja completamente ultrapassada, a “representação” daquilo que o 11 de setembro foi faz com que os “espectadores” (e às vezes expectadores⁴) desta imagem a tenham como verdadeira e existente tal como é apresentada.

⁴ Expectadores porque além de ver as imagens, os espectadores passam a criar expectativas, ansiar, ainda que inconscientemente, por vê-las novamente. E mesmo que sejam exibidas e reexibidas, estas imagens emblemáticas se tornam sempre de grande interesse

O mesmo acontece com a imagem do trem destruído no atentado à Madrid, ocorrido em 2004. A fotografia da agência Reuters foi exibida em diversos jornais com um apelo forte à espetacularização.



O fato por si só já é espetacular, no entanto a cobertura jornalística-imagética do evento enfatiza os danos, a destruição, a ruptura da ordem da civilização e o avanço à barbárie por meio do terrorismo. O buraco causado pela explosão da bomba faz com que o leitor da imagem também se sinta afetado, atingido, um sujeito, pois onde deveria estar um símbolo do progresso está apenas um rombo, um rombo que fere os olhos, mais do que as pessoas. É claro que o atentado deixou vítimas e feridos, mas vitimou “por tabela” outras milhares de pessoas. E mesmo na cobertura do ataque a Madrid o 11 de setembro foi revivido pela imagem.

Neste sentido, o atentado simultâneo ao metrô e a um ônibus de Londres, em 2005, foi repercutido pela mídia.



Em manchetes como “*De novo o terror*” (Gazeta do Povo –PR), “*O terror parte III*” (Zero Hora-RS) uma imagem do ataque se tornou símbolo: o ônibus em pedaços. Jornais de todo o mundo exibiram a imagem fornecida pelas agências. Estranhamente, mesmo que os veículos tenham utilizado agências de notícias diferentes, as imagens são de uma semelhança⁵ espantosa. É como se todos os fotógrafos que “presenciaram” o fato só percebessem o atentado de um aspecto, enfatizando os destroços a fim de dimensionar o impacto do ocorrido.

As três imagens se parecem: todas dizem respeito a uma ação terrorista relacionada, comprovadamente ou não, a grupos extremistas do Oriente Médio. As três fotografias trazem em seu conteúdo os destroços de explosões sem precedentes, mas que seriam uma espécie de continuidade do fato inicial ocorrido em 2001. Deste modo, a sociedade mundial, visto que as imagens foram exibidas em centenas de países e diversas vezes repetidas, tem seu tempo, e

⁵ A semelhança destacada aqui não é a da expressão, visto que os destroços do ônibus seria uma imagem inevitável. A semelhança é a do conteúdo, no sentido de que as pessoas foram colocadas em um segundo plano, onde os danos materiais estiveram em destaque. A cobertura fotográfica dos conflitos no Iraque, por exemplo, mostra geralmente o desespero dos parentes e o amontoado de corpos, se atendo à figura humana.

vida, sincronizados pelo olhar. É como se os relógios em 2005, quando ocorreu a ação em Londres, voltassem a 2001 com o olhar, numa espécie de “embaralhamento”. É como se os olhos se fechassem e ao serem abertos revivessem o conflito e a queda das torres. O pensamento, as posições políticas e religiosas, as culturas se integram e integram pelo olhar, em função das imagens serem oferecidas, como afirma Ignácio Ramonet (2002), como “guloseimas para os olhos”, ou seja, não como informação, mas para serem devoradas.

Entretanto, a sincronização se dá, também, de uma outra forma e esta talvez seja a forma mais nociva de sincronização. Se por um lado, a sociedade precisa ser ordenada, organizada para que possa se desenvolver e se harmonizar, por outro a sincronia do olhar torna as pessoas cegas para o que mais existe. A sincronização social do olhar é aquela que se dá quando o olhar é “anestesiado”, passando a ver sempre de um ponto único. A sincronização do olhar se dá em consequência à sincronização pelo olhar, ou seja, ao ser exposto demasiadamente a uma única imagem, de um único aspecto, o olho passa a enxergar esta questão apenas sob este ângulo. Enquanto a sincronização pelo olhar ocorre por ver imagens reiteradas, a sincronização do olhar acontece quando a construção imagética pessoal, inclusive mental, se torna dependente daquilo que lhe foi ofertado para ver anteriormente. Vilém Flusser (2002) argumenta que a imagem possui a função “biombo”, impedindo o olhar para além da imagem mediatizada. A sincronia do olhar leva à substituição do objeto e a gradativa perda da capacidade de ver conceitualmente. Isto significa dizer que a fotografia da guerra contra o terror, entendendo os atentados como um estopim, se torna a visão da guerra. As torres destruídas, o amontoado de ferro retorcido do trem de Madri e às poltronas estilhaçadas do ônibus de Londres são as únicas imagens que ficam e que ganham, de alguma forma, vida própria.

Enfim, a sincronização do olhar leva à auto-referencialidade da imagem. Para Günter Gebauer & Cristoph Wulf (2004)

O surgimento e o crescimento dos meios de comunicação de massa fomentam este processo. Suas imagens comportam-se mimeticamente em relação à realidade apreendida. Eles recriam a realidade, modificam-na, absorvem-na. A miniaturização e a aceleração da realidade transforma-se em um substituto para o cotidiano de experiências reais e da verdade. Para o cotidiano não é a realidade que se torna imagem, mas as imagens que tornam-se realidade. Aqui surge uma pluralidade de realidades imagéticas. A diferença entre realidade e ficção desaparece. As imagens estão imediatamente disponíveis e por isso vão ao encontro dos desejos de onipotência dos homens. Tudo parece realizável, pelo menos na imagem. Imagens simulam imagens à procura de imagens e realidades perdidas (GEBAUER & WULF, 2004, p. 50)

Mediante o quadro apontado acima, o que se percebe é que cada vez mais a credibilidade da imagem é reforçada, pois é ela que assume o lugar dos objetos, dos referentes, gerando um único modo de ver. Ítalo Calvino (1998), já destacava em “Seis propostas para o próximo milênio” sua preocupação com a troca da experiência pela imagem.

Somos bombardeados por uma tal quantidade de imagens a ponto de não podermos mais distinguir a experiência direta daquilo que vimos há poucos segundos na televisão. Em nossa memória se depositam, por estratos sucessivos, mil estilhaços de imagens, semelhantes a um depósito de lixo, onde é cada vez menos provável que uma delas adquira relevo. Se incluí a visibilidade em minha lista de valores a preservar foi para advertir que estamos correndo o perigo de perder uma faculdade humana fundamental: a capacidade de pôr em foco visões de olhos fechados, (...) de pensar por imagens. (CALVINO, 1998, p.107-108)

A Imagem e o Círculo

São profundos os vínculos entre a função de sincronização social e o estabelecimento de ritmos sociais, ambos exercidos pelos meios de comunicação de massa. Criar ritmos (ritualizações), temporalidades, significa, antes de tudo, estabelecer períodos e compassos para a revivificação da memória na cultura. Tais aspectos foram amplamente estudados e elucidados por Pross (1980) em seu “Estructura Simbólica del Poder”. O que se pretende neste item é, a partir, do pensamento de Pross, compreender o compasso das imagens tomando a figura do círculo como elemento chave. As pistas conceituais serão dadas por

Vilém Flusser e Ernst Gombrich, a fim de vislumbrar o mesmo fenômeno sob outra perspectiva.

A circularidade do tempo está inscrita na projeção de nosso olhar sobre as imagens, conforme nos mostra Flusser em seu famoso livro “Filosofia da Caixa Preta”. O tempo da imagem, assim, remeteria a uma espécie de tempo mágico, posto que as relações causais de linearidade que regulam, sobretudo, a construção do texto na escrita, ficariam anuladas diante da configuração dos elementos visuais no plano e da trajetória do movimento do olhar que ela demanda. Neste sentido escreve Flusser:

Ao circular pela superfície, o olhar tende a voltar sempre para elementos preferenciais. Tais elementos passam a ser centrais, portadores preferenciais do significado. Deste modo, o olhar vai estabelecendo relações significativas. O tempo que circula e estabelece relações significativas é muito específico: tempo de magia. Tempo diferente do linear, o qual estabelece relações causais entre os eventos. No tempo linear, o nascer do sol é a causa do canto do galo; no circular, o canto do galo dá significado ao nascer do sol, e este dá significado ao canto do galo. Em outros termos: no tempo da magia, um elemento explica o outro, e este explica o primeiro. O significado das imagens é o contexto mágico das relações reversíveis (FLUSSER, 2002, p. 8)

Apesar de todos os distúrbios provocados pela excessiva carga de imagens no panorama midiático, a reversibilidade de relações da imagem procura reinscrever o homem contemporâneo numa espécie de circularidade mágica semelhante àquela experimentada pelo homem das sociedades orais. Portanto, não seria descabido afirmar que a linha do texto jamais sufocou o círculo do tempo, que ressurge ou pela imagem, ou pelas ritualizações da memória empreendidas pelos próprios meios de comunicação, tais como estudadas por Pross (1980).

Pretendemos, contudo, nos deter em um outro fenômeno da circularidade envolvendo as imagens midiáticas. A dinâmica das reiterações e reaparições das fotografias de atentados terroristas apresenta mais do que a circularidade do tempo nas imagens, mas a circularidade das imagens no tempo.

A memória, assim, será reatualizada (ou ritualizada) necessariamente. Seja na rememoração periódica, cumprida ritualisticamente pela mídia, seja na evocação de uma imagem à outra a cada nova tragédia consumada (Londres reitera Madri, que reitera as Torres Gêmeas). Neste último caso, a constante reiteração e rememoração escapam ao mecanismo contemporâneo da iconofagia, exemplarmente descrito por Baitello Jr. (2005), que pressupõe, no movimento inflacionário de imagens midiáticas, uma espécie de esvaziamento simbólico em vista da fúria iconofágica da civilização contemporânea (homens que devoram imagens, imagens que devoram homens, imagens que devoram imagens). No lugar da devoração, a imagem do ônibus destruído retroalimenta a imagem dos escombros do metrô que, por sua vez, rememora a colisão dos aviões no World Trade Center. Inversamente, o movimento circular prevê que as imagens das torres, necessariamente, se remetam às imagens do metrô e do ônibus.

O fechamento do círculo revela-nos a *mimesis* do terror em movimento ainda que as imagens sejam estáticas. Para tanto, é necessário que uma imagem associe-se à outra por semelhança, ou pela sua função (denúncia do terror islâmico) e, além disso, que ela cumpra as expectativas do leitor/observador em favor da criação de um sentido, mesmo sendo este reducionista ou ilusório. De qualquer maneira, o apelo semiótico das fotografias, sua indissociação e redução às imagens precedentes só farão aumentar os estereótipos do terror relacionados ao islã, satisfazendo facilmente, como que por atalhos, a ânsia por significados da mente ocidental.

É interessante, neste aspecto, nos remetermos ao belo trabalho publicado por Ernst Gombrich no ano de 1960, intitulado “Art and Illusion”, onde destaca o papel do observador na constituição da *mimesis* da imagem. No capítulo “The Beholder’s Share” (“A Parte do Observador”), o autor trata do que ele denomina “projeção guiada”, uma espécie de capacidade de preencher as lacunas da imagem para a formação de sentido, usando como

exemplo a habilidade da imaginação humana de enxergar figuras diferentes nos movimentos e formações de nuvens nos céus. As palavras do sábio grego Apolônio, citadas por Gombrich, são bastante significativas, para descrever este fenômeno: “A arte da imitação comporta dois aspectos? Um deles é o uso das mãos e da mente na produção de imitações, outro aspecto é a produção da semelhança apenas pela mente” (apud. GOMBRICH, 2000, 182).

Mesmo respeitando a localização do conceito e sua aplicabilidade na esfera da *mimesis* do mundo empírico, é possível fazermos uma aproximação da idéia de “projeção guiada” de uma imagem como representação da outra. Bastaria, assim, a foto do ônibus destruído para recobramos o terror do 11 de setembro. A partir de agora, a projeção da imagem do ataque às torres será operada a cada nova imagem de atentado. Um elemento já será suficiente para preenchermos de sentido as lacunas das futuras fotografias de destruição.

Rememoração, reiteração e projeção inscrevem-se por circularidades. Se o círculo nos empurra às suas muitas voltas, haveria então alguma rota de fuga? Talvez seja esta a ansiedade específica de nosso olhar diante das imagens das torres do metrô e do ônibus, sendo sua grande dúvida, que lhe assusta e lhe seduz, a possibilidade de o círculo não se esgotar. Quais são as futuras imagens do 11 de setembro?

BIBLIOGRAFIA

BAITELLO JR., Norval. O animal que parou os relógios: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, 1999, reimpressão 2003.

BAITELLO JR., Norval. A era da iconofagia. São Paulo: Hacker, 2005.

CALVINO, Ítalo. Seis propostas para o próximo milênio: lições americanas. São Paulo: Companhia das Letras, 2ª edição, 1998.

ELIAS, Norbert. Sobre o tempo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

FLUSSER, Vilém. A filosofia da caixa preta. Rio de Janeiro: Relumbre Dumará, 2002.

FREUND, Gisèle. La fotografia como documento social. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli, 10ª edição, 2002.

GEBAUER, Günter & **WULF**, Christoph. Mimese na cultura : agir social, rituais e jogos, produções estéticas. São Paulo: Annablume, 2004.

GOMBRICH, Ernst. Art and Illusion. Princeton: Princeton University Press, 2000.

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

NATALI, João Batista. Jornalismo Internacional. São Paulo: Contexto, 2004.

PROSS, Harry. Estructura simbólica Del poder. Barcelona: Gustavo Gilli, 1980.

RAMONET, Ignácio. Propagandas silenciosas: massas, televisão e cinema. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

Outras referências

KAMPER, Dietmar; **MERSMANN**, Birke; **BAITELLO JÚNIOR**, Norval. Sobre o futuro da visibilidade. Texto apresentado no seminário internacional Imagem e Violência promovido pelo Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura (CISC) e pelo SESC/SP em março de 2000. Disponível no site www.cisc.org.br. Acessado em 03/03/2006.

Especial Atentado aos Eua; Madrid e Londres. Disponível em www.folha.uol.com.br/especial/2001 acesso em 10/03/2006

Especial WTC. Disponível em www.noticias.terra.com.br/mundo/interna acesso em 24/03/2006

A lógica de mercado no discurso jornalístico

Alda de Almeida e João Batista de Abreu ¹

Resumo: A influência dos modelos de decisão baseados na lógica de mercado no cotidiano da imprensa brasileira. A dicotomia centro-periferia e o olhar do eixo Rio-São Paulo sobre o Brasil. A relação colonizador-colonizado no cenário da comunicação e o silêncio imposto às zonas de sombra, como África e América do Sul. Os mitos da instantaneidade e da velocidade da informação. Critérios de seleção da notícia. O que leva editores a decidir o que merece o *status* de notícia. As condições de produção do texto jornalístico e as razões que explicam o fenômeno da circularidade na grande imprensa e nos meios audiovisuais. Reportagem e credibilidade.

Palavras-chave: Reportagem, credibilidade, economia da informação, edição e circularidade

Tela ou papel, *lap top* ou máquina de escrever, rotativa ou impressão plana, mídia digital ou ótica, a evolução dos meios de comunicação acompanha as mudanças tecnológicas desde que o ourives alemão Johann Gensfleisch Gutemberg conseguiu imprimir uma bíblia de boa qualidade, no século XV. Obviamente que ele respeitou o direito de autor dos quatro evangelistas João, Marcos, Lucas e Mateus e não mexeu num versículo sequer do *best-seller* biográfico, mas a qualidade de seu produto estimulou a estratégia da classe em ascensão ao difundir os conceitos burgueses de livre mercado e livre circulação de idéias. Forma e conteúdo, velocidade e qualidade compõem a rotina desta estrutura dualista, mas nem sempre caminham na mesma direção. Às vezes, os descendentes dos arautos das idéias burguesas vêm nas inovações tecnológicas, mais do que um aprimoramento do produto, um recurso eficaz para reduzir despesas e aumentar o lucro. Não falamos em produtividade, mas sim em lucro, porque é difícil dimensionar índices de produtividade numa atividade industrial – como os meios de comunicação – em que a matéria-prima é a ideologia e a mercadoria, um bem simbólico. Imaginem se um empresário de comunicação, num momento de dificuldade financeira, resolvesse demitir três dos quatro redatores evangelistas, simplesmente para cortar custos. Em vez de quatro, teríamos apenas uma versão sobre a vida de Jesus de Nazaré.

¹ Professor adjunto IV do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Jornalista e sociólogo. Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

As reflexões sobre o papel e a tela em branco nos remetem a duas questões fundamentais: a interferência das novas tecnologias no fazer jornalístico e o que leva determinada empresa jornalística, seja de mídia impressa ou audiovisual, a investir na cobertura de determinado fato que se reveste de caráter jornalístico. Neste contexto, é indispensável avaliar o papel da Internet, com sua concentração de agências fornecedoras de notícias, sítios informativos e facilidades de acesso às fontes, que substituem o contato direto entre estas e os jornalistas (o correio eletrônico, por exemplo). O uso compulsivo desses recursos vem afetando principalmente a reportagem, coração e alma do jornalismo, o que, fatalmente, acaba por comprometer a credibilidade dos próprios veículos.

No desdobrar deste artigo tentaremos demonstrar algumas das mudanças no processo de apuração, produção e veiculação da notícia e da informação, a partir das facilidades trazidas pelas tecnologias da era digital, e apontar os principais problemas apresentados por esse novo modelo que vem ganhando corpo nas redações. Desde já cabe ressaltar que as tecnologias em si não carregam um sentido positivo ou negativo, mas a aplicação que delas se faz e seus desdobramentos é que estão na berlinda. Importa avaliar também a decisão, marcada por interesses econômicos e políticos, de enfatizar tal episódio ou processo, de acordo com aspectos que fogem dos marcos essencialmente técnicos da narrativa jornalística. Com isso, pretende-se enfatizar que o destaque dado a um fato social obedece a determinadas regras de mercado que extrapolam os ditames técnicos do discurso jornalístico.

Veloz, mas nem tanto

O mito da velocidade da informação, tão em voga no limiar do século, é um dos temas que merecem investigação. Ao se propagar a idéia de que o mundo está cada vez mais interligado e acessível, ignoramos que a linha mestra que norteia este ponto de vista fundamenta-se no consumo, dentro da lógica capitalista que vê a notícia como mercadoria e o leitor como consumidor em potencial. Mas como nem todas as populações desfrutam de poder aquisitivo para comprar informação², na maioria das vezes esta aparente disponibilidade torna-se ilusória, senão falaciosa. Falamos para os

² Aqui não se trata apenas de adquirir um jornal ou revista, mas também acessar uma emissora de televisão, rádio ou um portal na Internet, na medida em que o acesso e a audiência atraem os anunciantes e viabilizam economicamente estes veículos de comunicação.

mesmos leitores, sobre os mesmos assuntos e, o que é pior, com os mesmos enfoques. Temos maior disponibilidade de informação, mas a democratização e a capacidade de absorvê-la e interpretá-la de acordo com nossos padrões culturais e ideológicos transcendem as inovações tecnológicas.

Continuamos a virar as costas para as guerras tribais na África subsaariana e, nos poucos momentos em que o noticiário internacional abre espaço para estas tragédias do cotidiano, nosso olhar é o do colonizador, que enfatiza a barbárie local e ignora a história de dominação européia que acentuou os conflitos regionais. As câmeras acopladas ao computador permitem transmissões via satélite, os telefones celulares de longo alcance viabilizam a narração ao vivo, mas a tecnologia não é suficiente para denunciar o quadro de desigualdade e abandono a que os países hegemônicos submetem estes povos. No auge da comunicação, estão condenados ao silêncio.

Do outro lado da linha, constatamos o excesso de notícias e “reportagens” que têm origem em agências. Com a Internet, as agências estrangeiras ampliaram o acesso e a velocidade de repasse das informações e muitos veículos transformaram-se em serviços *on-line*. A prática de entrar na rede e retirar informações para fazer matéria, sem sair da redação para apurar os fatos, é cada vez mais comum.

Como quase todos os veículos têm acesso às mesmas agências (portanto, às mesmas informações), acaba acontecendo um fenômeno conhecido como “circularidade”, em que toda a mídia trata dos mesmos assuntos, e ocorre ainda uma espécie de “homogeneização”, com estes sendo retratados a partir dos mesmos enfoques. Vale destacar que os erros de cobertura – e eles são cada vez mais freqüentes – acabam repetidos por emissoras de rádio, redes de televisão e jornais.

O ESPETÁCULO DA GUERRA

A guerra do Iraque serve de exemplo para a padronização da informação. Embora muitas emissoras de TV, jornais e revistas tenham enviado correspondentes ao Golfo Pérsico, diversos veículos preferiram manter suas equipes no Kuwait, a 600 quilômetros de Bagdá. Os relatos baseavam-se, na maioria das vezes, nas versões do alto comando das chamadas “tropas de coalizão” (Estados Unidos e Reino Unido). Do lado ocidental, as controvérsias se restringiam ao ritmo de avanço das tropas e do grau de resistência. O relato de oficiais presentes ao *front* não transparecia o mesmo otimismo da versão divulgada pelo alto comando.

Do ponto de vista tecnológico, assistimos a uma experiência bem sucedida. As transmissões regulares através do equipamento batizado de videofone, via Internet, a partir do local (ou quase) da guerra³, forneceram agilidade à cobertura jornalística, mas o conteúdo da informação (narrativa de texto e de imagem) manteve-se um degrau abaixo. Ganhamos em velocidade, mas a autenticidade continua dependente dos relatos de testemunhas, principalmente de militares de alta patente. Este quadro se acentua quando o repórter acompanha as tropas, porque neste caso ele se torna porta-voz – às vezes até involuntário – da visão oficial. É conhecida a frase de que na guerra a primeira vítima é a informação.

Sem dúvida, a grande diferença na cobertura da Guerra do Iraque coube à atuação das emissoras de países árabes, sobretudo as televisões Al Jazeera, do Qatar⁴, e a do emirado de Abu Dhabi. Transmitindo a partir de Bagdá, as oito equipes da Al Jazeera – emissora formada, em sua maioria, por jornalistas que trabalharam na BBC – serviram de contraponto à cobertura das redes norte-americanas, porque não censuraram imagens e colocaram no ar as versões dos dois lados envolvidos no conflito, inclusive de civis iraquianos. As tropas britânicas e norte-americanas foram chamadas de invasoras, e não com o eufemismo “coalizão”, ao gosto do Pentágono.

É claro que o custo elevado da cobertura de uma guerra, principalmente do outro lado do mundo, inibe o planejamento de qualquer cobertura internacional, principalmente em se tratando de empresas jornalísticas de países do terceiro mundo, em que o número de clientes em potencial para comprar texto e imagem é muito menor do que nos países desenvolvidos. Mas de qualquer forma, é digno de registro que somente nos Estados Unidos a rede Al Jazeera alcançou 160 mil aparelhos de televisão a cabo, o que levou o secretário de Estado, Colin Powell, a dar uma entrevista exclusiva à emissora muçulmana, para atingir não apenas as populações dos países árabes, mas também os espectadores residentes nos Estados Unidos. O aparato tecnológico cada vez

³ A TV Globo recorreu aos *cybers* café na cidade do Kuwait para gerações via Internet. No Iraque, as transmissões de imagens via satélite tiveram um custo de US\$ 800 por 10 minutos de geração e mais US\$ 50 por minuto excedente, pelo acordo acertado com a empresa de transmissão EBU. As emissões por telefone do repórter Marcos Uchoa foram feitas pelo sistema NERA (telefone por satélite), software desenvolvido pelos engenheiros da emissora, o que reduziu significativamente os custos. O preço da ligação é de US\$ 7 por minuto.

⁴ Está previsto para a segunda quinzena de setembro a entrada no ar do canal de TV Al Jazeera em inglês, com transmissões *all news* 24 horas a partir dos Estados Unidos e do Reino Unido. Por enquanto, a rede árabe mantém equipes de TV em apenas três capitais da América do Sul: Caracas, Lima e Buenos Aires. De acordo com a jornalista brasileira Karina Gomes, produtora da Al Jazeera em Washington, a rede deve incluir uma equipe no Brasil. Hoje a televisão tem correspondentes em seis países africanos: Egito, Quênia, Nigéria, Costa do Marfim, África do Sul e Zimbábwe.

mais sofisticado aperfeiçoou a guerra psicológica, que causa vítimas numa proporção muito superior às da guerra convencional.

Um caso evidente de danos causados à credibilidade dos veículos pela hegemonia das agências no noticiário internacional foi o golpe frustrado num país vizinho ao Brasil, a Venezuela, no início de 2002. A mídia brasileira, sem nenhuma honrosa exceção perceptível, seguiu o noticiário das agências norte-americanas, principalmente AP e CNN, e noticiou fartamente a deposição do presidente Hugo Chávez como fruto da pressão popular. Mas em 24 horas o cenário mudou. Os fatos mostraram que a Venezuela havia sido palco de um golpe de estado, liderado por empresários locais, apoiados por segmentos das camadas médias, com participação ativa do governo Bush através da embaixada em Caracas, da CIA e até das Forças Armadas norte-americanas. A população dos bairros pobres de Caracas foi às ruas exigir, de forma contundente, a volta ao poder do presidente eleito através do voto direto.

As emissoras de rádio e tevê e os jornais puderam consertar o erro com mais facilidade. Já as revistas semanais (principalmente **Veja** e **Época**), que dedicaram as reportagens de capa a comemorar a queda do governante tido como populista Hugo Chávez, sofreram a humilhação de praticamente chegar às bancas já envelhecidas. Pior, com uma cobertura mentirosa dos fatos, proporcionada por uma clara identificação entre os valores ideológicos veiculados pelas agências internacionais e os da linha editorial das revistas brasileiras. Erros como este acarretam uma enorme perda de credibilidade por parte da imprensa.

Aqui vale a pena destacar um dado econômico que ajuda a reforçar o isolamento entre o Brasil e os demais países do continente. Apesar da proximidade geográfica e cultural, o custo de uma geração via satélite a partir de uma capital sul-americana é maior do que a geração a partir de Londres ou Nova York. Quinze minutos de transmissão desde Caracas saíam em 2003 por US\$ 600; de Santiago, US\$ 500 e, se fosse a partir da Argentina, US\$ 550. Os mesmos 15 minutos de geração a partir de Londres custavam US\$ 400, e dos Estados Unidos, ainda menos.⁵ Somadas as dificuldades próprias do fuso horário que comprometem o fechamento das edições – a diferença entre Brasília e Santiago, Lima e Quito, por exemplo, é de duas horas a mais – temos aí uma boa “justificativa técnica” para o tratamento secundário dispensado pela imprensa brasileira aos fatos políticos e sociais ocorridos na América do Sul. Mas é

⁵ Os dados foram repassados extra-oficialmente por profissionais da Central Globo de Jornalismo.

claro que a questão política que levou a essa diferença de custos tem peso superior aos dados exclusivamente técnicos. Basta lembrar que a maioria das empresas de telecomunicações, após o processo de privatização, foi parar nas mãos de grupos econômicos dos países hegemônicos ou de consórcios formados por empresários nacionais e grupos estrangeiros.

Olhando para dentro do Brasil

O desequilíbrio de capital e de investimentos determina o fluxo desigual de informação, como mostrou em 1980 o relatório da Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação, criada pela Unesco em fins dos anos 70. Na época, 80% das notícias veiculadas pelas agências diziam respeito aos países hegemônicos⁶. O quadro levou a Unesco a propor a criação de uma agência de notícias mantida por países do Terceiro Mundo, com recursos da ONU, mas a pressão do Governo dos Estados Unidos fez com que a idéia não saísse do papel. Quase 25 anos depois, pode-se afirmar que a situação permanece inalterada, embora não tenhamos conhecimento de estudos atualizados, e de acesso público, sobre o assunto. Apenas a título de exemplo, no dia 12 de fevereiro de 2003, um choque em La Paz entre soldados do Exército boliviano e policiais, descontentes com um projeto de lei que aumentava em 12% o imposto sobre os salários, terminou com a morte de 19 pessoas. O Palácio presidencial foi apedrejado, o aeroporto fechado, vôos internacionais foram suspensos. No dia seguinte, o episódio mereceu uma pequena nota no noticiário internacional de **O Globo** e uma *nota solta* (texto sem imagem) no **Jornal Nacional**. Se o mesmo conflito ocorresse em aeroportos de Londres, Paris, Nova York ou de qualquer capital do chamado “circuito Elizabeth Arden”, é fácil imaginar a repercussão que teria.

No mundo globalizado em que cultura e informação são vistas como mercadorias e as relações comerciais fortalecem o capital e inibem medidas protecionistas por parte dos países periféricos, fica cada vez mais difícil pensar em concessões de tarifas subsidiadas para facilitar a comunicação no continente. O Tratado de Livre Comércio da América do Norte (Nafta) permite que investidores estrangeiros recorram a tribunais internacionais de arbitragem contra governos que tenham adotado

⁶ O relatório gerou o livro “Um mundo e muitas vozes”, editado no Brasil em 1983 pela Fundação Getúlio Vargas.

medidas protecionistas. Este item foi incorporado à minuta da Área de Livre Comércio para a América Latina (Alca), que está em fase de discussão.

O modelo de cobertura a partir das agências de notícias internacionais nos permite ainda fazer algumas observações sobre a baixa credibilidade destas como fontes. Um dos exemplos mais gritantes ocorreu na época em que os Estados Unidos iniciaram os ataques ao Afeganistão. As imagens repassadas pela CNN às redes de televisão de boa parte do mundo ocidental eram de má qualidade. O que vimos nas emissoras brasileiras foi uma sucessão de imagens noturnas cheias de chuviscos e clarões, supostamente das bombas caindo, e pouco mais. O cenário só mudou quando entrou no circuito a rede Al Jazeera, também fornecendo imagens, mas muito diferentes daquelas que a CNN oferecia.

Fatores como tempo e espaço também costumam determinar o tratamento dispensado pelos jornais ao fato gerador de notícia. Um exemplo foi o de três acidentes aéreos ocorridos no dia 30 de agosto de 2002, envolvendo dois Fokker 100 da TAM e um Brasília, da Rico Linhas Aéreas, no Acre. Durante o dia, um Fokker teve problemas no trem de pouso e desceu no aeroporto de Campinas, e outro fez uma aterrissagem forçada num sítio em Birigüi, no noroeste paulista, causando ferimentos leves em quatro passageiros e um susto enorme nos que escaparam ilesos. A única vítima foi uma vaca, atropelada durante o pouso em pleno pasto. Por volta de 21h, o Brasília caiu a 1.500 metros da cabeceira do aeroporto de Rio Branco, matando 24 pessoas. Como o acidente mais grave aconteceu no Acre – a 3 mil quilômetros do eixo Rio-São Paulo – e na hora do fechamento das edições, os jornais de circulação nacional acabaram destacando os acidentes da TAM, com fotos na primeira página, infográficos, depoimentos de passageiros e descrições pormenorizadas dos episódios. A tragédia no Acre mereceu o título da chamada em **O Globo** (terceira edição), mas acompanhada da foto do avião danificado em Birigüi. O **Jornal do Brasil** abriu texto e foto para os acidentes com as aeronaves da TAM, com um pequeno registro (*macaca*⁷) no pé da chamada sobre os mortos no Acre. As edições nacionais de **O Estado de São Paulo** e da **Folha de São Paulo**⁸ não tiveram tempo de noticiar o acidente fatal no norte do país. Em resumo: o local e a hora dos três acidentes fizeram com que a vaca de Birigüi tivesse mais destaque do que as 24 pessoas mortas no Acre. Por mais sofisticados e velozes que

⁷⁷ No jargão jornalístico, “macaca” é o nome do pequeno texto, geralmente um parágrafo, editado em grifo no pé de uma chamada ou matéria. Trata-se de um recurso usado muitas vezes para viabilizar a inclusão de uma notícia que chega pouco antes do fechamento.

⁸ As edições nacionais circulam nos outros estados e, por isso, fecham mais cedo.

sejam os equipamentos de transmissão de texto e foto, não foi possível anular as barreiras de tempo e espaço. Seguindo a previsão de Andy Wahrol, a vaca também teve direito a seus 15 minutos de fama.

O acidente com uma balsa no rio Amazonas, a descoberta pelo Ibama de uma área de desmatamento irregular ou de uma fazenda que explore o trabalho escravo costumam passar despercebidos ou merecer pequeno registro na grande imprensa da região Sudeste. Quando ganham destaque, normalmente decorrem de coberturas que contam com o apoio de órgãos oficiais (Capitania dos Portos, Polícia Federal, Ibama ou Ministério Público) ou pela iniciativa de um veículo da imprensa regional. O caso de Eldorado de Carajás é emblemático. Que aconteceria se a equipe da TV Marabá (do grupo da TV Liberal) não estivesse presente no momento da chacina? O flagrante das imagens que registraram o conflito ganhou o noticiário mundial praticamente a custo zero. A partir daí – e quase 48 horas depois – os grandes jornais e revistas voltaram seus olhos para o sul do Pará. Escalaram equipes de reportagem e fretaram aviões para acompanhar o desdobramento dos fatos.

Normalmente as coberturas regionais que ganham dimensão nacional contam com o apoio do poder local ou do empresariado, interessados no retorno turístico que a divulgação pode trazer. Eventos como as festas juninas de Caruaru, em Pernambuco, e Campina Grande, na Paraíba; Festa do Boi, em Parintins, no Amazonas, ou mesmo cerimônias que mesclam o popular e o religioso, como o Círio de Nazaré, em Belém, são programadas com bastante antecedência, o que facilita o planejamento das empresas de comunicação. Do ponto de vista econômico, podem gerar retorno com a venda de espaço publicitário e de imagens para o exterior. Nem sempre as televisões mencionam que se trata de matéria paga, um comportamento questionável do ponto de vista ético.

Mas o jornalismo não pode ficar restrito a eventos. Um seqüestro ou a fuga de assaltantes de banco no interior do país requer o mesmo empenho, mesmo se sabendo de antemão que o retorno financeiro será pequeno ou nulo. Além disso, é fundamental preservar os espíritos éticos na cobertura, principalmente em episódios do jornalismo policial. É conhecido o caso da TV Gaúcha, que intermediou a rendição de seqüestradores para coincidir com o horário do telejornal local e assim aumentar a audiência. A atitude mereceu uma reprimenda da Justiça do Rio Grande do Sul.

Outro fenômeno, de natureza econômica, que afeta seriamente a qualidade editorial, é a “terceirização” da reportagem. Em 2002, o **Jornal do Brasil** fechou sucursais, inclusive a de São Paulo, e passou a usar intensivamente os serviços da

Agência Folha. Mais tarde demitiu a maioria dos repórteres das editorias de Economia e Esportes com a intenção de usar os serviços de outras empresas jornalísticas. É evidente a intenção do jornal carioca de reduzir custos. O leitor paga o preço. É obrigado a ler o diário paulista por tabela e ainda enfrentar o relato dos fatos nacionais a partir de São Paulo. Para usar um jargão jornalístico, nunca se *chupou* tanto o trabalho alheio, sem cerimônia, muitas vezes sem sequer dar o crédito.⁹

Em 2004 a **Folha de São Paulo** dispensou 50 jornalistas e encurtou edições. Seria o caso de perguntar se não caberia uma ação indenizatória por parte de um assinante que pagou antecipadamente por um ano de jornal e, de repente, sem ser consultado, ficou com um produto de qualidade inferior. Não estaríamos diante de uma quebra de contrato numa relação de consumo?

Na avaliação dos executivos de empresas jornalísticas, fazer reportagem sai caro. É preciso pagar os salários do repórter e do repórter fotográfico e arcar com as despesas com carro, motorista e infra-estrutura (sala, telefones, computadores, secretária, *boy*). Nesta fase cristalizada por jargões economicistas como “cenário adverso”, é preciso “otimizar lucros”, ensinam os executivos com os olhos pregados nos balancetes trimestrais. O momento seria de cortar custos para atrair investidores estrangeiros. As empresas de comunicação fizeram empréstimos altos em dólar na última década, justamente para modernizar (leia-se informatizar) os processos de captação e veiculação de notícias e informações. Com as sucessivas crises internacionais e a desvalorização cambial, as dívidas tornaram-se cada vez maiores e difíceis de saldar. Some-se a esse quadro a alta do preço do papel, que subiu mais de 150% em apenas dois anos, afetando principalmente jornais e revistas.

Outra forma cada vez mais comum de maltratar a reportagem no cotidiano da mídia é fazer matéria a partir da redação. A metodologia é simples. O repórter fica encarregado de acompanhar o assunto no *on-line* de outros jornais e agências e vai colecionando as informações. Se tiver alguma dúvida, entra em um ou outro *site* de pesquisa para se informar melhor sobre o tema. Por fim, telefona para duas ou três fontes para “repercutir” (o verbo é usado erradamente no sentido de recolher depoimentos sobre fatos ou falas de terceiros) as informações e temos uma reportagem

6 No jargão jornalístico, o verbo “chupar” indica o ato de se apropriar de matéria, pauta ou informação apurada por terceiros, sem se preocupar em checar a veracidade e a origem do fato. Não há um verbo que defina o sentido exato da ação, mas talvez “usurpar” seja o mais aproximado.

pronta para ser publicada, sem que o autor, ou qualquer outro jornalista, tenha colocado o pé na rua.

No rádio, o antigo recurso de narrar uma partida de futebol a partir das imagens da televisão, como se estivesse no estádio, recebe o sugestivo nome de **geladão**, o que revela a crítica dos radialistas esportivos a um expediente que retira da transmissão radiofônica o que ela possui de mais atraente: a instantaneidade. O mesmo recurso também é adotado na televisão com o nome de “off tube”. Na maioria das vezes, a emissora não informa ao ouvinte/telespectador que o locutor está a quilômetros do estádio.

As vantagens para os veículos são evidentes: maior produção a um custo menor. A economia começa no fato de que, como o repórter não vai à rua, não gera despesas adicionais. Entretanto, existe ainda a questão do volume de material produzido. Trabalhando a partir da redação, o mesmo jornalista pode fazer várias matérias, quando, em geral, apurando na rua consegue produzir apenas uma ou duas, conforme o grau de complexidade.

A perda de qualidade gerada pelo uso abusivo desse modelo de reportagem é evidente, mas vale citar o jornalista Clóvis Rossi na apresentação do livro *A Aventura da Reportagem*, de Ricardo Kotscho e Gilberto Dimenstein: “Que me desculpem Vinícius de Moraes, os editores e redatores, mas repórter é fundamental. Jornalismo, por isso, só vale a pena pela sensação de se poder ser testemunha ocular da história. E a história ocorre sempre na rua, nunca numa redação”.¹⁰

Vale acrescentar: pode-se também ser testemunha ocular da História (com “h” maiúsculo), se a matéria envolver um episódio que represente uma transformação da sociedade. Será que o presidente Richard Nixon terminaria seu mandato tranquilamente se os repórteres Bob Woodward e Carl Bernstein, do **Washington Post**, não tivessem aprofundado a investigação sobre os verdadeiros responsáveis pela invasão do escritório eleitoral do Partido Democrata, poucos dias antes das eleições? Não é a toa que o Governo Bush vem restringindo sensivelmente, desde o atentado ao World Trade Center, a liberdade dos repórteres norte-americanos imprensa quando o assunto envolve questões consideradas de segurança nacional.

¹⁰ ROSSI, Clóvis. in KOTSCHO, Ricardo e DIMENSTEIN, Gilberto. *A aventura da reportagem*, 1990. Texto de apresentação, pag 9.

Se as sanções sofridas à repórter do New York Times, que passou três meses na cadeia por se recusar a revelar o nome do funcionário da Casa Branca que identificou um agente da CIA, tivessem sido impostas à dupla Carl Bernstein e Bob Woodward, em 1973, por proteger o anonimato do segundo homem na hierarquia do FBI – citado apenas nas matérias como Deep Throat – provavelmente o Governo Nixon não teria caído.

Uma observação do jornalista Luciano de Moraes¹¹ mostra que a atividade dos repórteres na rua funciona ainda como uma espécie de “oxigênio” para os veículos. “Os repórteres, muitas vezes, auxiliam diretamente o trabalho do pauteiro fazendo propostas de pauta. São os repórteres que estão na rua, são eles que vivem a emoção da notícia, que têm contato com as fontes, portanto eles são também ricas fontes de informação para os pauteiros”. A recomendação de Luciano – já falecido – continua mais viva do que nunca. E vem de um dos pauteiros mais brilhantes do Rio de Janeiro, que cultivava o hábito saudável de pedir um carro da reportagem depois do expediente para passear pela cidade. Ele sabia que assim, na rua, recolheria ingredientes para a pauta do dia seguinte. Gastava-se gasolina, mas gerava-se outro tipo de combustível: notícia.

Os atuais tropeços da imprensa no quesito reportagem apontam diretamente para a morte de um dos mais importantes cânones do jornalismo, senão o mais importante: o jornalista deve fazer uma rigorosa apuração dos fatos, estabelecendo relações entre eles e com os processos culturais, históricos e políticos.

O fenômeno de substituição da reportagem por material produzido dentro das redações afeta também as rádios e emissoras de televisão. A utilização excessiva de notas redigidas a partir de material retirado da internet e de “sonoras”, também apuradas e produzidas a partir da mesma fonte, em substituição ao material coletado na rua, ao vivo ou gravado, empobrece o radiojornalismo. Ao dispensar o relato ao vivo e em tempo real dos acontecimentos – sua principal característica – o rádio abre mão da própria história. E não nos venham dizer que as entrevistas ao vivo, feitas por telefone pelo apresentador, substituem o trabalho do repórter. Ao telefone, o entrevistado diz o que quer e como quer. Não há edição; no máximo interrupção.

O atual modelo de cobertura da maioria das emissoras cariocas, com ênfase cada vez maior no material produzido internamente, acaba por eliminar algumas das vantagens trazidas pela própria tecnologia. É o caso do telefone celular. O aparelho

¹¹ MORAES, Luciano. A pauta, in Lições de Jornalismo, 1998, pag 12.

portátil de telefonia é uma ferramenta estratégica para a reportagem de rua, permitindo a cobertura dos fatos em tempo real, uma vez que o repórter pode fazer um número ilimitado de entradas no ar, ao vivo. Mas, se a reportagem de rua das rádios é cada vez mais rara, esta grande vantagem praticamente perde a função, existindo apenas como possibilidade.

Os exemplos do papel do rádio na História do país são muitos, entretanto vou citar apenas três: a revolução constitucionalista de 1932, em São Paulo, que mobilizou voluntários contra o governo de Getúlio Vargas; a cadeia da legalidade, em 1961, liderada pelo então deputado federal Leonel Brizola a partir da Rádio Guaíba, em Porto Alegre, para garantir a posse do vice-presidente João Goulart após a renúncia de Jânio Quadros, e em 1982, o caso Proconsult, nas eleições para governador do Estado do Rio, em que a apuração paralela da Rádio Jornal do Brasil desmontou um esquema para favorecer o candidato do PDS, partido do regime militar. A Rádio JB gastou dinheiro na contratação de repórteres e estagiários encarregados de recolher os dados dos mapas de apuração, mas recebeu em troca um título de enorme liquidez: credibilidade.

As observações contidas neste artigo decorrem do acompanhamento do trabalho da mídia no dia a dia, uma atividade comum a qualquer jornalista e professor de Comunicação. Se não são definitivas, revelam pelo menos uma tendência. Nada é definitivo em jornalismo. Ainda estamos em fase de adequação aos novos padrões e paradigmas que se estabelecem com a chegada da era digital; a substituição do real pelo virtual. O mais importante hoje é perceber até que ponto esses novos métodos de trabalho afetam a credibilidade da mídia. Sem credibilidade não há jornalismo. Restariam apenas o espetáculo e o consumo.

Referências bibliográficas

DIMENSTEIN, Gilberto e KOTSCHO, Ricardo. *A aventura da Reportagem*. São Paulo, Summus, 1990.

MORAES, Luciano. A pauta, in AMORIM, Paulo Henrique et alli. *Lições de Jornalismo*. Rio de Janeiro, Faculdade da Cidade/O Dia, 1998.

PROMETHEUS, boletim *on-line* do Instituto de Estudos e Projetos de Comunicação e Cultura (Indecs), ano 1, número 03, 25 de abril de 2003, www.indecs.org.br

UM MUNDO e muitas vozes – Comunicação e informação na nossa época. Relatório da Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação, da Unesco, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1983

Alda de Almeida, jornalista, professora do curso de Jornalismo da Universidade Veiga de Almeida (UVA) do Rio de Janeiro.

João Batista de Abreu, jornalista, sociólogo e professor-adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Pesquisar, aprender e ensinar: um tema em avaliação

Alice Mitika Koshiyama ¹

Resumo: A formação de profissionais na área de jornalismo exige o desenvolvimento de competências para resolver problemas que envolvem valores, informações e técnicas muito diversificadas. Defendemos o desenvolvimento de um ensino centrado em problemas que os alunos devem solucionar com o suporte de dados por eles buscados nos sistemas de informação vigentes. Para isso devem ser pensados processos de aprendizagem que atendam a esse princípio formador. A partir de nossa experiência no curso de graduação em jornalismo propomos a integração da pesquisa ao cotidiano do trabalho dos alunos nos cursos de formação profissional. Com o incentivo a leitura em todas as suas possibilidades, a busca de informações em todas as mídias disponíveis, a habilitação ao trabalho de crítica da informação teremos o envolvimento das diversas disciplinas do curso com a pesquisa.

Palavras-chave: ensino de jornalismo, comunicação, leitura, história, pesquisa,.

1. Um retrato do ensino hoje ?

A partir da leitura de sites voltados para a observação do mundo da imprensa descobrimos diferentes facetas do ensino e da prática do jornalismo no Brasil hoje. Jornalistas experientes mostram-se preocupados com a situação do ensino de jornalismo em nosso país. É o caso de Milton Coelho da Graça, no site *Comunique-se*, em 21 de junho de 2006, que interroga:

As faculdades estão ensinando bem?

Aluna de uma faculdade de jornalismo do Nordeste enviou-me e-mail (adiante os trechos mais significativos) pedindo conselhos sobre o quê fazer diante da desesperança quase ao final do curso. É um depoimento dramático que certamente poderia ser repetido por milhares de outros estudantes de todo o país. E acho que todos – muito especialmente os profissionais de comunicação – devem refletir sobre o assunto.

¹ Professora na graduação em Jornalismo e na pós-graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP. Mestre em Comunicação pela ECA-USP e doutora em Literatura Brasileira pela FFLCH-USP. Jornalista e Livre-Docente em Jornalismo pela USP. Pesquisa história e comunicação; jornalismo e cidadania, gênero e trabalho.

O e-mail da estudante é uma síntese das queixas proferidas por alunos e alunas de muitas escolas do país, e por este motivo, reproduzimos o texto:

São problemas relacionados a maus professores, alunos que são passados de um período a outro sem a capacitação devida, um nível de exigência muito baixo em se tratando de um curso de nível superior, problemas com infra-estrutura, poucas palestras, pouco incentivo às produções acadêmicas dos alunos, a não-existência de um jornal realmente feito pelos alunos com o apoio da instituição, a inexistência de produções telejornalísticas e radiojornalísticas, a falta de apoio da instituição às pesquisas e, em consequência disso tudo, o nosso currículo completamente desvalorizado no mercado de trabalho.

Não quero parecer individualista, mas quero seguir carreira, tenho sonhos, quero um dia ser reconhecida pelo meu trabalho, mas infelizmente não vejo que futuro vou ter numa faculdade que praticamente doa diplomas. A quantidade de alunos só interessados no canudinho ao final dos quatro anos é enorme. Mas esse não é o meu caso!

Já fui a melhor aluna de Comunicação Social da faculdade, meu coeficiente de rendimento foi ótimo, mas não acho que deva isso a minha inteligência. Devo isso a uma faculdade que não suga tudo o que pode do aluno. Devo isso a uma faculdade que, para mim, está sendo indiferente. Estou me sentindo estagnada desde que entrei nesta faculdade."

Sobre comentários escritos por estudantes, endossando a posição de Milton, o jornalista José de Souza Castro, freelancer, em 21/06/2006, deu-se o trabalho de observar:

Aline e Tatiana, a situação está mesmo difícil. Por isso, todo cuidado é pouco, antes de postar seus comentários aqui, para não deixar registrados alguns errinhos que um mínimo de cuidado - como, por exemplo, escrever antes no Word, que tem corretor de texto - pode evitar. É um cuidado que vale a pena tomar, ao longo de toda a carreira, principalmente agora que os veículos dispensaram os copidesques. (...) Saber escrever bem está se tornando uma raridade em nosso meio, e quem o souber fará diferença. Terá chances no mercado. Infelizmente, a escola não ajuda. Cada um tem que fazer a sua parte. Lendo muito - e lendo bons autores, editados por uma boa editora. Claro, estudando também um pouco de gramática...

O currículo resumido do autor Milton Coelho da Graça, lembra a sua experiência de vida e seu trajeto na profissão: 75 anos, jornalista desde 1959. Foi editor-chefe de *O Globo* e outros jornais (inclusive os clandestinos *Notícias Censuradas* e *Resistência*), das revistas *Realidade*, *Isto É*, *4 Rodas*, *Placar*, *Intervalo* e de *Comunique-se*.

Lembramos que a sua observação sobre a preparação de profissionais jornalistas para o mercado não é recente. Temos a recordação de uma palestra proferida por ele, em uma semana de estudos de jornalismo na Escola de Comunicações e Artes da USP, no início dos anos setenta do século passado. Para os estudantes do curso de jornalismo ele destacava a importância da área comercial de uma publicação jornalística, um setor desprezado pela maioria dos alunos e negligenciado nos estudos de jornalismo da época. Outra ponderação de Milton era sobre as escolas de comunicação nas décadas seguintes que seriam fornecedoras de exército de reserva de mão de obra para o mercado de trabalho do jornalismo, no qual apenas um pequeno grupo de executivos sobreviveriam com ótimos salários dirigindo uma base de trabalhadores mal remunerados. Se a memória não nos trai, lembramos da sua perspectiva sobre a categoria de jornalistas que se dividiria entre uma privilegiada elite e a maioria formada por assalariados facilmente substituíveis. Ele enfatizava a necessidade de uma formação especializada para sobreviver no mercado da grande imprensa. Verificamos hoje que os sobreviventes não foram, necessariamente, os melhores formados na competência profissional e no caráter pessoal, mas aqueles que conseguiram resistir às diferentes pressões do mundo do trabalho das empresas jornalísticas, cujos bastidores acompanhamos.

O problema hoje sofreu uma ampliação, com a reestruturação produtiva legitimada pelo fim do estado de bem estar social e a imposição dos valores sociais e econômicos do neoliberalismo. Há um mercado de escolas de jornalismo que procuram justificar a sua existência produzindo diplomados que formam o exército de reserva de mão de obra para o jornalismo e, agora, para o ensino de jornalismo. Escolas mantidas por empresas privadas ou pelo poder público formam grupos de pressão para garantir a sua permanência no mercado, juntamente com organizações sindicais de jornalistas que defendem o mercado

para os jornalistas diplomados. Jornalistas diplomados e principalmente os desempregados ou recém-formados, formam um potencial mercado consumidor de cursinhos pagos que alguns sindicatos de jornalistas vendem. O argumento de venda dos cursinhos é melhorar a qualidade do currículo profissional, quando o correto seria pressionar as escolas de jornalismo para que elas assumissem a obrigação de oferecer os ensinamentos básicos para os seus alunos, uma vez que se pretende fechar o mercado de trabalho apenas para quem tem o diploma de bacharel em jornalismo. Omite-se para os alunos iniciantes dos cursos de jornalismo a questão essencial que é a da existência de um número muito maior de oferta de mão de obra diplomada do que de empregos bem remunerados. Ou fala-se: se você for realmente bom não faltará trabalho, afirmação totalmente cínica se a escola for um posto de venda de diplomas.

O que denotamos é que escolas de comunicação e de jornalismo, sindicatos de jornalismo e empresas jornalísticas tratam pontualmente dos interesses dos alunos enquanto futuros jornalistas. Escolas de jornalismo oferecem ensino (às vezes) e diplomas; sindicatos fazem a defesa de emprego exclusivo para diplomados em jornalismo e alguns deles ministram cursinhos pagos para interessados; empresas jornalísticas oferecem vagas nos cursos de treinamento ou nos estágios para alunos que atendam determinadas qualificações prévias e que apresentam potencial para serem futuros quadros profissionais.

Concluimos que os lugares que vagarem no mercado serão preenchidos por poucos e a formação para o trabalho é complexa. Precisamos de um novo comportamento (novo porque não é ainda generalizado no ensino de jornalismo) em relação à formação escolar, que deve preparar o estudante para a aprendizagem permanente e em condições de acompanhar as mudanças na sociedade, no mundo do trabalho e da cultura. Apresentamos

algumas idéias que poderão contribuir para o desenvolvimento do ensino em uma perspectiva para um futuro mais construtivo.

2. Vida escolar, pesquisa e leitura

O comportamento de pesquisador deve ser parte constitutiva da formação dos jornalistas. Os alunos devem ter acesso ao acervo de uma biblioteca atualizada de trabalhos de pesquisadores sobre temas de comunicações e ao mesmo tempo, receber incentivos para aprofundar seus conhecimentos em áreas que sejam de interesse pessoal de cada um. Bibliotecas de materiais impressos, sonoros, visuais, audiovisuais, dos livros a rede internet, tudo deve ser visto, experimentado e analisado, como meios com vida própria, e que serão integrados a vivência dos alunos.

A noção de biblioteca viva, que funcione como um sistema de apoio ao ensino e à aprendizagem, relaciona-se a um acervo multimídia de consulta rápida e acessível. Mas, este é o lado material do problema. A essência da questão envolve a construção de um processo de trabalho voltado para a formação permanente do profissional e do cidadão.

Nossas experiências quotidianas comprovam a afirmação de que sempre estamos em processo de aprendizagem. Muitas vezes as atividades desenvolvidas nas horas de lazer são fundamentais para a aquisição de informações e a fixação de comportamentos essenciais para a viver.

No entanto, cabe às escolas a tarefa de sistematizar a busca organizada de conhecimentos e, principalmente a tarefa de oferecer padrões de trabalho para futuros profissionais. E nesse processo de aprendizagem, é desejável que o comportamento de pesquisador seja proposto como parte da vida quotidiana e visto como fonte de satisfação para crianças e adultos.

Lamentavelmente, vários fatores contribuem para transformar a formação para a pesquisa em item secundário na formação do jornalista, às vezes em grandes complexos escolares. E o principal fator é o descaso com a leitura e os usos dos meios de informação.

Quando entidades de ensino simulavam a existência de bibliotecas para receber visitas de avaliadores do Ministério da Educação, visando obter aprovações para legalizar cursos, mostravam total desprezo pelos equipamentos básicos de aprendizagem. Este procedimento sinalizava aos alunos que teses, livros e outros meios eram meras formalidades burocráticas.

Em outros locais, temos bibliotecas instaladas e equipadas. Mas alguns dos seus usuários ali comparecem apenas como se fossem a um depósito procurar produtos. Outros danificam os equipamentos e materiais de consulta, e em alguns praticam roubos. E há professores que solenemente ignoram esses acervos, e se limitam a exigir dos alunos a repetição de textos copiados ou de resumos mal digeridos, indiferentes a eventuais plágios ou outras irregularidades que desmoralizam a prática científica.

Temos que lutar para que todos adotem práticas corretas no uso de informações. É preciso valorizá-las como parte de um sistema imprescindível para o ensino de novos valores em relação ao processo de aquisição de conhecimentos. Desejamos que o reconhecimento da sua importância deixe de ser apenas formal ou no máximo instrumental.

Pensamos em bibliotecas animadas pela movimentação do acervo pelos leitores com suas perspectivas individualizadas na leitura dos textos. No modo de ler sem objetivos definidos, em ações exploratórias que todos os apreciadores da cultura realizam. Ou, em ações de leituras feitas com objetivos definidos, propostas no âmbito das disciplinas dos cursos. Nessas atividades escolares aprendemos a interrogar os textos, resumi-los,

reescrevê-los, citá-los, relacioná-los, contextualizá-los, contestá-los, refutá-los, corrigi-los, adaptá-los aos diversos meios de comunicação.

Enfim, temos de ir muito além dos comandos do programa de computador word: copiar, recortar, colar. A propósito, em alguns casos, os leitores executam a função rasgar o livro para possivelmente colar a informação em suas pretensas pesquisas, conforme constatamos na consulta de obras de algumas bibliotecas.

Verificamos que o uso de bibliotecas é pré-condição para a pesquisa e contribui para formar jornalistas competentes. E ousamos pensar que a prática cultural dos verdadeiros mestres de todas as épocas está fundada na relação com leituras, pesquisas e produção do conhecimento.

3. Jornalismo e Competência

Nas várias situações em que se debate a formação de novos jornalistas, profissionais experimentados no mercado de trabalho destacam a importância de uma ótima formação decorrente do contato com textos clássicos da literatura universal. Um bom profissional deve ser um leitor de bons textos ao longo de sua vida. E deve integrá-los à sua atividade diária.

Um outro aspecto destacado pelos profissionais mais respeitados é a questão do comportamento ético na profissão. A repetida frase de Cláudio Abramo “a ética do jornalista é a ética do cidadão” (*A Regra do Jogo*, 1989) obriga-nos examinar a dimensão social do trabalho jornalístico. Ao exercer seu trabalho, o jornalista vale-se das técnicas específicas de sua profissão, mas as consequências dos seus atos vinculam-se a fatores conjunturais. Por isso diz-se que os valores que norteiam suas ações devem ser os de um ser

responsável, preocupado com os efeitos da divulgação dos fatos na vida dos seus leitores e, em alguns casos, na vida de suas fontes de informação.

O saber técnico é parte de sua qualificação profissional que se conjuga ao saber ético para formar um profissional competente. Pensamos na competência profissional como a soma da técnica com a moral. Portanto, para nós, um jornalista que atua segundo os mais acertados critérios técnicos e com aprovação do seu público, mas cujo trabalho destrói a vida de pessoas honradas, é um desqualificado moral. É parecido com um possuidor do saber médico que criminosamente usa sua ciência para ferir ou matar pessoas.

Uma associação profissional de jornalistas pode até propor um código de ética específico. Mas o código será insuficiente para atender a todas as situações do trabalho profissional, pois o jornalista deverá avaliar os efeitos dos seus atos em uma específica conjuntura.

O pressuposto de que a ética é sempre parte da ação profissional obriga-nos a reconhecer a complexidade da formação para ser jornalista. O saber do jornalista é sempre um saber a serviço dos outros, a quem ele irá beneficiar ou prejudicar na maior parte das situações.

Desse modo, a formação para ser jornalista deve desenvolver a capacidade de avaliar rapidamente as conseqüências dos seus atos profissionais e realizar o seu trabalho com autonomia e independência, mesmo sob intensas pressões.

Evidentemente nenhuma formação, acadêmica ou não, conseguirá anular opções de vida moralmente questionáveis e que possam atingir mortalmente os direitos de outros seres humanos.

4. Formações escolares

A idéia de um ensino voltado para a formação do discente implica em um investimento no desenvolvimento das capacidades e dos interesses de cada aluno, nos limites possíveis de cada disciplina ministrada no curso de Jornalismo.

Informações e técnicas podem ser desenvolvidas no âmbito de cada disciplina.

Mas há uma formação de comportamentos e uma aquisição de valores que devem ser desenvolvidos em todos os espaços dos cursos de comunicações.

Comportamentos e valores integram a formação do profissional como um ser no mercado de trabalho e um cidadão com obrigações e deveres para os outros membros da sociedade.

As aulas que ministramos na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo nos desafiam a examinar permanentemente o nosso trabalho como professora. Uma das disciplinas -- Fundamentos Teóricos da História -- recebe alunos calouros de todo o país e alguns do exterior. Parte deles chegam com um forte condicionamento do treinamento dado pelos cursinhos preparatórios ao vestibular da universidade. É então necessário um período do curso para que os alunos auto-avaliem suas formas de estudar e aprender.

Alguns alunos, no início do curso, acham que todas as suas tarefas devem ser completamente programadas e supervisionadas pela professora. Tal suposição, em casos extremos, pode paralisar as atividades do curso. Então é preciso organizar o trabalho e examinar dificuldades mais freqüentes para os alunos. E examinar formas de aprender e refletir sobre modos de ler textos. Avaliamos os graus de submissão e autonomia que buscamos no consumo de obras que nos são impostos na vida quotidiana, principalmente na exposição aos meios de comunicação de massas.

Grupos de estudantes com desempenhos de leituras de textos muito desiguais entre os seus membros demonstram mais dificuldades em trabalhar juntos, principalmente se não

estão habituados a trabalhar bem individualmente. Procuramos construir um processo de críticas para os trabalhos apresentados; e é sempre necessário destacar que as avaliações são para os resultados apresentados e nunca referentes às pessoas dos alunos.

Em outros grupos, há melhor coesão dos alunos nas leituras, nos resumos de textos e nas apresentações de trabalhos para a classe. Esses grupos assumem as suas atividades com mais iniciativa na busca de outras informações e no uso dos equipamentos para apresentação da obra, no diálogo com os colegas de classe. Buscamos, na organização de seminários, valorizar as opiniões individuais, ao lado do esforço para apresentar uma síntese da obra sem desfigurá-la. É um exercício para ser objetivo preservando-se a subjetividade de cada leitura. Organizamos o curso pensando a aprendizagem como uma necessidade contínua e permanente para o trabalho de pesquisa, processo que se inicia com a leitura de obras significativas de pesquisadores competentes.

Na ECA-USP, temos, no currículo de Jornalismo implantado em 1992, uma ferramenta que incentiva os professores das disciplinas específicas do curso para uma abertura para a pesquisa. Os alunos podem cursar parte dos seus créditos em optativas em outras unidades da Universidade de São Paulo. E, no caso de alunos que fazem intercâmbios com universidades estrangeiras, seus créditos obtidos valem como parte do currículo. O projeto curricular que sofreu modificações ao longo do tempo, mas mantém as características que permitem a construção de currículos individuais, parte deles sempre formados pelas escolhas feitas pelos alunos que decidem o que estudar na ECA, na USP e em universidades do exterior com as quais há convênios abertos. (KOSHIYAMA, A. M. Ensino de Jornalismo Brasil-EUA - Congresso INTERCOM 2005)

Reprovamos as escolas que endeusam a tecnologia como a nova fonte do saber. Elas ocultam o fator essencial para a busca do conhecimento nas escolas: a construção de

projetos didáticos por professores e alunos apoiados na idéia de uma aprendizagem que mobilize todo o seu potencial para estudar. As tecnologias são meios, instrumentos que devemos conhecer e usar para nossos interesses e fins.

5. Distorções escolares

É um projeto difícil organizar cursos que investem na mudança de valores.

Experiências escolares para massas de alunos trabalham com perspectivas que resultam na construção de padrões de comportamentos escolares que confundem aprendizagem com execução de tarefas. Realmente, algumas situações conjunturais incentivam a adoção de procedimentos que funcionam como um treinamento para um combate ou ensaio para uma representação teatral.

Observemos a preparação de alunos para passar nos exames vestibulares das universidades. Normalmente entregam-se inteiramente a um programa de atividades determinado pelos professores dos cursinhos, que assumem a direção da situação, como sábios portadores das chaves do conhecimento necessário para a situação. Cabe a esses professores decidir o que fazer: ditar o curso, comandar todos os momentos da ação, decidir o tom, o ritmo, os ruídos e os silêncios. Porque alunos e professores conhecem seus objetivos e assumem escrupulosamente seus papéis no processo de treinamento para vencer nas provas dos vestibulares.

O oposto dos cursinhos acontece em algumas salas de ensino da rede pública de ensino no país. Há a aceitação tácita da incapacidade de alguns alunos para aprender o que está programado no currículo como um fato aceitável, quando se dissocia a promoção escolar para a série seguinte da aprendizagem real dos conteúdos propostos na série anterior. Nas escolas do ensino fundamental (1^a. a 4^a. série) e do ensino médio (5^a. a

8^a. série) em que acontece a promoção automática nas 4 séries de cada ciclo, houve uma mudança de padrões: antes, passar de ano atestava a aprendizagem de conteúdos; no atual processo, passar de ano atesta a passagem do aluno pela instituição escolar e não necessariamente seu bom desempenho nas disciplinas curriculares. No entanto, essa organização do sistema escolar pode ser utilizada para o desenvolvimento de projetos de ensino diferenciados e proveitosos pelos professores. A Revista *Nova ESCOLA*, publicada pela Editora Abril, tem mostrado exemplos de competência dos trabalhos de professores da 1^a. a 8^a. série. Com suas reportagens, demonstra que, no ensino, a liderança dos professores é decisiva para o desenvolvimento dos alunos em todas as dimensões da sua vida. Juntos, professores e alunos com suas comunidades, conseguem construir projetos desafiadores, apresentam resultados surpreendentes nos seus trabalhos e valorizam a multiplicidade de fontes de informações, inclusive as reunidas em bibliotecas. Mas os exemplos mostrados são um sintoma de que o padrão não é geral, são exceções que fogem a regra.

Em outras situações de trabalho, no ensino superior, o professor não consegue organizar e orientar adequadamente a aprendizagem. A legitimidade e a importância do seu trabalho é torpedeada pelo sistema de ensino dominante.

Em alguns cursos do ensino superior, vemos professores que atuam ministrando suas aulas para classes imensas, com uns poucos ouvintes atentos e uma turba barulhenta e apática. Ou há os que atuam em classes pequenas mas desinteressadas no estudo. Ouço professores, que atuam em algumas escolas de comunicação da rede privada de ensino, declarando-se desolados pela reação de parte dos alunos, que afirmam detestar a leitura de textos como parte da aprendizagem. Por mais que preparem suas aulas e organizem atividades para envolver seus alunos, esses professores enfrentam a realidade de escolas

caça-níqueis, que admitem todos os alunos que se disponham a pagar o curso. Estes, por sua vez, nem sempre desejam algo mais do que um diploma de curso superior e desqualificam o trabalho de muitos professores esforçados e competentes. Ou então estão totalmente despreparados para acompanhar um curso superior e não se organizam para exigir um padrão de ensino que os habilitem a aproveitar melhor seu curso. É o caso de um curso de comunicações, em que a maioria dos professores constata a deficiência de conhecimentos fundamentais de língua portuguesa dos seus alunos e recomenda completar a formação deles; mas a coordenação pedagógica recusa esta solução e prefere culpar os alunos por terem entrado na universidade despreparados.

6. A atualidade: pesquisar, aprender,

Reflexões sobre textos de autores que trataram da comunicação e da aprendizagem revelaram o quanto de conhecimento organizado existe na proposta de fazer de alunos participantes ativos da aprendizagem: interrogadores do mundo, leitores críticos, pesquisadores dos seus instrumentos de trabalho. Conhecimentos sobre didática e psicologia da aprendizagem, princípios éticos e políticos, competência em técnicas de comunicação são alguns dos requisitos apontados por Mario Kaplún ao debater com um grupo de professores suas experiências escolares no ensino superior nos anos 80 do século passado. (BOCCHINI, M.O. & KOSHIYAMA, A. M., 2005)

As dificuldades de se praticar, na atualidade, a complexa proposta de aprendizagem participativa inspirada em leituras de Paulo Freire e Mário Kaplún, foram comprovadas nos relatos e debates da mesa temática sobre docência que coordenamos no Congresso da Intercom em 2005. (KOSHIYAMA, BOCCHINI, HIME, LAHNI)

7. Mestres e aprendizes

A vida profissional de professora foi sem dúvida alimentada pelos exemplos do passado de estudante; e animada todos os dias pela visão de um futuro imediato de novas aprendizagens. O historiador e psicanalista Michel de Certeau descreve a pesquisa histórica como um processo permanente executado pela comunidade dos historiadores: em *A Escrita da História*, ele mostra a operação historiográfica como um processo de preencher lacunas de conhecimentos sobre o passado que nunca se totaliza porque os homens interrogam os outros tempos com as perguntas dos novos tempos. E aprende-se que informações, para terem vida útil, dependem do modo de usar. Por isso, professores e alunos dos cursos de jornalismo podem e devem ser estimulados pelos projetos didáticos desafiadores que incentivem a pesquisa como ferramenta de trabalho para melhor conhecer os homens e os fatos, as conjunturas e estruturas que os condicionam e que eles ajudam a criar.

8. Bibliografia

ABRAMO, Cláudio. *A Regra do Jogo: o Jornalismo e a Ética do Marceneiro*, São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

ALVES, Rubem. **Conversa sobre o tema: o professor, um organizador de sonhos**, dia 17 de maio de 2002, no Congresso Educação e Transformação Social, auditório do SESC/SP, Santos, das 17 às 18,30 horas.

BOCCHINI, Maria Otília. *Formação de redatores para a produção de textos acessíveis a leitores pouco proficientes*. São Paulo, 1994. Tese de doutorado. Escola de Comunicações e Artes USP.

BOCCHINI, Maria Otília & KOSHIYAMA, Alice Mitika. **Mario Kaplún e a docência nos laboratórios de Comunicação Social**, GT 6- Comunicação Educativa do IX Congresso Internacional sobre Escola Latino-Americana de Comunicação -- CELACOM -- UMESP/Rudge Ramos -- São Paulo, 2005.

CERTEAU, Michel de. *A Escrita da História*. Trd. Maria de Lourdes Menezes, Rio de Janeiro, Forense, 1972.

GRAÇA, Milton Coelho da. coluna extra! extra!, *Comunique-se*, 21/6/2006, in:<http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3D29543%26Editoria%3D301%26Op2%3D1%26Op3%3D0%26pid%3D48234262129%26fnt%3Dfntnl>

KOSHIYAMA, Alice Mitika. **Ensino de Jornalismo Brasil-EUA: O Legado de Pulitzer nos Tempos do Capitalismo Financeiro**. I Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação -- XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM – São Paulo, 2005.

KOSHIYAMA, Alice Mitika (coord.), BOCCHINI, M. O., HIME, G., LAHNI, C. R. , **Por uma formação do comunicador integral: teoria e prática em jornal laboratório e comunicação comunitária**, mesa temática 21, XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom – Uerj – Rio de Janeiro, 2005.

Revista *Nova ESCOLA*, São Paulo, Editora Abril, 2001- 2005.

Modernização da imprensa brasileira nos anos 70: Pe. Lauro Trevisan e a reforma editorial de *Rainha*

Aline Roes Dalmolin ¹

Resumo: O texto procura situar, no contexto das transformações na imprensa brasileira dos anos 70, as reformas editoriais comandadas por Padre Lauro Trevisan em sua passagem pela revista *Rainha*, principal órgão de divulgação da congregação dos padres palotinos (Sociedade do Apostolado Católico) no Rio Grande do Sul. O editor aproveita o contexto favorável e lança mão de uma série de mudanças nos aspectos gráfico e editorial, transformando a postura da revista face aos seus leitores, à Igreja, aos outros meios de comunicação e à sociedade em geral. Trevisan amplia consideravelmente a tiragem de *Rainha*, que chega a denominar-se, na década de 70, como “a maior revista do Sul do Brasil”.

Palavras-chave: imprensa católica, reforma editorial, produção midiática, revista, modernização da imprensa

Introdução: o contexto da mudança

Os anos 60 e 70 representam um momento de efervescência da cultura brasileira. Se por um lado o cenário político foi fortemente condicionado pelo caráter repressor da ditadura militar e seu recrudescimento a partir do AI-5, no plano econômico observa-se a continuidade da tendência de forte crescimento já iniciada nas décadas anteriores, que influencia de forma decisiva para o incremento da oferta e demanda dos bens culturais no Brasil. Percebem-se neste momento as conseqüências de um processo de forte criatividade e expansão do plano cultural, iniciado ainda nas décadas de 40 e 50, que sofre o impacto do Estado autoritário e busca diferentes estratégias para adaptar-se às condições permitidas pela censura². Na mídia, essa atitude varia da postura favorável ao regime adotada por parte da grande imprensa à contraposição levantada pelo jornalismo

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - RS. Graduada em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo, pela Universidade Federal de Santa Maria - RS.

² Sobre o impacto do regime militar na cultura e na imprensa brasileira, conferir: RIDENTI, Marcelo. *Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da TV*. Rio de Janeiro: Record, 2000; BRAGA, José Luiz. *O Pasquim e os anos 70*. Brasília: Ed. UNB, 1991; MOTA, Carlos G. *Ideologia da Cultura Brasileira (1933-1974)*. São Paulo: Ática, 1977; AQUINO, Maria A. de. *Censura, Imprensa, Estado Autoritário (1968-1978)*. Bauru: Edusc, 1999.

alternativo, passando pela atitude de conformismo e evasão propagada pelo chamado consumo de massa. Por outro lado, um bom número de veículos toma parte deste momento, unindo a criatividade de seus redatores, repórteres e corpo técnico à gradativa incorporação das inovações tecnológicas do setor para expandir-se e ganhar novas formas dentro de um mercado em consolidação. Um exemplo é o da revista *Realidade*, veículo inserido no *establishment*, que alcançou grande sucesso entre os anos 60 e 70 ao tratar de temas polêmicos na área de comportamento. *Realidade* representa o espírito de seu tempo, polemizando diversos assuntos sem tocar no tema política, ponto problemático em tempos de ditadura³.

A atuação neste cenário de expansão e crescimento de forma alguma se restringe aos jornais e revistas de maior circulação no país, a chamada grande imprensa. Também tomam parte desta tendência veículos regionais e de tiragens menos ambiciosas, que refletem a seu modo as condições verificadas no âmbito do mercado. Exemplo disso é a revista *Rainha*, mensário católico publicado em Santa Maria, no interior do Rio Grande do Sul, que alcança significativo crescimento entre as décadas de 60 e 70, a partir da entrada de Pe. Lauro Trevisan como editor. Este é responsável pela reforma que transforma *Rainha*, de uma revista estritamente confessional, com tiragem que raramente ultrapassava os 11 mil exemplares, num periódico de alçada nacional, chegando a imprimir 150 mil exemplares por mês em 1973. Tamanho sucesso só é alcançado com uma radical reforma editorial, mudanças no projeto gráfico e aprimoramento da qualidade de impressão, exemplo seguido por outros tantos veículos em sua época.

³ MOREIRA, Roberto S. C. *A revista Realidade e o processo cultural brasileiro dos anos 60*. p. 422. In.: MOUILLAUD, Maurice & PORTO, Sérgio D. (org.) *O jornal – da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

Não é nossa intenção, neste artigo, nos estendermos em cada um dos aspectos da transformação⁴, mas sim, dar um panorama das reformas à luz do que ocorre num âmbito mais amplo, no caso, o universo editorial católico e a imprensa brasileira de forma geral. Menos ainda é de nossa alçada realizar um panorama completo do processo de modernização da imprensa brasileira nesse período; limitamo-nos apenas a observar os aspectos passíveis de serem relacionados ao nosso objeto, voltando-nos ao contexto na finalidade de melhor compreendê-lo em suas dimensionalidades. Compete-nos, sobretudo, olhar questões e problemas comunicacionais presentes numa trajetória do passado, buscando articular ao processo de modernização da imprensa nacional as estratégias que tentam transformar um pequeno mensário palotino numa revista de projeção.

A imprensa entre os anos 60 e 70: um cenário em transição

Segundo Octavio Ianni, “a história do pensamento brasileiro no século XX pode ser vista como um esforço persistente e reiterado de compreender e impulsionar as condições da modernização da sociedade nacional⁵”. Ele ressalta o empenho de pensadores como Caio Prado Júnior e Gilberto Freyre, que trabalharam incisivamente na tentativa de compreender, a partir das raízes coloniais, as características da formação social do Brasil, sob a ótica de um processo de desenvolvimento que se caracteriza desigual desde a origem. Os autores frisam a existência de um descompasso entre o projeto capitalista aclamado pelas elites e o subdesenvolvimento da sociedade⁶, que não acompanha o quadro de industrialização e urbanização do Brasil dos anos 50.

A marca da fragilidade do capitalismo irá permear a consolidação do mercado de bens simbólicos no país. Nos anos 40 e 50, a impossibilidade de um desenvolvimento

⁴ Projeto que tentaremos realizar em nossa dissertação de mestrado, que se empenha em fazer um estudo de caso da reforma editorial de Lauro Trevisan em *Rainha*.

⁵ IANNI, Octavio. *A idéia de Brasil moderno*. São Paulo: Brasiliense, 1992. p. 47.

⁶ ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: Cultura Brasileira e Indústria Cultural*. 5 ed. São Paulo: Brasiliense, 2001. p. 36.

econômico mais generalizado atenua o processo de mercantilização da cultura. Essa “industrialização restringida” torna o consumo de bens culturais acessível a somente uma parcela restrita da população, de modo que a “indústria cultural e a cultura popular de massa emergente se caracterizam mais pela sua incipiência do que pela sua amplitude”⁷. Ortiz cita a esparsa penetração na sociedade da produção editorial, do rádio e do cinema como exemplos da debilidade de um mercado que ainda não tem condições de se concretizar plenamente⁸.

Portanto, é só mais adiante, entre as décadas de 60 e 70, que se acumulam condições favoráveis para a consolidação do mercado de bens simbólicos no país.⁹ O capitalismo impõe neste momento uma nova fase do sistema de organização da cultura. A produção de bens culturais passa a ganhar destaque como modo de acumulação do capital, ao mesmo tempo em que oferece à classe média um leque de opções de consumo. Entre outros fatores, ocorre um crescimento econômico considerável, a sociedade se urbaniza, o analfabetismo declina e as grandes massas finalmente alcançam padrão aquisitivo suficiente para consumir produtos culturais. O resultado é que, em dez anos, a produção de livros quase triplicou, de 43,6 milhões de exemplares em 1966 para 112,5 em 1976¹⁰. O mercado fonográfico ingressa nos anos 70 em curva exponencial de crescimento, sacudindo a poeira do crescimento vegetativo verificado nas décadas anteriores e impulsionando a venda de eletrodomésticos, com a venda de toca-discos crescendo 813% entre 1967 e 1980¹¹. A produção nacional de filmes e a frequência às salas de cinemas também acompanham essa tendência, mesmo com o fenômeno mundial de retração deste mercado no final dos anos 70, provocada pela emergência da cultura televisiva. E é a

⁷ *Ibid.* p. 45.

⁸ *Ibid.*

⁹ *Ibid.* p.113.

¹⁰ ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. Op. Cit. p.122. *Apud.* HALLEWEL, Laurence. *O livro no Brasil*. São Paulo: T/A Queiroz/ Edusp, 1985.

¹¹ *Ibid.* p. 127. *Apud.* *O Mercado de Discos no Brasil*, Mercado Global, nº 34, ano 4, 3.4.1977.

televisão que completa a consolidação da Indústria Cultural no Brasil. A partir de 1970, ela se massifica, constituindo uma atividade industrial fortemente profissionalizada e que acolhe o produto de maior sucesso de nossa cultura de massa: a telenovela.

O mercado editorial acompanha a tendência de expansão ainda nos anos 50, uma vez que o avanço econômico já naquela época possibilitava o crescimento no consumo de livros, jornais e revistas no país e, ao mesmo tempo, sinalizava-se a gradativa segmentação do mercado para atender aos mais diversos públicos. As revistas femininas, por exemplo, segmento de destaque desde o aparecimento dos primeiros magazines no Brasil, ganham novo fôlego no mercado entre as décadas de 50 e 60 com a publicação das fotonovelas¹², que possibilitam a representantes do segmento como *Capricho*, da Editora Abril, ultrapassarem a tiragem de meio milhão de exemplares¹³. Ainda na década de 50, floresce a racionalidade empresarial nas redações, com a compreensão do jornal como empresa voltada ao mercado e financiada via publicidade, a introdução de novas técnicas produtivas e a substituição do modelo de “jornalismo de combate”, de inspiração francesa, pelo “jornalismo objetivo”, sob influência norte-americana. Isso desencadeia um ciclo de mudanças estruturais na maioria dos veículos do país, que tem como exemplo clássico a reforma no Jornal do Brasil (1961), além de intensificar o surgimento de novos títulos no mercado e provocar o fechamento de empresas que não conseguem se adaptar aos novos rumos¹⁴. Destaca-se também, neste período, o surgimento dos grandes conglomerados da comunicação, que tiveram seu crescimento facilitado e até financiado pelo governo, com o apoio de bancos e instituições estatais para a compra de máquinas e equipamentos, o que

¹² Na década de 70, *Rainha* também passa a publicar as histórias de amor fotografadas, com o intuito de fidelizar ainda mais o público feminino/jovem.

¹³ SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004. p. 32.

¹⁴ ABREU, Alzira A. de. (org.) *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.

evidentemente representava mais uma forma de controle dos meios em tempos de repressão¹⁵.

Nas décadas seguintes, assiste-se ao deslocamento do eixo da produção de jornais e revistas do Rio de Janeiro para São Paulo. Sinal disso é o ocaso da carioca *O Cruzeiro*, que após atingir seu apogeu nos anos 60, deixa vago o posto de principal revista de informação do país para ser ocupado mais adiante pela paulistana *Veja*, criada pela Abril em 1968 como um novo modelo de revista semanal, que deveria complementar com um ponto de vista interpretativo as informações do jornalismo diário. A concorrência com a televisão tornou imperativa uma completa reestruturação do gênero, no sentido de reorientar a linguagem, o formato e o estilo do veículo e aumentar da velocidade na transmissão das informações¹⁶. Em virtude disso, o mercado nacional de revistas sofre uma guinada em direção a um acirramento da segmentação. Os veículos passam a pulverizar cada vez mais seu raio de atuação, na busca por abranger públicos cada vez mais diversificados. O fim de *O Cruzeiro* é sinal da derrocada de um modelo, o da revista destinada a um público generalista, que cede espaço à imprensa especializada¹⁷.

Mas as condições possibilitadas aos grandes também permitem aos pequenos aproveitarem a onda de crescimento. As editoras católicas, cuja atividade se dá de forma subsidiária desde o princípio de sua presença no país junto às congregações que aqui se instalam, só vêm a ganhar algum relevo a partir da década de 50¹⁸. Contudo, é nas décadas de 60 e 70, que as letras católicas irão conquistar posição expressiva no campo editorial

¹⁵ *Ibid.* p. 21.

¹⁶ ABREU, Alzira A. de. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003. p. 19.

¹⁷ MIRA, Maria C. *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d'água/Fapesp, 2001. p. 39.

¹⁸ DELLA CAVA, Ralph & MONTERO, Paula. *E o verbo se fez imagem: Igreja Católica e os Meios de Comunicação no Brasil (1962-1989)*. Petrópolis: Vozes, 1991.

brasileiro, beneficiando-se com a inserção definitiva da imprensa na era de produção de massa.¹⁹

Crescimento e diversificação temática: a expansão da imprensa católica e o caso *Rainha*

A partir da década de 60, a presença de editoras católicas ganha impulso no mercado nacional, sobretudo no rentável campo da publicação de livros didáticos e educacionais. É o caso de editoras como FDT, Salesiana Dom Bosco, Loyola, Vozes e Paulinas²⁰. Contudo, o grande salto das editoras católicas só se dá com a incorporação de um referencial importante: a diversificação temática. Ou seja, as editoras precisam deixar de lado seu caráter especificamente confessional para publicar, ao lado das obras religiosas, títulos advindos de outras áreas de interesse. Um exemplo bastante eloqüente é o da Editora Vozes, que durante a gestão de Frei Ludovico Gomes de Castro (1964-1986) passou a publicar títulos universitários, ganhando destaque e consolidando-se até hoje como referência para este público²¹.

Neste momento se faz necessário salientar um ponto essencial para compreender o rumo tomado pela imprensa católica a partir de meados do século XX – o Concílio Vaticano II, que promove um movimento de abertura nunca antes visto na história da Igreja. Dentre seus avanços, podemos citar o incentivo à participação do leigo, a promoção do diálogo ecumênico e o reconhecimento da função social da imprensa²². A coincidência entre a ruptura ideológica e institucional trazida pelo Vaticano II e o processamento da

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.* p. 166.

²¹ A mudança de rumos da política editorial dos franciscanos é analisada em detalhe em ANDRADES, Marcelo F. de. *Do claustro à universidade: as estratégias editoriais da Editora Vozes na gestão de Frei Ludovico Gomes de Castro (1964-1986)*. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: Fabico/UFRGS, 2001.

²² A visão da Igreja sobre os meios de comunicação naquele momento pode ser compreendida a partir do decreto *Inter Mirifica*, segundo dos dezesseis documentos do Vaticano II, aprovado no dia 4 de dezembro de 1963. Nele, a Igreja reconhece a função social da informação, dando preferência à escolha livre e pessoal em vez do incentivo às práticas de censura e restrição de conteúdo praticadas ao longo da história do catolicismo. Cf.: SOARES, Ismar de O. *Do santo ofício à libertação*. São Paulo: Paulinas, 1988, p. 98.

mais recente “revolução industrial” no Brasil faz com que a Igreja, de um lado, mova tentativas de renovação ideológica integrada ao trabalho pastoral, e de outro, trabalhe na implementação de estratégias de modernização institucional.²³ Sem os ventos renovadores trazidos pelo Concílio, dificilmente editoras como a Vozes e a Paulinas teriam possibilitada a estratégia de publicar conteúdos e abordagens não-confessionais.

Contudo, essa mudança não se dá sem problemas. Ao produzirem bens culturais em escala industrial, as editoras enfrentam dificuldades tanto de origem interna, inerentes ao processo de modernização de qualquer empresa (racionalização do trabalho, estandardização da produção, exigência das margens de rendimento, etc.), como externa, advindas das pressões de setores conservadores da Igreja e do próprio público, acostumado a identificar nas obras publicadas a voz da sacristia. “Esses problemas obrigam as congregações a repensarem seu papel no seio da cultura, a definirem os limites éticos de sua produção em contraposição às exigências do mercado e a adequar o sentido de vocação à nova divisão social do trabalho.”²⁴

Rainha também enfrenta problemas ao implementar uma estratégia similar durante a reforma editorial de Pe. Lauro Trevisan. A partir da entrada do editor, em 1961, o mensário palotino reconfigura-se numa revista de informação e entretenimento, com destaque para matérias de comportamento, reportagens sobre assuntos atuais, entrevistas com personalidades, moda, culinária, saúde, etc. As temáticas especificamente católicas que outrora ganhavam espaço privilegiado praticamente desaparecem, cedendo espaço a valores da chamada “cultura de massa” e enquadrando o aspecto religioso num certo formato adequado à nova concepção. O periódico deixa de ser uma revista especificamente católica, para tentar traduzir uma outra forma de espiritualidade, menos dogmática e mais prática, relacionada à busca por uma vivência mais harmoniosa e adaptada à realidade dos

²³ DELLA CAVA, Ralph & MONTERO, Paula. *E o verbo se fez imagem. Op. Cit.* p. 169.

²⁴ *Ibid.* p. 181.

novos tempos. Isso provoca reações por parte dos próprios palotinos, que não vêm com bons olhos a onda de mudanças trazidas pela reforma. Lauro Trevisan critica suas posições em vários artigos de sua autoria publicados no boletim *Infomações Palotinas*, veículo voltado aos integrantes da Província Nossa Senhora Conquistadora, que reúne os padres e irmãos da Sociedade do Apostolado Católico no Rio Grande do Sul. No artigo “*Rainha* recebeu a maior impressora do Brasil”²⁵, Pe. Lauro lança mão do feito para invocar seus colegas palotinos a contribuírem com a revista e aproveita para contestar o argumento de que *Rainha* não apresenta assuntos religiosos.

Sei que alguns vão dizer que a revista não apresenta muita religião. Acontece que nós aqui ficamos num dilema: ou fazemos uma revista tipicamente de religião e, nessa base, só poderemos atingir aos que freqüentam a Igreja todos os domingos (e não são por isso os que mais precisam da palavra de Deus), ou sofisticamos a revista procurando, antes de fazer propaganda da Religião, dar uma resposta cristã aos problemas da atualidade. A verdade é que as revistas populares religiosas ou morrem ou estão definhando²⁶.

O editor justifica o aperfeiçoamento constante como uma forma de manter “o produto em cima da onda, caso contrário acabamos ficando comendo poeira na curva da estrada, como tem acontecido com tantas revistas e jornais católicos do Brasil.”²⁷

O discurso de Lauro Trevisan em *Infomações Palotinas* faz sentido ao compararmos as estratégias modernizadoras de *Rainha* ao rumo tomado por outras revistas religiosas na época. Se as editoras católicas alcançaram considerável sucesso, colocando algumas delas em posição de destaque no mercado nacional tanto pela vendagem como pela repercussão social de alguns de seus títulos, o mesmo não se pode dizer do conjunto de jornais, revistas e demais periódicos católicos. Paula Montero chama a atenção para o fato de que a imprensa católica, de uma forma geral, não conseguiu acompanhar o processo de modernização do campo jornalístico, uma vez que sua expressão se dava a partir de pequenos mensários e semanários de circulação restrita. Ela cita o exemplo de periódicos

²⁵ INFORMAÇÕES PALOTINAS, maio de 1974, nº 02, p. 28-9

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

como *Pulsando* e *O São Paulo*, que operavam atrelados à estrutura diocesana, com restrita autonomia, falta de recursos financeiros e equipe reduzida²⁸. A exceção à regra parece ser dos veículos regidos por ordens e congregações, os quais, segundo a autora, ainda não tiveram sua participação suficientemente dimensionada no quadro da imprensa católica do período por estudos que se aprofundassem na questão. Daí a importância de se estudar casos como o de *Rainha*, periódico palotino²⁹ que monta uma estratégia alternativa àquela partilhada pela imprensa católica de maneira geral para engajar-se ao compasso modernizador do restante dos veículos do país.

A exemplo das editoras católicas, *Rainha* monta sua trajetória de sucesso sob duas égides: a diversificação temática e a melhoria geral do padrão de qualidade. A gestão de Lauro Trevisan transforma completamente o modo da revista se inserir na sociedade, tanto pela repercussão de seu considerável aumento na tiragem, que passa a ganhar presença inclusive em lares não-católicos, como pela nova postura que passa a exprimir face ao mundo.

a) as fases da mudança

Só é possível compreender o âmbito das transformações impulsionadas por Pe. Lauro Trevisan em *Rainha* levando em conta a caracterização da revista pré-reforma. O que temos antes de 1960 é “outra” revista, que reflete uma diferente concepção de Igreja e de como essa instituição deveria dirigir-se à sociedade através de um veículo de comunicação, no caso, uma revista pertencente a uma congregação de padres no interior do Rio Grande do Sul. Desse modo, só é possível traçar um panorama das transformações

²⁸ DELLA CAVA, Ralph &. MONTERO, Paula. *E o verbo se fez imagem. Op. Cit.* p. 215.

²⁹ A Sociedade do Apostolado Católico, fundada na Itália por São Vicente Pallotti na primeira metade do século XIX, chega ao Brasil ainda em 1886, tendo sua primeira missão instalada em Vale Vêneto, localidade próxima a Santa Maria-RS. De lá se espalha para todo o país, alcançando grande penetração sobretudo no Paraná e no Rio Grande do Sul. Vale Vêneto também é palco para a fundação da revista *Rainha*, que nasce com o nome *Regina Apostolorum*, em 1923, junto ao primeiro seminário de formação vocacional dos palotinos no Brasil. Cf.: BONFADA, Genésio. *Os palotinos no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Pallotti, 1991. IOP, Rafael (org.) *Vicente Pallotti e a sua obra. s/local: Pallotti, 1936.*

movidas pelo editor a partir de uma perspectiva que considere a forma de ser de *Rainha* nos anos 50, antes dela deixar de ser “dos Apóstolos”.

Antes das reformas, o principal objetivo do periódico era claramente o de evangelizar, formatando o público a um código especificamente religioso. As temáticas eram bastante ligadas à perspectiva do mundo pré-conciliar, com postura combativa às idéias progressistas e às ideologias não-católicas e seculares. Os assuntos “do mundo” eram colocados em segundo plano, ou até mesmo, rejeitados, face às abordagens mais espirituais. Sobreviviam algumas matérias de cunho geral, receitas, dicas para o lar, histórias infantis e lendas. O culto à Maria, orações, graças alcançadas e notícias sobre a Igreja e a congregação eram temáticas constantes neste período. Dava-se grande ênfase à formação de palotinos, com diversas matérias dedicadas à ordenação e aos jubileus de sacerdotes, à profissão de fé de irmãos religiosos e às atividades do apostolado leigo. As capas mostram, basicamente, imagens de Nossa Senhora, da Sagrada Família e de santos da Igreja Católica.

A entrada de Lauro Trevisan reflete um interesse claro em mudar a revista. Ao contrário de seus antecessores, ele irá consolidar um perfil editorial próprio, introduzindo transformações que irão repercutir no crescimento da tiragem e na conseqüente ampliação do público leitor.

Em fins de 1960, quando assumi a *Rainha*, tinha 26 anos de idade e uma gana danada de fazer uma revista de projeção. Este negócio de ir levando na base do feijão com arroz não era comigo. Por isso, nada ou pouco me agradava da *Rainha*. Achava-a parada no tempo e no espaço. Uma ilustre desconhecida.³⁰

Num primeiro momento, especificamente de 1961 a 1968, a reforma é mais tímida, ainda bastante limitada pelos poucos recursos técnicos. O primeiro grande impacto se dá já na primeira edição de *Rainha* dos Apóstolos no comando de Trevisan, em março de 1961, com a mudança do formato pequeno (16x32) para o grande (23x32) – tamanho padrão de

³⁰ RAINHA. n° 500. Santa Maria: Pallotti, abr. 1973. p.52.

revistas de informação da época, como *O Cruzeiro* e *Manchete*. Até 1967, *Rainha* permanece tipográfica, impressa em P&B, com algumas páginas em duas cores. Depois ela passa a ser impressa pelo sistema off-set, com capa em quadricromia e papel couché. A diagramação assume tonalidades mais atrativas, passando a dar maior destaque à fotografia conforme os recursos técnicos iam avançando. Neste sentido, também se introduz um projeto gráfico mais consistente, com a pluralização dos elementos visuais (fios, ilustrações, quadros, destaques, retículas, etc.).

Uma das ações mais marcantes neste primeiro momento é a retirada do termo “dos Apóstolos” do título da revista, que passa a se chamar simplesmente *Rainha*. Isso revela a intenção das mudanças implementadas na política editorial, que deixa de lado a visão de um leitor essencialmente católico para tentar atrair também um público não-católico, afastando-se da caracterização tipicamente religiosa³¹.

Na primeira fase da reforma (década de 60), ela ainda permanece presa a alguns elementos anteriores, como a seção de graças alcançadas, mas expande consideravelmente a presença de temáticas não-católicas. As imagens sacras praticamente desaparecem, em lugar delas surgem desenhos de paisagens, fotos de crianças, mulheres, famílias. As capas e as ilustrações são bastante rudimentares, condicionadas pelas limitações técnicas: não podemos esquecer que o sistema de impressão ainda era a tipografia, com as imagens reproduzidas através de clichês. Contudo, a proposta já não é mais a mesma, voltando-se à veiculação de ilustrações com finalidades estéticas e informativas.

Num segundo momento, a partir de 1969, as transformações irão se intensificar, com a sensível melhoria das técnicas de impressão e a adoção de um novo projeto gráfico, bem como a constante introdução de temáticas pertencentes à chamada “cultura de massa”.

³¹ A iniciativa de eliminar a vinculação religiosa no título de uma revista também será tomada, em 1969, pelo Frei Clarêncio Neotti, editor da *Revista Católica de Cultura Vozes*, que retira o termo “Católica” e passa a se chamar somente *Revista de Cultura Vozes*. Cf.: DELLA CAVA, Ralph &. MONTERO, Paula. *E o verbo se fez imagem. Op. Cit.*

Em 1972, *Rainha* muda de tamanho, deixando de ter o formato grande (23 x 32), similar às revistas *O Cruzeiro* e *Manchete*, para se apresentar num tamanho menor (20,5 x 27,5), que passa a ser padrão para as revistas do país, a exemplo de *Veja*. O novo projeto gráfico amplia ainda mais as inovações alcançadas durante a primeira fase da reforma, introduzindo cores nas páginas de *Rainha*. A impressão das fotografias também se torna mais nítida, graças à aquisição de modernas impressoras, à melhoria na qualidade do papel, e sobretudo, à conquista de um conhecimento técnico especializado.

b) diversificação temática e linguagem

O editor trabalha tendo como foco a família como um todo. Para atender a um público generalista, a revista precisava chamar a atenção de todos os membros, devendo veicular assuntos que interessassem os pais, as mães, os idosos e as crianças. Segundo Trevisan, os adultos seriam atingidos com o conteúdo informativo, em matérias de comportamento (psicologia, pedagogia, medicina, religião, etc.), entrevistas com personalidades e entretenimento. As mulheres, especificamente, ganhavam seções de moda, beleza e dicas para o lar. Para as crianças, a editora passa a oferecer a assinatura de revistas em quadrinhos – *Piazito* (1971), para o público infantil, e *Frik e Frok* (1973), para o público adolescente – e encartes com as historinhas na própria *Rainha*. Havia também o suplemento *Rainha Jovem* (1969), inserido no corpo da própria revista, com testes de vestibular, matérias de comportamento voltadas à faixa etária, letras de música e as famosas fotonovelas. Outra publicação da Editora *Rainha* é a revista *Santa Maria* (1973), que circula entre 1973 e 1977, com conteúdo informativo voltado especificamente à cidade, distribuição gratuita e tiragem de 20.000 exemplares. O lançamento de outras revistas e suplementos representa uma estratégia de buscar novos públicos com a segmentação dos interesses e uma forma de financiar o próprio investimento em máquinas

e funcionários com os ganhos na comercialização dos produtos e venda de espaços publicitários.

Um tema de destaque, que também contribuía para *Rainha* alcançar público, eram as matérias com artistas do *star system* nacional. Atores e atrizes da telinha, cantores de sucesso, músicos da jovem guarda e artistas em geral são os personagens preferenciais, quase sempre retratados na capa, guardando evidente contraste com as figuras religiosas veiculadas antes das reformas. Ronnie Von, Eva Wilma, Marília Pêra, Roberto Carlos, Vanderléa, Clara Nunes, Tarcísio Meira são alguns dos rostos que adornam as páginas de *Rainha* nas edições do final da década de 60 e início da de 70, auge da tiragem da revista. O culto aos famosos, ou olimpianos³², como prefere Morin, é um dos elementos fundamentais da cultura de massa. Em *Rainha*, a presença das personalidades insere a revista nesta perspectiva, afastando-a ainda mais dos ideais católico-evangelizadores e aproximando-a da mídia em consolidação no Brasil.

A linguagem era também um fator importante, que variava conforme a segmentação dentro das seções da revista. No conteúdo informativo, adotava-se uma linguagem jornalística, enquanto nos setores voltados ao público jovem, buscava-se um texto mais coloquial e munido de gírias. Adequando-se a cada leitor imaginado dentro do veículo, os mecanismos de linguagem tentam travar um diálogo com o usuário, configurando um ambiente propício à assimilação de idéias. A nova forma de expressar o conteúdo também representa um afastamento do discurso religioso e de seu campo semântico, adotando uma linguagem mais apropriada a um veículo que pretende atingir um público massivo.

c) modernização do processo produtivo

³² MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX*. Vol 1. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

As reformas promovidas por Lauro Trevisan pressupõem uma remodelação no processo produtivo da revista, afastando-a ainda mais do caráter “artesanal” de seus primórdios. A exemplo de editoras católicas que ampliaram sua abrangência a partir da década de 60 com a diversificação temática, *Rainha* também parte para uma constante profissionalização de sua equipe e aperfeiçoamento de sua produção. Do mesmo modo, a revista *Família Cristã*, referência em periódico católico no país, caminha no sentido de buscar um maior grau de aperfeiçoamento do processo produtivo, com a impressão confiada a Editora Abril, a diagramação entregue nas mãos de um profissional, a gradativa qualificação das irmãs paulinas e o ingresso de jornalistas profissionais leigos na redação³³.

Rainha também profissionaliza sua redação, composta apenas por padres palotinos antes de 1961, ampliando consideravelmente o papel do leigo. Nos primeiros anos após o ingresso de Trevisan, a equipe continua extremamente limitada pela falta de recursos financeiros e técnicos, concentrando praticamente todo o processo produtivo nas mãos do editor. Aos poucos entram em cena os colaboradores, desta vez, leigos de diversas áreas de atuação que escreviam artigos para a revista, e finalmente, os redatores e demais profissionais de cada setor.³⁴ Além da ampliação no número de funcionários, registra-se também a segmentação da equipe em setores como paginação, arte, redação, divulgação e correspondência, além dos setores comercial e administrativo. Destaca-se também o trabalho de Manoel Damásio, o “repórter das estrelas”, correspondente de *Rainha* no Rio de Janeiro, que era responsável pela produção das matérias com artistas e personalidades nacionais.

³³ DELLA CAVA, Ralph &. MONTERO, Paula. *E o verbo se fez imagem. Op. Cit.* p. 191.

³⁴ Em 1973, apenas três padres eram mencionados no expediente de *Rainha*, enquanto o número de funcionários leigos registrados chegava a 66. Cf.: *INFORMAÇÕES PALOTINAS*. Santa Maria: Pallotti, nº 06, dez 1973.

Gradativamente, intensifica-se o processo de modernização editorial. A introdução do sistema de impressão em off-set, em 1969, a ampliação do parque gráfico e a contratação de um profissional para o planejamento gráfico possibilitam novas conquistas rumo a um padrão de apresentação visual. Lauro Trevisan busca em São Paulo, na Editora Abril, a parceria que irá garantir a equiparação de *Rainha* ao nível de produção gráfica das revistas do eixo econômico do país, com o trabalho de Benedito Veloso, na época diagramador de *Capricho* e *Contigo*. O talento de Veloso é essencial para a melhor organização do material publicado, criando uma aparência moderna com o uso de linhas, cores e muita fotografia, e consolidando na diagramação um forte atrativo para os leitores.

Rainha adquire modernos maquinários de composição, dobradeiras, impressoras e grampeadoras. Destacam-se a impressora bicolor Mann e a offset a quatro cores Planeta Variant, adquiridas através do financiamento de instituições da Igreja alemã. Quando esta chega a Santa Maria, em 1974, é anunciada como “a maior impressora do Sul do Brasil”, uma vez que naquele momento só existiam na época duas máquinas similares no país, uma em Salvador e outra, no Rio de Janeiro. As editoras católicas também expandem sua capacidade de produção com a modernização de seu aparato tecnológico, que incorpora, com defasagem de alguns anos em relação ao setor empresarial leigo, as facilidades à importação de maquinário garantidas pelo governo. Da mesma forma que *Rainha*, em 1973, as edições salesianas renovam seu equipamento gráfico, ainda na década de 60, com ajuda de instituições católicas estrangeiras como Adveniat e Misereor³⁵. Para rentabilizar o setor editorial e garantir retorno aos investimentos, muitas das casas editoriais aproveitam o alto desempenho do maquinário e o desenvolvimento de pessoal especializado para

³⁵ DELLA CAVA, Ralph &. MONTERO, Paula. *E o verbo se fez imagem*. Op. Cit. p.182.

prestar serviços gráficos a outras empresas e clientes³⁶, exemplo que *Rainha* também segue.

Desde a fundação de *Rainha*, a venda das revistas era feita totalmente pelo sistema de assinaturas, de caráter apostólico e intermediada através dos “zeladores”. Lauro seculariza este sistema, o que antes era missão religiosa em relação comercial, inclusive mudando a denominação “zelador” para “representante”. Estes passam a receber comissão por número de assinaturas vendidas, ganham brindes da Editora e participam de congressos de motivação promovidos por Pe. Lauro. O grande salto na tiragem só se torna possível graças a estes incentivos. Em apenas um ano, de 1972 para 1973, o número de representantes em todo o Brasil salta de 1.092 para de 4.573, fazendo com que a tiragem da revista alcance o recorde de 150.000 exemplares.

Contudo, o fato de *Rainha* ser um veículo regional e de abrangência nacional complicava a obtenção de financiamento publicitário. Durante algum tempo a Editora manteve uma representação comercial em São Paulo, viabilizando o estabelecimento de contratos de anúncios com empresas do porte da Varig e do Instituto Universal Brasileiro, além de empresas locais e regionais que contatavam o setor comercial da revista, em Santa Maria. Apesar do esforço em inserir publicidade em suas páginas, a presença de anúncios em *Rainha* era pequena se analisada quanto ao espaço total ocupado comparado ao de outras revistas.

Após alcançar um desenvolvimento acelerado no início da década de 70, *Rainha* estabiliza sua tiragem a partir de 1974, fixando-a em aproximadamente 70.000 exemplares mensais. Mesmo com a tiragem reduzida, Lauro Trevisan garante que a revista se encontrava em boas condições financeiras no momento de sua saída da direção de *Rainha*, em 1977. Contudo, a percepção de seus superiores não parece ser a mesma, uma vez que o

³⁶ DELLA CAVA, Ralph &. MONTERO, Paula. *E o verbo se fez imagem. Op. Cit.* p.182.

comando provincial acaba por decidir, naquele ano, pela transferência da revista para Porto Alegre, onde permanece até hoje. Lá ela irá reduzir sua tiragem a parâmetros similares aos anteriores à reforma editorial, retomando um perfil evangelizador, mais comprometido com a difusão do ideário católico-palotino e reenquadrado aos novos rumos da Igreja.

Considerações finais

Ao longo de 16 anos como editor da revista *Rainha*, Lauro Trevisan amplia consideravelmente o maquinário e o patrimônio da revista; obtém melhor qualidade gráfica com a mudança do processo de impressão tipográfica P&B para o *offset* a quatro cores, a modernização do processo de composição e a reforma na diagramação; inaugura uma nova redação e livraria em prédio próprio, no centro da cidade; aumenta a tiragem em mais de 1300%, incrementando praticamente na mesma ordem o cadastro de assinantes; constitui equipe de funcionários leigos para a revista; promove a autonomia financeira em relação à mantenedora e estrutura *Rainha* em torno de uma organização empresarial, viabilizando-a economicamente.

O mensário palotino segue, desse modo, o exemplo de outras revistas do país, que expressam em sua modernização o anseio de buscar novos públicos e firmar sua participação no mercado. Em *Rainha*, isso se expressa pela tentativa de extrapolar as fronteiras de um veículo religioso, criado especificamente para evangelizar e doutrinar seus leitores. De fiéis, estes passam a ser encarados como consumidores, sendo considerados em seus anseios e interesses nas páginas da revista. O acirramento de uma postura essencialmente voltada ao leitor demonstra a materialização da tendência de relacionar cada vez mais os projetos editoriais dos veículos a um perfil mercadológico, característica central da moderna imprensa brasileira.

Bibliografia

- ABREU, Alzira A. de. (org.) *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- _____. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- ANDRADES, Marcelo F. de. *Do claustro à universidade: as estratégias editoriais da Editora Vozes na gestão de Frei Ludovico Gomes de Castro (1964-1986)*. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: Fabico/UFRGS, 2001.
- AQUINO, Maria A. de. *Censura, Imprensa, Estado Autoritário (1968-1978)*. Bauru: Edusc, 1999.
- BONFADA, Genésio. *Os palotinos no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Pallotti, 1991.
- IOP, Rafael (org.) *Vicente Pallotti e a sua obra*. s/local: Pallotti, 1936.
- BRAGA, José Luiz. *O Pasquim e os anos 70*. Brasília: Ed. UNB, 1991.
- DELLA CAVA, Ralph &. MONTERO, Paula. *E o verbo se fez imagem: Igreja Católica e os Meios de Comunicação no Brasil (1962-1989)*. Petrópolis: Vozes, 1991.
- IANNI, Octavio. *A idéia de Brasil moderno*. São Paulo: Brasiliense, 1992.
- MIRA, Maria C. *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d'água/Fapesp, 2001.
- MOREIRA, Roberto S. C. *A revista Realidade e o processo cultural brasileiro dos anos 60*. In.: MOUILLAUD, Maurice & PORTO, Sérgio D. (org.) *O jornal – da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX*. Vol 1. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- MOTA, Carlos G. *Ideologia da Cultura Brasileira (1933-1974)*. São Paulo: Ática, 1977.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: Cultura Brasileira e Indústria Cultural*. 5 ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

RIDENTI, Marcelo. *Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da TV*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SOARES, Ismar de O. *Do santo ofício à libertação*. São Paulo: Paulinas, 1988.

Os sujeitos-leitores dos semanários: historicidades, memória e heterogeneidades

Aline Fernandes de Azevedo ¹

Resumo: Este artigo visa apresentar algumas considerações presentes na pesquisa de recepção *Os sujeitos-leitores dos semanários: jornalismo político, heterogeneidades e negociação de sentidos*², procurando refletir sobre o papel do discurso jornalístico na contemporaneidade através da análise dos discursos de seus leitores. Para tanto, utilizamos alguns conceitos centrais em Análise do Discurso, tais como intradiscurso, memória e heterogeneidades discursivas, para traçar as regularidades presentes nos discursos dos sujeitos-leitores e, através delas, reconhecê-los como sujeitos sócio-históricos, heterogêneos e capazes de negociar e (re)criar sentidos.

Palavras-chave: Jornalismo; pesquisa de recepção; Análise do Discurso; discurso jornalístico; sujeito-leitor.

Introdução: para entender a pesquisa

Antes de iniciar quaisquer análises ou considerações, mostra-se indispensável esclarecer alguns pontos sobre a pesquisa de recepção *Os sujeitos-leitores dos semanários: jornalismo político, heterogeneidades e negociação de sentidos*. Tendo em vista seu principal objetivo, (re)conhecer e compreender os leitores dos semanários de assuntos gerais e atualidades *Veja e Época*, a pesquisa foi construída em duas fases distintas: primeiramente foi efetuada a análise de exemplares dos semanários durante o embate presidencial de 2002 para, posteriormente, realizar uma pesquisa de campo empírica que captasse os discursos de seus sujeitos-leitores. Para tanto, adotamos a diversidade de métodos, que combinam formas quantitativas e qualitativas na

¹ Graduada pela UNESP – Universidade Estadual Paulista em Comunicação Social e Jornalismo. Atualmente é aluna de pós-graduação em nível de mestrado em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da USP, sob a Orientação da Prof. Dr. Maria Aparecida Baccega.

² .As reflexões expostas aqui fazem parte de minha pesquisa de mestrado.

composição dos procedimentos metodológicos. Klaus Jensen³ propõe estudos multimetódicos que utilizem a triangulação de métodos, ou seja, um tripé que sustente a coleta de dados e as análises do objeto de estudo. De fato, recorreremos ao método de pesquisa quantitativa, ao método qualitativo e à Análise do Discurso de linha francesa como orientação na busca pelo outro lado da relação comunicativa, o lado ainda obscuro: o ponto de vista do receptor.

Dessa forma, o primeiro ponto que se impõe esclarecer diz respeito ao legado teórico que baliza a investigação: partimos da necessidade de empreender trabalhos que abordem o pólo de recepção sem omitir o produto proveniente da emissão, ou seja, a materialidade dos discursos das revistas de assuntos gerais e atualidades *Veja* e *Época*. Apesar da pesquisa aqui apresentada ter empenhado esforços nas análises desses produtos midiáticos, não os colocaremos em discussão nesse artigo, pois entendemos que as publicações tem sido objeto de estudo de inúmeras pesquisas conhecidas e divulgadas no meio acadêmico. De fato, apresentaremos aqui análises dos discursos de seus receptores, obtidos através da pesquisa qualitativa e tendo como base teórica o desenvolvimento das pesquisas de recepção advindas das contribuições dos estudos culturais e de importantes nomes que abordam o cotidiano como local de consumo e produções de sentidos.

É importante esclarecer que a pesquisa quantitativa realizada, apesar de não ser o objeto desse artigo, foi fundamental para um primeiro (re)conhecimento desse sujeito-receptor, servindo de base na construção do roteiro que guiou a pesquisa qualitativa realizada através de entrevistas. De fato, as entrevistas semi-estruturadas procuraram captar a opinião dos entrevistados em relação aos semanários, bem como sua capacidade de discernir e filtrar as informações comunicadas pelas revistas.

³ .JENSEN, Klaus B.,ROSENGREN, Karl. Five traditions in search of the audience. **European journal of communication**, v. 5, n 2-3, jun. 1990.

Dessa forma, cientes da problemática da técnica da entrevista, da desigualdade de posições entre entrevistador e entrevistado, não tentaremos dissimular, “sob a máscara de reciprocidade e de liberdade de fala, a hierarquia e a monopolização do saber” (THIOLLENT, 1980, p.83). O aspecto institucional que envolve o entrevistador e o entrevistado deve ser levado em conta, tentando amenizar possíveis intimidações com estratégias simples, tais como: adotar um modo simples de vestir-se, uma linguagem cotidiana e iniciar a entrevista com um assunto comum para deixar o entrevistado mais à vontade, etc.

Tendo em vista as vantagens, bem como os problemas que a utilização da técnica de entrevista possa acarretar, selecionamos 10 sujeitos de diferentes níveis sócio-econômicos e optamos por dividi-los em 3 grupos:

- a) níveis sócio-econômicos A1, A2, B1 e B2: uma mulher de 38 anos residente em um condomínio fechado de alto padrão; um casal de professores de uma faculdade particular da cidade e residentes em um sobrado do centro da cidade; uma senhora de 62 anos, moradora de um confortável apartamento na região central;
- b) nível sócio-econômico C: um homem morador do bairro Jardim Santa Felícia e uma mulher residente no bairro central;
- c) níveis sócio-econômicos D e E: um casal de moradores do bairro Jardim Santa Felícia e dois sujeitos residentes no Jardim Cidade Aracy 1, zona mais pobre e marginalizada da cidade;

É importante frisar que os indivíduos foram selecionados tendo em vista o critério de representatividade social. Tendo captado o discurso desses sujeitos, realizamos as análises com base nos preceitos da Análise de Discurso de linha francesa, tal como apresentaremos aqui.

1. História e intradiscursos: margens teóricas

“O silêncio não é a ausência de palavras. Impor o silêncio não é calar o interlocutor mas impedi-lo de sustentar outro discurso. Em condições dadas, fala-se para não dizer (ou permitir que se digam) coisas que podem causar rupturas significativas nas relações de sentido. As palavras vêm carregadas de silêncios.”⁴

Assim como o contexto imediato da enunciação faz parte da produção discursiva, o contexto amplo, composto pela historicidade, atravessa o discurso em pontos que se convencionou chamar interdiscurso. O interdiscurso aparece, desta maneira, no interior do discurso sob a forma da memória, ou seja, “como aquele que fala antes, em outro lugar, independentemente”⁵. É como se, na ordem do discurso, os eventos históricos aparecessem através de lembranças fragmentadas, trazidas à tona nos enunciados tanto pela recorrência quanto pela anulação ou queda. A memória discursiva se realiza, dessa forma, graças ao pré-construído, aos discursos cristalizados, denominados por Foucault ‘discursos fundadores’, ao “já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra”⁶. “O fato de que há um já-dito, que sustenta a possibilidade mesma de todo dizer, é fundamental para se compreender o funcionamento do discurso, a sua relação com os sujeitos e com a ideologia”⁷, tal qual nos demonstrou Courtine:

“Aos lingüistas que consideram o sujeito falante como sujeito-origem, pleno e sem memória, as teses sobre a existência histórica e material das ideologias lembravam a eles que há sempre já um discurso, ou seja, que o enunciável é exterior ao sujeito enunciator”⁸

Assim, foi Pêcheux quem primeiro chamou a atenção para a necessidade de olhar o pré-construído em *L'inquiétude du discours*. Mais tarde, em 1984, Courtine

⁴ .ORLANDI, E. P. **As formas do silêncio**. Campinas: Editora da Unicamp, 1992, p.105.

⁵ .ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005, p.31.

⁶ .ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005, p.31.

⁷ .ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005, p.32.

⁸ .COURTINE, Jean-Jacques. O chapéu de Clémentis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. In: INDURSKY, F. FERREIRA, Maria Cristina L. **Os múltiplos territórios da Análise do Discurso**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 1999, p.18.

retoma a noção para explicitar a dinâmica discursiva, ou seja, a maneira pela qual a historicidade (o saber discursivo adquirido ao longo da história) se constitui no enunciado. Para ele, o enunciado é formulado tendo em conta dois eixos, um horizontal, que é composto pelo intradiscurso, e outro vertical que é o eixo das formulações. Os sujeitos utilizam-se do saber discursivo através da memória, que torna possível esses dizeres para esses sujeitos: “todo dizer se encontra na confluência dos dois eixos: o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). É desse jogo que tiram seus sentidos”⁹. Courtine também explicita as modalidades de constituição do interdiscurso na formulação do discurso: além do discurso relatado, as formulações-origem, durante seu trajeto, “transformam-se, truncam-se, escondem-se para reaparecer mais a frente, atenuam-se ou desaparecem, misturando inextricavelmente memória e esquecimento”¹⁰.

Nessa perspectiva, o não-dito passa igualmente a significar nas palavras dos sujeitos, pois só uma parte do dizível é acessível a ele. Quando o sujeito vem ao mundo já encontra a história seguindo seu curso ininterrupto sendo, portanto, para ele, impossível apreendê-la completamente. Surgem os esquecimentos que, segundo Pêcheux, podem ser descritos como da ordem da enunciação, ou seja, ao falarmos o fazemos de um modo e não de outro, e o esquecimento ideológico, que pertence à instância do inconsciente e resulta do modo pelo qual somos afetados pela ideologia. O esquecimento ideológico reflete, dessa maneira, o sonho adâmico, ou seja, do homem como origem da linguagem quando, ao contrário, todo dizer é retornar ao já-dito:

“Por isso é que dizemos que o esquecimento é estruturante. Ele é parte da constituição dos sujeitos e dos sentidos. As ilusões não são defeitos, são uma necessidade para que a linguagem funcione nos sujeitos e na produção de sentidos. Os sujeitos esquecem que já foi dito – e este não é um esquecimento voluntário – para, ao se identificarem com o que dizem, se constituírem em sujeitos. É assim que suas

⁹ .ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005, p.33.

¹⁰ .COURTINE, Jean-Jacques. O chapéu de Clémentis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. In: INDURSKY, F. FERREIRA, Maria Cristina L. **Os múltiplos territórios da Análise do Discurso**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 1999, p.19.

palavras adquirem sentidos, é assim que eles se significam retomando palavras já existentes como se elas se originassem neles e é assim que sentido e sujeito estão sempre em movimento, significando sempre de muitas e variadas maneiras. Sempre as mesmas mas, ao mesmo tempo, sempre outras”¹¹.

2. Memórias do medo: ditadura e censura no imaginário do leitor

Diante da conceituação do interdiscurso, da memória e dos esquecimentos, observamos a maneira pela qual a historicidade se apresenta no interior do enunciado do sujeito-leitor. Um dos pontos mais latentes tem ligação, certamente, com a visível recorrência de aspectos negativos de um período histórico vivido pelos brasileiros de forma bastante dolorosa: a ditadura militar. Observemos como os cacós históricos desse período se fazem presentes:

“(…) A televisão puxa sempre sardinha pra um lado ou pro outro. Ou eles não podem falar, *porque é um pouco censurada a televisão*, né? *Eu acho que é um pouco censurado sim. Não como antigamente na época da ditadura, mas que existe um pouco existe. Acho que a ameaça continua e eles têm medo de falar.* A própria empresa não quer que publique, eu acho isso. A revista também acho que deve ser, né, porque escrita, deve ser pior. (...)”¹²

“(…) Acho que todos os meios de comunicação são tendenciosos, o que não impede que eu fique estarecida com tamanha crise política. Não acho que a *Veja* inventaria tantos fatos, apesar de reconhecer a violência com que trata o PT e o governo. A *Veja* é uma revista antiga, que possui um nome de bastante prestígio e que não colocaria sua legitimidade em jogo. A *Época* é uma revista mais ligth e por isso mesmo eu a prefiro como leitura. Uma revista que não deixa de mostrar o que está acontecendo sem ser pesada a leitura. *A sensação que eu tenho é que a televisão e a revista Época são um pouco censuradas. Não que exista um determinado departamento do governo para ir lá e ameaçar, como era na época da ditadura. Mas que eles se sentem assim, isso eles sentem.* (...)”¹³

De fato, ao resgatar a censura como aspecto atuante no jogo que se estabelece entre mídia e política, o sujeito da enunciação incorre no medo como efeito de sentido dominante, que atravessa o discurso em construções sintáticas como “acho que a

¹¹ .ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005, p.36.

¹² .Fala de Vera. O grifo é nosso.

¹³ .Fala de Maria Lúcia. O grifo é nosso.

ameaça continua e eles têm medo de falar”. O sujeito da enunciação utiliza a memória não só para questionar a postura da imprensa como também para resgatar o temor inerente à época da ditadura e rechaçar a censura e o autoritarismo. Dessa forma, fica evidente a maneira pela qual os cacos históricos irrompem no discurso desse sujeito-leitor, o constituindo como sujeito sócio-histórico e demonstrando que a historicidade afeta os sujeito de formas distintas, ao mesmo tempo em que é afetada por eles.

3. O discurso político no interior do discurso do leitor: entre a consciência política e a política desacreditada

Tendo em vista o equívoco, as falhas inerentes à língua e sua capacidade de fazer emergir a alteridade, de abrir espaço para a heterogeneidade constitutiva do discurso, observamos traços, marcas do interdiscurso político no interior do discurso do sujeito-leitor. Esse interdiscurso político, que emerge através de memórias fragmentadas, lembranças de um sujeito ao mesmo tempo assujeitado e atravessado pelo inconsciente sem deixar de ser criativo, estrategista em sua prática discursiva, aparece de formas distintas e tons diversos, convergindo em apenas um sentido apreendido: a política desacreditada, ou seja, o descrédito da política tradicional e dos partidos políticos.

Em contrapartida, a política desacreditada emerge nos discursos de nossos sujeitos-leitores efetuando efeitos de sentidos diversificados. Observemos os trechos abaixo:

“(…) As revistas são tendenciosas sim, principalmente a *Veja*. Elas colocam a esquerda como incompetente e corrupta. Não que eu negue a existência de caixa dois, de desvio de dinheiro, do valérioduto e tudo mais. *Mas eles estão defendendo o interesse dos ricos. Para eles a esquerda e os pobres são incompetentes*. Eles querem distância de nós pois para eles pobre é sinônimo de violência, de falta de cultura. Eles

riem de nós, acham que nossa cultura, nossas músicas são lixo, que nossa poesia é pichação de malandro que não tem o que fazer. (...)”¹⁴

“(…) Nós sabemos que os políticos são corruptos mesmo. O jeito é fazer a nossa parte, né? Eu mesmo, sempre ajudo o pessoal da comunidade a pedir as coisas na Prefeitura. Nós até estamos fazendo um abaixo-assinado para pedir que eles terminem o asfalto aqui do bairro. E ano passado a gente se organizou para pedir uma creche que já está sendo construída. *Não dá pra deixar na mão de político corrupto não. A gente tem que fazer a nossa parte.* Se ficar esperando algum político ajudar vamos ver nossos filhos virando bandidos e nosso bairro virar ponto de droga. Temos que tentar melhorar nossa vida do jeito que dá. É uma questão de sobrevivência. Temos que ensinar nossas crianças, instruir nossos jovens porque quem sai perdendo é sempre o mais fraco. (...)”¹⁵

A descrença na política tradicional aparece, no discurso de seu Osvaldo, através da consciência política, da necessidade de lutar por melhorias para sobreviver. O conflito de classes se faz presente, fazendo com que essa consciência política adquira traços subversivos. A imagem da comunidade adquire força e é construída através do sentido de união como necessidade: muitas vozes podem mais do que apenas uma. A consciência política, a união da comunidade em busca de objetivos comuns, é atravessada pelo efeito de sentido de sobrevivência, de necessidade. O sujeito enunciador deixa transparecer um ‘ethos’ de protesto diante de seu tom de voz de denúncia, de quem não se conforma. A imagem do pobre é construída pelo enunciador sob o efeito de sentido de orgulho de sua história e de suas manifestações culturais. No próximo trecho, observamos a reafirmação do descrédito da política tradicional, marcada pelo questionamento da maneira como a política é tratada pelos semanários.

“(…) Eu acho assim, que eles fazem uma propaganda, muita coisa, que às vezes você fica duvidando se é aquilo mesmo que está acontecendo. É tudo muito exagerado. *Mas como de político você espera tudo, é melhor a gente achar que a revista tá falando uns 80% de uma verdade.* O Palloci mesmo que foi prefeito de Ribeirão e eu tenho dois filhos que moram lá e eles disseram que ele foi uma vergonha como prefeito. Então é uma pessoa que eu achava que ia ser um ótimo ministro, mas não, não é aquilo. O que eu estive pesquisando é que nos outros governos também existia isso, é que não foi assim, explorado como esse do PT. Eu acho que principalmente a Globo dirige muito isso. *Política é uma parte que eu não entendo, não quero entender e às vezes eu procuro ignorar, porque você não pode fazer nada, nem nunca você vai conseguir. Então você só vai ficar com raiva, ficar revoltado, de ver tanta coisa errada. Em todo lugar.* Hoje mesmo teve uma reunião aqui do condomínio e você vê tanta coisa errada.

¹⁴ .Fala de Osvaldo. O grifo é nosso.

¹⁵ .Fala de Osvaldo. O grifo é nosso.

Porque eu faço parte da comissão e é tanta coisa errada que você fica impotente parece que as outras pessoas não vêem o que você vê. *Tem que mudar isso. Tem que endireitar isso aqui.* Agora eu quero sair, porque não existem pessoas hoje confiáveis. Você fala alguma coisa e ela vai pra outra e fala 'a Nadir falou' e isso é muito chato. Como é que você vai fazer parte de uma coisa que não é sincera. É igual na política. (...)”¹⁶

O papel dos meios informativos no jogo político é explicitado pelo sujeito-leitor, que utiliza um tom de voz de desconfiança para construir o enunciado. Emerge o ‘ethos’ de um sujeito questionador, que coloca em dúvida tanto a informação veiculada pela mídia quanto o compromisso dos atores político, dos partidos e do próprio presidente Lula. Ademais, o sujeito da enunciação afirma, através de seus dizeres, a incapacidade de agir, de interferir no quadro político estabelecido.

De maneira diversa mais ainda sob a égide da política desacreditada, o próximo trecho nos é valioso para demonstrar as peculiaridades de um outro discurso, cujo sujeito, assim como dona Nadir, também pertence às classes mais favorecidas.

Observemos:

“(...) *A crise política é um fato.* O ano de 2005 foi marcado por escândalos, corrupção, desvio de dinheiro, CPIs. *Mas é certo que as revistas jogam como esses escândalos visando as próximas eleições.* Eu estou muito decepcionada com o Lula. Votei nele pela primeira vez na eleição passada e estou chocada com sua atuação como Presidente. *As melhorias sociais que todos tanto esperavam ficaram para depois. A desigualdade social persiste em assolar esse país e nós estamos de mãos atadas.* Você vê na televisão crianças passando fome, o tráfico de drogas tomando conta dos morros do Rio de Janeiro, é uma vergonha. Eu tenho dois filhos adolescentes e fico muito preocupada mesmo. A violência cresce a cada dia. E a educação então, nem se fala. Será que os políticos não percebem que a educação é a base de tudo? *Os jovens da periferia não tem acesso à educação, ficam à mercê da sorte, perdendo a juventude em bailes funks quando poderiam estar aprendendo algo produtivo na escola.* Acho que o PT chegou ao poder porque ninguém mais agüentava ver o nosso país tão violento, tão miserável.(...)”¹⁷

A crise política é relatada, no discurso do sujeito-leitor, como fato consumado que é utilizado pelos semanários com fins políticos. A consciência política emerge tanto pela imagem do jogo político onde a mídia tem papel central quanto pela presença da desigualdade social, apresentada pelo sujeito da enunciação como problema

¹⁶ .fala de Nadir. O grifo é nosso.

¹⁷ .dizeres de Maria Lúcia. O grifo é nosso.

estritamente político. Observe o apagamento: ao estabelecer a construção sintática “a desigualdade social persiste em assolar esse país e nós estamos de mãos atadas”, o enunciador situa o problema no âmbito estritamente político, excluindo qualquer responsabilidade de sua parte. Além disso, a educação tradicional é descrita como problema central dos jovens. A cultura da periferia, simbolizada no enunciado pelos bailes funks, é construída como inferior, como perda de tempo. Nesse mesmo parágrafo, a presença do substantivo “produtivo” é essencial. O sujeito da enunciação estabelece o lugar dos pobres na sociedade através desse vocábulo: produtivo, que produz, mão de obra. O discurso é atravessado pela voz do sujeito assujeitado exatamente nesse ponto, onde a ideologia da classe dominante emerge categoricamente.

Assim, a consciência política se faz presente no discurso do sujeito-leitor através do sentido de solidariedade e sua presença não exclui a voz do sujeito assujeitado que emerge através de uma falha, um lapso que permite ao discurso ser o local onde as diversas vozes operam, ora conflituosa, ora harmoniosamente. A reflexão sobre as diversas vozes que atravessam o discurso nos é válida na tentativa de (re)construir a identidade desse sujeito-leitor: atravessado por pedaços da história e, por isso, fragmentado, assujeitado pela ideologia dominante e, por isso, parte da luta de classes que se trava incessantemente através dos tempos. Sujeito inconsciente quando opera através do chiste, do ato falho, inconsciente do desejo daquilo que lhe falta e de sua condição de sujeito cindido, dividido. E é justamente esse inconsciente que torna possível o outro aspecto que o constitui, que prevê a consciência, a capacidade estrategista de seu ser, criativamente ativo e capaz de utilizar a linguagem com engenho.

O discurso jornalístico como discurso fundador: considerações finais

Tendo em vista a concepção nuclear para a Análise do Discurso de que o sentido é resultante do processo da enunciação, do jogo da linguagem, e que desse jogo fazem parte a história, as relações sociais e a própria linguagem na constituição dos processos de significação, podemos compreender melhor o papel do leitor na constituição dos sentidos: “os sentidos não estão presos ao texto, nem emanam do sujeito que lê, ao contrário, eles resultam de um processo de inter-ação texto/leitor”¹⁸. Observemos as reflexões de Mariani acerca dos leitores do discurso jornalístico:

“(…) acrescentemos à concepção de linguagem em jogo que nosso atento sujeito-leitor também é constituído por processos sociais e históricos, mas estes processos não são totalmente visíveis para ele. Ao ler, ao significar, um leitor mobiliza suas histórias de leituras, relacionando o texto lido a outros textos já conhecidos. Da mesma forma, pode correlacionar o que lê a si mesmo, à sua própria história pessoal, bem como ao momento histórico em que vive e ao contexto de produção da obra. Leitor e texto, portanto, vão se interpretando e se desvencilhando à medida em que a historicidade de ambos emerge no processo de leitura.”¹⁹

Dessa forma, a AD propõe um outro ponto de reflexão que questiona a noção de sentido literal estabelecendo a impossibilidade de tratar a linguagem como homogênea e una pois os sentidos não são dados a priori, são resultado desse jogo de linguagem: os sentidos devem ser analisados, portanto, em função do jogo de imagens e da correlação de forças presentes em dada formação social. Apesar disso, os sujeitos só conseguem apreender os sentidos como evidentes, ou seja, como algo natural que emerge do processo de leitura. Ocorre um apagamento dos elementos que fazem parte do processo de significação bem como da constituição histórica do próprio sujeito-leitor e esse silenciamento fundamental, esse processo ideológico tão elementar quanto a ilusão do sujeito como centro do discurso, produz, inevitavelmente, a ilusão da transparência da

¹⁸ .MARIANI, B. S. C. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico: a revolução de 30. In: INDURSKY, F. E FERREIRA, M. C. L. **Os múltiplos territórios do discurso**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 1999, p.106.

¹⁹ .MARIANI, B. S. C. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico: a revolução de 30. In: INDURSKY, F. E FERREIRA, M. C. L. **Os múltiplos territórios do discurso**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 1999, p.106.

linguagem. Dessa forma, discordar, concordar, repetir e/ou transgredir um sentido são mecanismos lingüísticos que expressam a luta pela materialidade dos sentidos: “o resultado final desse embate histórico e lingüístico é tanto ou a exclusão ou assimilação de certos sentidos, como também a cristalização de outros que podem vir a constituir a memória oficial dos acontecimentos”²⁰. Chegamos ao ponto essencial nas reflexões sobre o discurso jornalístico, ou seja, o discurso jornalístico tomado como memória oficial.

De fato, quando a entrevistada revela, em seu discurso, maneiras de dizer que se assemelham às formas enunciativas observadas nos semanários, em especial na revista *Veja*, depreendemos uma cumplicidade de valores. Observe-se o trecho:

“Por exemplo, teve uma matéria no jornal de domingo do Fernando Henrique falando da situação política do país que eu acho que deveria ser posto num painel. Porque ela faz uma análise crítica desse *Lula abençoado* que se omite na porta ao lado, não escuta, não ouve nada, uma coisa bárbara.”²¹

Através da expressão “Lula abençoado”, o sujeito da enunciação atua na contradição: o sentido beatificador do adjetivo é colocado em confronto com a imagem de um Lula omissor, instaurando novos sentidos. O sujeito enunciativo atua, desta forma, construindo uma imagem irônica de Lula, resgatando os sentidos decorrentes do discurso de *Veja* e enaltecendo o poder da revista de tudo ver. Depreende-se um efeito de sentido de cumplicidade com os valores do semanário: o sujeito da enunciação adota, tal qual o semanário, uma imagem pejorativa de Lula. Emerge o ‘ethos’ da convicção e da denúncia, de um sujeito que diz: eu não disse! A *Veja* não disse!

Finalmente, tendo em vista os esquecimentos e a memória, observamos que os semanários, em especial a revista *Veja*, passam a operar no nível dos enunciados

²⁰ .MARIANI, B. S. C. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico: a revolução de 30. In: INDURSKY, F. E FERREIRA, M. C. L. **Os múltiplos territórios do discurso**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 1999, p.109.

²¹ .Fala de Hermínia. O grifo é nosso.

fundadores. Seja fruto de uma legitimidade que se forja na aparente transparência da linguagem, seja obra de uma neutralidade ilusória, o discurso de *Veja* está presente no interior do discurso de seus leitores, implícita ou explicitamente, dando margem para se pensar o discurso midiático como uma nova ferramenta de construção da história, talvez até mais atuante do que o discurso histórico educacional, propagado em livros didáticos que contemplam apenas a história de heróis e reis. Ao contrário: o discurso jornalístico, ao incluir o homem ordinário, reforça seu estatuto de relato da realidade (sua ilusão referencial), robustece sua verdade e recorre em novos problemas, da ordem dessa falsa transparência da linguagem. O mais preocupante deles é, nessa perspectiva, o apagamento dos confrontos essenciais (no caso, direita x esquerda) e o esquecimento de seus discursos fundadores, o que pode, certamente, configurar reducionismos perigosos. Daí compreendemos as considerações de Courtine acerca das formulações-origem, tal qual ele denomina, sua tendência a “transformar-se, trincar-se, esconder-se para reaparecer mais a frente, atenuando-se ou desaparecendo, misturando inextricavelmente memória e esquecimento”²². Observemos as considerações do leitor sobre o discurso jornalístico:

“(…) As revistas publicam o que está acontecendo. Se elas só publicassem por interesse seriam tendenciosas e eu disse que elas não são. Então o que acontece: elas publicam o que está acontecendo. Então se está acontecendo, por exemplo, um referendo, ela publica. Compete a mim analisar porque isto está acontecendo, qual a importância disso no contexto atual, tem alguma importância, é vital pro país, é necessário, qual o peso disso na política ou na economia nacional ou no relacionamento internacional, qual o peso disso. Então compete a mim o aspecto crítico daquilo, é por isso que eu leio.”²³

No trecho explicitado acima dois aspectos devem ser ressaltados: o discurso jornalístico, especialmente o discurso das revistas, é apresentado pelo sujeito-leitor

²² .COURTINE, Jean-Jacques. O chapéu de Clémentis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. In: INDURSKY, F. FERREIRA, Maria Cristina L. **Os múltiplos territórios da Análise do Discurso**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 1999, p.19.

²³ .Fala de José.

como autêntico, verossímil e referencial, evidenciando a transparência da linguagem que permite a esses sujeitos, bem como a muitos cientistas sociais, tomá-los como documentos que retratam determinado período histórico; o apagamento do assujeitamento do sujeito pela ideologia, ou seja, o enunciador coloca-se como centro de seu discurso e responsável por seus dizeres. Dessa forma, a imprensa atua como elemento de constituição da memória oficial, tal qual retrata Mariani:

“O discurso jornalístico, em resumo, funciona desambigüando o mundo, constituindo modelo de compreensão da realidade. Daí seu caráter ideológico: por contribuir na construção das evidências, a imprensa atua no mecanismo de naturalização e institucionalização dos sentidos, apagando alguns processos históricos em detrimento de outros. A imprensa, então, ajuda a construir / desconstruir a memória histórica oficial num processo que para o leitor comum passa despercebido.”²⁴

Bibliografia

COURTINE, Jean-Jacques. O chapéu de Clémentis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. In: INDURSKY, F. FERREIRA, Maria Cristina L. **Os múltiplos territórios da Análise do Discurso**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 1999.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

²⁴ .MARIANI, B. S. C. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico: a revolução de 30. In: INDURSKY, F. E FERREIRA, M. C. L. **Os múltiplos territórios do discurso**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 1999, p.112.

JENSEN, Klaus B., ROSENGREN, Karl. Five traditions in search of the audience. **European journal of communication**, v. 5, n 2-3, jun. 1990.

MARIANI, B. S. C. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico: a revolução de 30. In: INDURSKY, F. E FERREIRA, M. C. L. **Os múltiplos territórios do discurso**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 1999.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005.

ORLANDI, E. P. **As formas do silêncio**. Campinas: Editora da Unicamp, 1992.

THIOLENT, Michel, J. M. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**: Editora Polis, 1980.

Análise Global de Periódicos Jornalísticos

Aline do Amaral Garcia Strelow ¹

Resumo: Este trabalho tem como objetivo propor uma estratégia metodológica para o estudo do jornalismo impresso. Contemplando as três etapas do processo comunicativo em mídia impressa, produção – publicação – consumo, pretende-se aliar as teorias do jornalismo a técnicas de investigação amplamente utilizadas em pesquisas em comunicação, como análise de rotinas de produção, de discurso e estudos de recepção. A reflexão é parte de tese de doutorado sobre jornalismo cultural da autora, ainda em andamento.

Palavras-chave: Jornalismo; Pesquisa em comunicação; Metodologia de Pesquisa; Teoria do Jornalismo; Jornalismo Cultural.

Introdução

Por registrar os acontecimentos do presente, o periódico jornalístico – seja ele um jornal ou uma revista, configura-se como um precioso documento de pesquisa. Através dele, é possível compreender o cotidiano de uma época, resgatar o contexto e a repercussão de determinado momento da realidade. Isso tudo, é claro, sob o ponto de vista do veículo pesquisado. E a própria ótica do periódico representa um reflexo do período em que foi publicado, levando-se em consideração seu posicionamento e sua localização.

Quando transformado em objeto de pesquisa científica, o periódico, tão definitivo e estanque, ao primeiro olhar, revela-se vivo e repleto de histórias a serem descobertas por detrás da palavra impressa. O jornalista, enquanto historiador do instante, interpreta os acontecimentos e não apenas os recita. As narrativas jornalísticas, mesmo tendo como norte a objetividade e a imparcialidade, são espaços de subjetividade. Mediador, o jornalista

¹ Jornalista. Doutoranda em Comunicação e Práticas Sócio-Políticas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Mestre em Comunicação pela mesma universidade.

imprime seu ponto de vista à notícia, mesmo quando não opina. Os estudos acerca da *filtragem* e das rotinas da profissão demonstram a característica hermenêutica do jornalismo.

Assim, ter como objeto de pesquisa o periódico jornalístico é um desafio. É uma opção temática e metodológica que suscita diferentes questionamentos, os quais, na maioria das vezes, não podem ser respondidos apenas com a existência física do objeto. Este trabalho, que é parte de minha tese de doutorado acerca do jornalismo cultural na contemporaneidade, propõe uma estratégia metodológica para o estudo de periódicos jornalísticos. Ele parte de minhas indagações em torno do objeto de pesquisa, Aplauso, revista de cultura publicada no Rio Grande do Sul. Para compreender a prática do jornalismo cultural na contemporaneidade, mostrou-se necessário enxergar o objeto em seus diferentes vieses, analisar todos os momentos do circuito comunicacional e suas mediações.

Embora seja claramente uma proposta metodológica, esta pesquisa não pretende, de modo algum, apresentar uma fórmula certa, a ser aplicada com sucesso a qualquer periódico jornalístico. Objeto multifacetado que é, exige um arsenal qualificado de ferramentas para sua análise. A metodologia mais adequada para o trabalho diz respeito não somente ao periódico em si, mas ao perfil do próprio pesquisador. Foi na busca pela melhor maneira de observar meu objeto que defini o paradigma e as técnicas utilizadas. Assim como não encontrei pronta uma combinação perfeita que se encaixasse em meu trabalho, entendo esta proposta como uma diretriz a ser problematizada a cada nova pesquisa que vier a utilizá-la. Trata-se de um ponto de vista metodológico que permite enxergar cientificamente esse objeto que, a cada piscar de olhos, apresenta sempre mais uma característica singular.

Proposta metodológica

O guia do olhar científico acerca do periódico escolhido tem muito a ver com a realidade do pesquisador, com sua relação com o jornalismo, em todas as esferas, e com o próprio objeto. No campo da comunicação, onde se insere este trabalho, alguns paradigmas são tradicionais e muitos outros surgem, respondendo a necessidades acadêmicas diante das mudanças políticas, sociais, econômicas e culturais, ou embaladas por modismos que morrem com o fim da estação.

A escolha deste paradigma define os rumos do trabalho investigativo e, de certa forma, direciona seu foco de análise. Acarreta a contemplação de alguns conceitos e o descarte, sem negligência, de outros. Isso porque a filiação, cega ou não, a uma área específica de estudos, significa a aproximação e a influência de autores, questionamentos e tendências que, de uma maneira ou de outra, afetam o resultado do trabalho. Não se trata de uma opção negativa ou arbitrária, mas necessária.

A presente pesquisa localiza-se, academicamente, no campo da comunicação, mas, mais especificamente, nos estudos de jornalismo. Tem como preocupação compreender a prática jornalística na contemporaneidade e o modo como ela se insere e se relaciona com as mudanças culturais em curso. Levando-se em consideração o circuito comunicacional, proposto por Richard Johnson, autor ligado aos estudos culturais, pretende-se contemplar as condições relacionadas aos momentos deste processo – produção, textos, leituras e culturas vividas/relações sociais.

Acho que é mais fácil (na tradição dos Estudos Culturais do Centre for Contemporary Cultural Studies – CCCS) apresentar um modelo de forma diagramática. O diagrama tem o objetivo de representar o circuito da produção, circulação e consumo dos produtos culturais. Cada quadro representa um momento neste circuito. Cada momento depende dos outros e é indispensável

para o todo. Cada um deles, entretanto, é distinto e envolve mudanças características de forma (1999, p. 33).

De acordo com ele, se o pesquisador se coloca em um ponto do circuito, não vê, necessariamente, o que está acontecendo em outros. As formas que têm importância para o cientista, em determinado ponto, podem parecer bastante diferentes para outro, localizado em outro ponto. “Além disso, os processos desaparecem nos produtos. Todos os produtos culturais, por exemplo, exigem ser produzidos, mas as condições de sua produção não podem ser inferidas simplesmente examinando-o como ‘textos’”, explica (1999, p.33). Da mesma maneira, os produtos culturais não são *lidos* apenas por analistas profissionais, mas pelo público em geral. Por isso, essas leituras também não podem ser analisadas apenas em suas condições de produção. “Como qualquer pessoa sabe, todas as nossas comunicações estão sujeitas a retornarem para nós em termos irreconhecíveis ou, ao menos, transformadas”, completa. Pode-se chamar isso de *má impressão* ou de uma *leitura equivocada*, mas elas são tão freqüentes que podem ser consideradas normais. O mesmo acontece com uma pesquisa que contemple apenas estudos de recepção, ou suas leituras. As culturas vividas e as relações sociais, que servem de material bruto para uma nova produção cultural e estão entre as condições especificamente culturais de produção, acabam fora da análise.

Eco (1994), em seus estudos sobre a presença do leitor no texto literário, afirma que todo texto é uma máquina preguiçosa, pedindo ao leitor que faça uma parte de seu trabalho. Entre os conceitos básicos definidos pelo autor, para compreender a relação de produção e leitura, está o *leitor-modelo*. O leitor-modelo de uma história não é o leitor empírico. Os leitores empíricos podem ler de várias formas, e não existe lei que determine

como devem ler, porque, em geral, utilizam o texto como receptáculo de suas próprias paixões, as quais podem ser exteriores ao texto ou provocadas por ele.

Quem já assistiu a uma comédia num momento de profunda tristeza sabe que em tal circunstância é muito difícil se divertir com um filme engraçado. E isso não é tudo: se assistir ao mesmo filme anos depois, mesmo assim talvez não consiga rir, porque cada cena irá lembrá-lo da tristeza que sentiu na primeira vez. Evidentemente, como espectadores empíricos, estaríamos “lendo” o filme de maneira errada. Mas “errada” em relação a quê? Em relação ao tipo de espectadores que o diretor tinha em mente – ou seja, espectadores dispostos a sorrir e a acompanhar uma história que não os envolve pessoalmente. Esse tipo de espectador (ou de leitor, no caso de um livro) é o que eu chamo de leitor-modelo – uma espécie de tipo ideal que o texto não só prevê como colaborador, mas ainda procura criar (ECO, 1994, p.15).

O texto é, então, um produto cujo destino interpretativo deve fazer parte do próprio mecanismo gerativo. Gerar um texto significa executar uma estratégia de que fazem parte as previsões dos movimentos dos outros, como em um jogo ou uma batalha. A analogia só perde força pelo fato de que, num texto, o autor costumeiramente quer levar o adversário a vencer, e não a perder. Nesse processo, o próprio leitor empírico de um texto elabora uma hipótese acerca do autor, o *autor-modelo*. Sua configuração depende de traços textuais, mas põe em jogo o universo do que está antes do texto, atrás do destinatário e, provavelmente, diante do texto e do processo de cooperação que se estabelece na leitura (ECO, 1986). A análise desses movimentos permite compreender, de forma mais efetiva, o processo comunicacional.

Observe-se, abaixo, o diagrama proposto por Johnson (1999):

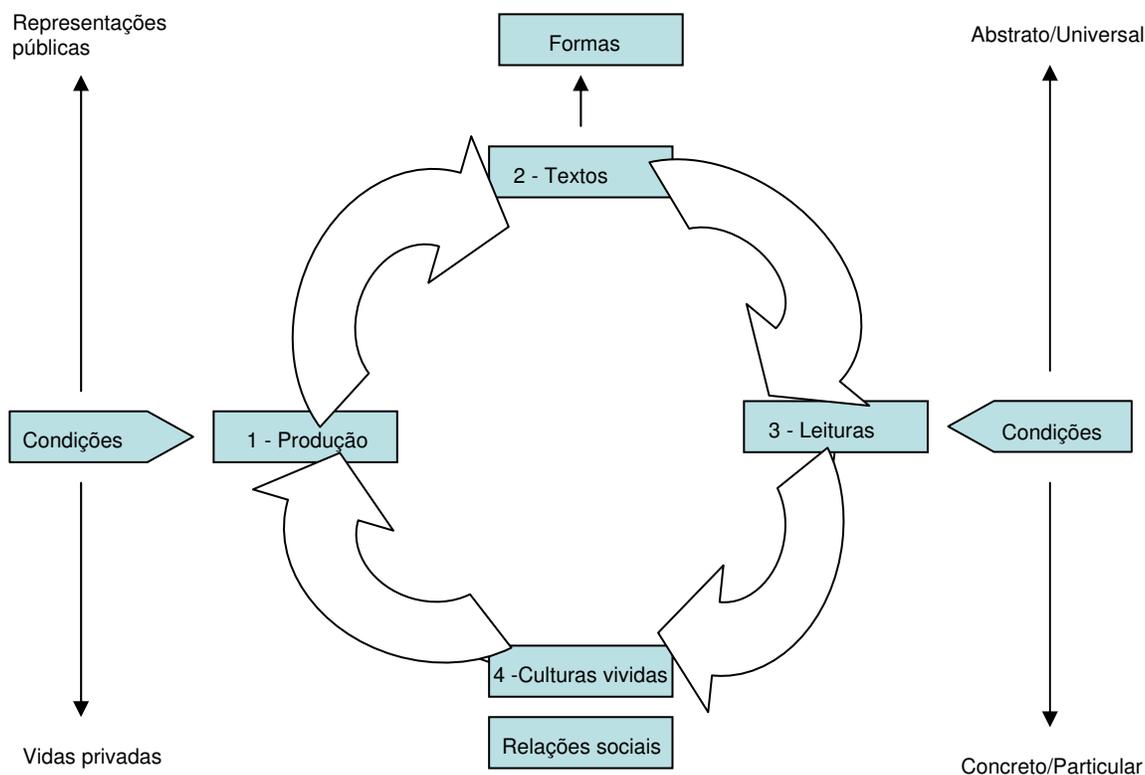


Figura 1: Diagrama sobre o processo comunicacional

A idéia desta pesquisa é trabalhar com uma estratégia de investigação que possibilite a análise de cada uma destas práticas, destacando o inter-relacionamento das mesmas, à luz dos estudos de jornalismo. Ou seja, estudar o jornalismo e, especialmente, os periódicos jornalísticos, tendo como diretriz o circuito comunicacional de Johnson (1999), analisando os momentos desse processo e seus pontos de intersecção com as teorias e conceitos da área. A este olhar global dos periódicos, que tem como premissa colocar em perspectiva conceitos e inferências que ficariam prejudicados se ancorados em um único ponto do circuito, chamarei de Análise Global de Periódicos Jornalísticos (AGPJ). Trata-se de uma metodologia de pesquisa que permite o emprego de diferentes técnicas, desde que voltadas ao estudo da produção, do texto, da leitura e das relações sociais de um objeto

específico. Compreende quatro momentos: análise sócio-histórico-cultural; análise de produção; análise de textos; análise de leituras e retornos.

Análise sócio-histórico-cultural

Na AGPJ, soma-se ao diagrama proposto por Johnson uma análise sócio-histórico-cultural do contexto no qual o periódico em estudo está inserido. Esse procedimento é fundamental para a compreensão dos processos comunicacionais que se estabelecem, das realidades de produção e de leitura do periódico.

Na presente pesquisa, por exemplo, como pretendemos estudar a prática do jornalismo cultural, é necessário retomarmos a história dessa especialização do jornalismo, sua evolução em diferentes partes do mundo, até chegar ao Rio Grande do Sul, local onde a revista Aplauso, nosso objeto de investigação, é produzida, distribuída e consumida.

Estudos sobre jornalismo político, econômico, esportivo ou mesmo generalista, entre outros, podem seguir essa lógica, desde que se consiga delinear da maneira mais completa possível a realidade que circunda o objeto.

Produção – Rotinas de trabalho no jornalismo

O primeiro momento do processo jornalístico no circuito comunicacional proposto por Johnson é a *produção*. Trata-se da construção da notícia, do periódico em si, e tudo o que está envolvido neste trabalho, ou seja, as condições de produção. O autor aponta como definidores dessas condições as representações públicas e a vida privada dos agentes, no caso, dos jornalistas.

Sugerimos, para a análise deste primeiro ponto do processo, o emprego do *newsmaking*, hipótese contemporânea de pesquisa em comunicação que se debruça sobre as rotinas de produção no jornalismo. É um estudo ligado à sociologia do jornalismo e tem

ênfase na produção de informações, ou melhor, na potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícia (HOHLFELDT, 2001). O olhar dessa hipótese é centrado no emissor, visto enquanto intermediário entre o acontecimento e a notícia, e dá atenção ao relacionamento entre jornalistas e fontes, assim como às diferentes etapas de produção: captação, tratamento, edição e distribuição da informação. Neste momento da pesquisa, é importante observar a relação entre a cultura organizacional do veículo de comunicação e a cultura profissional dos jornalistas envolvidos, conceitos que dialogam com as variáveis das condições de produção propostas por Johnson.

Tuchman (1978) registra o esforço dos periódicos jornalísticos em *rotinizar* seu trabalho. Em seu estudo sobre as teorias do jornalismo, Traquina (2004) afirma que o conhecimento de formas rotineiras de processar diferentes tipos de *estórias* noticiosas permite aos repórteres trabalhar com maior eficácia. Os estudos de *newsmaking* têm origem em pesquisas sobre a filtragem da informação e sobre a seleção dos acontecimentos que se transformarão em notícia. A pesquisa em *newsmaking* é baseada na observação participante. O investigador junta-se à equipe pesquisada o tempo necessário para desenvolver seus estudos, sem fazer parte dela propriamente. Ou seja, os dados são colhidos pelo investigador presente no ambiente que é objeto de estudo, quer pela observação sistemática de tudo o que aí acontece, quer através de conversas, mais ou menos informais e ocasionais, ou verdadeiras entrevistas com as pessoas que põem em prática os conceitos produtivos (WOLF, 2001, p.186). Após a coleta, o pesquisador afasta-se para manter o espírito crítico e melhor poder descrever, analisar e, eventualmente, criticar as práticas observadas (HOHLFELDT, 2001).

Acompanharei, para esse trabalho, três edições de Aplauso. Na observação, serão utilizadas as três modalidades de análise apresentadas por Wolf (2001). A visita, periódica,

à redação da revista, permite a análise dos modos de produção da mesma, assim como a descoberta de sua rotina e de como são encarados os problemas e imprevistos. Dessas visitas, fazem parte algumas conversas ocasionais, tendo em vista a oportunidade de discutir e avaliar questões no momento em que elas estão acontecendo. A participação nas reuniões de pauta da equipe também é de grande valia, não apenas para a apreensão dos temas sugeridos e posterior verificação de seus resultados, mas, sobretudo, para a observação das preocupações editoriais. Para uma ampla compreensão da realidade de Aplauso, torna-se imprescindível a realização de entrevistas individuais com os profissionais que nela atuam ou dela fizeram parte.

Na fase de observação, isto é, durante a presença do pesquisador no local, é de suma importância a existência de um plano de pesquisa claro e orientado segundo pressupostos teóricos precisos. Tanto a ausência de um plano quanto a imposição de uma seleção por demais rígida ao material selecionado podem causar o insucesso do trabalho.

A abordagem do *newsmaking* articula-se, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos seus processos produtivos. De acordo com Wolf, são as conexões e as relações existentes entre os dois aspectos que constituem o ponto central deste tipo de pesquisa (2001, 188).

Textos – Análise do discurso jornalístico

A análise dos *textos* no circuito comunicativo de Johnson corresponde, na AGPJ, ao estudo do conteúdo e/ou do discurso jornalístico. Descoladas de uma pesquisa mais ampla, estas técnicas costumam apontar para resultados parciais e, por vezes, incompletos, do objeto analisado. Por este motivo, são bastante criticadas no meio acadêmico. No

entanto, quando cruzadas a outros olhares e combinadas com outras ferramentas, elas contribuem para a compreensão do jornalismo, especialmente porque permitem a observação do produto final que será consumido pelos leitores, o texto, seja ele verbal ou não.

Diferentes técnicas podem ser empregadas neste momento, entre elas: análise de discurso, de conteúdo, estudos semiológicos, de lingüística, etc. Na pesquisa sobre a revista Aplauso, optou-se por combinar a análise de conteúdo, que oferece um ponto de partida quantitativo, com a análise do discurso, que se aprofunda no texto, em seus sentidos e significados.

Com o objetivo de avaliar o conteúdo editorial da publicação, o estudo do texto possibilita detectar o diálogo entre as práticas produtivas da equipe de redação e o resultado do trabalho, tanto na publicação em si, quanto junto aos leitores, quando se chegar ao final da análise do processo. Deste modo, será possível maior compreensão da realidade de Aplauso e, especialmente, de sua atuação como veículo mediador da cultura e produto dela.

No estudo sobre Aplauso, serão submetidos à análise de conteúdo todos os textos das três edições do *corpus*. O objetivo é verificar quais os gêneros jornalísticos empregados, as fontes utilizadas e os temas com maior destaque. Em seguida, será realizada a análise do discurso das reportagens de capa que, por sua localização e destaque, provocam maior impacto em relação aos demais conteúdos, como disse José Marques de Melo (2003).

É importante lembrar que, no momento da análise dos textos, já foi realizado o estudo das rotinas de trabalho no veículo escolhido. As informações levantadas na investigação dos modos de produção dialogam com a observação dos textos. Essa relação

deve ficar explícita em todo o processo da AGPJ, tendo em vista que a base da metodologia é o circuito comunicativo, seus momentos e mediações.

Leituras e retorno – A recepção como produção

Como destaca Mouillaud, o periódico jornalístico só determina sua existência junto com o seu leitor:

Acreditar que o jornal existe por si só é confundi-lo com sua materialidade de tinta e de papel. Não são apenas os signos (o texto e a imagem) que acenam para o leitor, mas as propriedades que se pode chamar de pragmáticas. O códex, o formato, a área da página, o próprio papel clamam pela manipulação de um leitor (2002, p.173-174).

Na Análise Global de Periódicos Jornalísticos, a leitura não é um momento isolado do processo comunicativo, mas integra a dinâmica da rede. Todos os momentos do circuito comunicativo estão interligados. A leitura, como define Johnson, não é tratada como recepção ou assimilação, mas como sendo, ela própria, um ato de produção.

Nesta fase da pesquisa, a proposta metodológica da AGPJ apresenta uma combinação de ferramentas que compreende dois momentos do processo, as leituras e as culturas vividas/relações sociais. Aliada aos estudos de produção e texto, a investigação nessa linha permite o desenho do processo comunicacional no periódico jornalístico em questão.

Embora a leitura não seja tratada aqui como recepção, a visão apresentada por Martín -Barbero é oportuna:

A recepção não é somente uma etapa no interior do processo de comunicação, um momento separável, em termos de disciplina, de metodologia, mas uma espécie de outro lugar, o de rever e repensar o processo inteiro da comunicação. Isto significa uma pesquisa de recepção que leve à explosão do modelo mecânico, que, apesar da era eletrônica, continua sendo o modelo hegemônico dos estudos de comunicação (1995, p.40).

A proposta do autor é de um estudo, não dos efeitos dos meios de comunicação na vida das pessoas, mas do que as pessoas fazem com elas mesmas, com os meios, a sua leitura de todo este processo desde o ponto onde ela se encontra no circuito. Inserido no campo da cultura, o estudo da comunicação, de acordo com Martín-Barbero, implica uma primeira desterritorialização conceitual que abre esse estudo à pluralidade dos atores e à complexidade de suas dinâmicas. A comunicação é, neste sentido, um movimento que atravessa e desloca a cultura. “Pois o lugar da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para se converter em estrutural” (2002, p.35), explica, lembrando que o lugar da cultura na sociedade muda também quando os processos de globalização econômica e informacional reavivam a questão das identidades culturais – étnicas, raciais, locais, regionais – até convertê-las em dimensão protagonista de muitos dos mais ferozes e complexos conflitos bélicos dos últimos anos. Ao mesmo tempo, essas identidades, mais as de gênero e as de idade, estão reconfigurando a fundo a força e o sentido dos laços sociais e das possibilidades de convivência no nacional.

Para Thompson (2005), a recepção é uma atividade, um tipo de prática pela qual o indivíduo percebe e trabalha o material simbólico que recebe. No processo de recepção, os indivíduos usam as formas simbólicas para suas próprias finalidades, de maneiras extremamente variadas e relativamente ocultadas, uma vez que essas práticas não estão circunscritas a lugares particulares. Enquanto a produção *fixa* o conteúdo simbólico em substratos materiais, a recepção o *desprende* e o *liberta* para os estragos do tempo. Além disso, os usos que os receptores fazem das matérias simbólicas podem divergir consideravelmente daqueles (se é que houve) objetivos pensados ou desejados pelos produtores. Mesmo que os indivíduos tenham pequeno ou quase nenhum controle sobre os

conteúdos das matérias simbólicas que lhes são oferecidas, eles os podem usar, trabalhar e reelaborar de maneiras totalmente alheias às intenções ou aos objetivos dos produtores. Conforme o autor, a recepção é um processo *situado*, porque acontece com indivíduos em determinado contexto sócio-histórico; *rotineiro*, porque é parte integrante das atividades da vida diária; *especializado*, porque exige conhecimentos específicos (referentes à técnica, ao conteúdo, etc.); e *hermenêutico*, pois envolve interpretação, através da qual os produtos adquirem sentido.

Diferentes ferramentas podem ser empregadas para o estudo da leitura: grupos focais, pesquisa participante, pesquisa-ação, entrevista, história oral, etc. Neste trabalho, a investigação acerca das leituras se dá através de entrevistas com assinantes de Aplauso, selecionados de maneira aleatória. Como a revista circula no Rio Grande do Sul, mas tem sua atuação mais efetiva em Porto Alegre, serão entrevistados dez assinantes residentes na capital e dez do interior do estado. A entrevista com esses leitores permite a inserção, nos limites do possível, nas culturas vividas e nas relações sociais, restritas, no caso de Aplauso, ao campo jornalístico e cultural, e centrada na visão e na negociação com o periódico jornalístico. O contato com os leitores apresenta-se, também, como uma forma de entender *suas* rotinas de leitura.

Além disso, para o estudo do *feedback*, serão analisados os discursos das cartas recebidas e publicadas na segunda e terceira edição do corpus de pesquisa, assim como o tratamento dado a esses textos pela redação da revista. Como as manifestações dos leitores estudadas estão publicadas, certamente passaram por uma seleção e possível edição; assim, uma nova observação das rotinas de trabalho, agora no que diz respeito ao público, permite compreender a negociação que se estabelece entre produtores e leitores, que têm papéis trocados neste momento do circuito.

O que os leitores fazem com as informações trazidas pelos textos? Como eles enxergam este processo? Como se posicionam diante dele? De que modo se dá a produção dos leitores? E os jornalistas, agora leitores da informação/opinião de seu público, como negociam com ela? O que fazem com essas manifestações? Publicado ou não o texto, de que modo os jornalistas trabalham com o retorno dos leitores em seu cotidiano profissional e pessoal? Estas são algumas das questões norteadoras deste momento da pesquisa.

Considerações acerca da AGPJ

Pensar academicamente um objeto das ciências humanas e sociais não é tarefa fácil. Isolar o objeto de seu contexto real em um laboratório, ou apenas conservá-lo em ambiente artificial, com *temperatura e dimensões* adequadas, mesmo se possível, nem de longe garantiria a reprodução das múltiplas vivências e relações que se dão em seu cotidiano.

Pode-se enxergar o jornalismo através de um microscópio? Obviamente, não. Mas é possível fazer essa tentativa quando se pensa no jornalismo como objeto de investigação científica. Não com o intuito de enquadrá-lo ou engessá-lo em uma metodologia específica. Pelo contrário, levando em consideração as particularidades de cada periódico jornalístico. A idéia é despertar no pesquisador a sensibilidade que guiará o olhar sistemático sobre este objeto singular. A metodologia de pesquisa em jornalismo é, em uma comparação fácil, semelhante à lente do microscópio. Dependendo da lente utilizada, enxergamos o objeto de uma forma diferente, de determinado ponto de vista.

A Análise Global de Periódicos Jornalísticos visa compreender o circuito do jornalismo, em seus principais momentos. Trata-se de uma proposta metodológica, sim, mas, mais do que isso, de uma visão sobre o jornalismo como objeto de pesquisa científica.

Optar por um periódico jornalístico como objeto de trabalho acadêmico é estar aberto a suas singularidades. É dialogar com o veículo, deixá-lo mostrar-se sem a pressa de enquadrá-lo em uma metodologia ou técnica preestabelecida. A AGPJ é resultado de um diálogo assim, de uma pesquisadora com seu objeto. Da curiosidade e do respeito por ele, foram traçadas as linhas mestras desta proposta, cuja pretendida inovação reside na combinação organizada entre teorias e técnicas de pesquisa em jornalismo com o circuito comunicativo de Johnson. Por isso, aplicá-la satisfatoriamente não significa simplesmente replicar as ferramentas e conceitos trabalhados aqui. É necessário problematizá-los frente ao objeto. A AGPJ é um modo de enxergar o jornalismo cientificamente. Mas cabe ao investigador ajustá-lo ao seu microscópio e, mais ainda, ao seu objeto de pesquisa.

Obras consultadas

ALBERTOS, José Luis Martínez. **Curso general de redacción periodística**. Madrid: Paraninfo, 2001.

ALMEIDA, Maria da Conceição de; KNOBB, Margarida; e ALMEIDA, Ângela Maria (orgs.). **Polifônicas idéias: Por uma ciência aberta**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.

BAHIA, Juarez. **Jornal: História e técnica**. São Paulo: Ática, 1990. v.2.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

____; BRIGGS, Asa. **Uma história social da mídia – De Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

ECO, Umberto. **Seis passeios pelos bosques da ficção**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

____. **Lector in fabula**. São Paulo: Perspectiva, 1986.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais** – Uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

____. Delineamentos para uma cartografia brasileira dos Estudos Culturais. **ECO-PÓS**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 19-30, ago.-dez. 2004.

FERREIRA JR, José. **Capas de jornal** – A primeira imagem e o espaço gráfico visual. São Paulo: Senac, 2003.

GOMES, Itânia Maria Mota Gomes. **Efeito e recepção** – A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. Rio de Janeiro: e-papers, 2004.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HOHLFELDT, Antonio; FRANÇA, Vera; MARTINO, Luiz. **Teorias da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

JOHNSON, Richard. **O que é, afinal, estudos culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 1999.

____. **A reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

____. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: O estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, Mauro Wilton (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

____. **Dos meios às mediações** – Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

____. **Ofício de cartógrafo**. São Paulo: Loyola, 2002.

- MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- MOUILLAUD, Maurice. **O jornal**: Da forma ao sentido. Brasília: UnB, 2002.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso & Leitura**. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1988.
- _____. **Discurso e texto**. Campinas: Pontes, 2001.
- PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. **Estudos em Jornalismo**, Florianópolis: UFSC e Insular, v.1, n.2, 2004.
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1988.
- _____. **O discurso**. Campinas: Pontes, 1990.
- SANTOS, Rogério. **A negociação entre jornalistas e fontes**. Coimbra: Minerva, s.d.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.
- _____. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.
- _____. Tobias Peucer: progenitor da Teoria do Jornalismo. **Estudos em Jornalismo**, Florianópolis: UFSC e Insular, v.1, n.2, 2004.
- _____. **As notícias e seus efeitos**. As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (<http://www.bocc.ubi.pt>), 1999.
- _____. **Elementos de jornalismo impresso**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (<http://www.bocc.ubi.pt>), 2001.
- _____. **Construindo uma teoria multifactorial da notícia como teoria do jornalismo**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (<http://www.bocc.ubi.pt>), 2004.

____. **Reflexões sobre um horizonte possível para o jornalismo impresso generalista de qualidade.** Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (<http://www.bocc.ubi.pt>), 2006.

SOVIK, Liv. Prefácio. In: HALL, Stuart. **Da diáspora:** Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

STEINBERG, Charles (org.). **Meios de comunicação de massa.** São Paulo: Cultrix, 1972.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2005.

TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo:** Questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1993.

____. **Teorias do Jornalismo –** Por que as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

____. **Teorias do Jornalismo –** A tribo jornalística: Uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

____. **O poder do jornalismo –** Análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Presença, 2001.

Velhos jornalistas: memória, velhice e identidade profissional

Ana Paula Goulart Ribeiro ¹

Resumo: Este trabalho pretende ser uma reflexão sobre a relação entre a memória e a construção da identidade profissional do jornalista no seu processo de envelhecimento. Para isto foi tomada como ponto de partida a Ordem dos Velhos Jornalistas, entidade criada em 1957.

Palavras-chave: jornalismo, jornalistas, memória, identidade

A Ordem dos Velhos Jornalistas foi uma entidade criada em 28 de março de 1957 por antigos sócios e ex-conselheiros da Associação Brasileira de Imprensa, tendo como objetivo constituir a história da imprensa brasileira. Mas o que era essa ordem, que durou até meados dos anos 1980? Como ela funcionava? Que sentidos sobre a profissão e a velhice ela mobilizava?

Tendo a OVJ como ponto de partida, este trabalho pretende ser uma reflexão sobre a relação entre memória e a construção da identidade profissional do jornalista no seu processo de envelhecimento. Para isto, foram utilizadas como fonte duas publicações da entidade: o *Boletim Mensal da Ordem dos Velhos Jornalistas*, publicado de agosto de 1967 a fevereiro de 1973, e *Gazeta da Ordem dos Velhos Jornalistas do Brasil*, publicado de fevereiro de 1973 a dezembro de 1984².

Ao analisamos essas publicações – que eram distribuídas gratuitamente aos membros da entidade –, o que nos interessou foi perceber, nos relatos ali publicados, como alguns conceitos foram frequentemente repetidos, reproduzindo um determinado simbolismo sobre o jornalismo e sobre a velhice.

¹ Doutora em Comunicação e professora da ECO/UFRJ.

² Para a realização do trabalho de levantamento das fontes primárias na Biblioteca Nacional, a autora contou com a preciosa ajuda da Juliana Franklin de Oliveira Pires, graduanda da ECO/UFRJ.

A OJV era uma entidade representativa de tipo muito particular, de profissionais que não mais exerciam a profissão ou que estavam em vias de deixar de exercer. Acreditamos que, por isso mesmo, os discursos produzidos e as práticas desenvolvidas pelos seus membros são lugares privilegiados para se investigar os processos de construção da identidade profissional do jornalista.

Os “velhos jornalistas” – na suas publicações – falavam, o tempo todo, de suas trajetórias profissionais e dos sentidos da sua profissão. Buscavam constantemente construir uma imagem de si, mobilizando uma série de representações específicas sobre o jornalismo. Além disso, eles se propunham – consciente e intencionalmente – a promover suas recordações individuais e construir uma história da profissão.

A OVJ era essencialmente uma instituição de memória. As práticas mnemônicas exerciam no interior da entidade um lugar privilegiado. Era para lembrar – e em torno da lembrança consagrar a união do grupo – que os velhos jornalistas se reuniam.

O que era a Ordem dos Velhos Jornalistas?

A Ordem dos Velhos Jornalistas foi ideada por antigos sócios da ABI, como Hélio Silva, Belfort de Oliveira, Manoel Coureiro de Magalhães e o próprio Herbert Moses, presidente da entidade³. Foram, na verdade, 68 membros da chamada “ala dos veteranos” que se uniam e reuniam “*para confraternizar-se, mas também para escrever a História do Jornalismo*”.

No momento em que a OVJ foi criada já existiam, no Rio de Janeiro, variadas entidades de representação profissional. Além da ABI, havia o Sindicato dos Jornalistas

³ Herbert Moses foi presidente da ABI de 1936 a 1964.

Profissionais, a Associação Guanabarina de Imprensa, o Clube dos Repórteres Políticos, a Associação dos Cronistas de Turfe, a União dos Profissionais de Imprensa, a Associação dos Cronistas Carnavalescos, a Associação Brasileira de Jornalistas e Escritores de Turismo, a Associação dos Repórteres Esportivos, o Sindicato dos Radialistas, a Associação dos Repórteres Fotográficos, a Associação dos Cronistas Desportivos e a Federação dos Jornalistas Profissionais.

Nessa época, mais especificamente em 1955, houve também a tentativa de se criar uma outra entidade: a Ordem dos Jornalistas Brasileiros. O presidente Café Filho submeteu a proposta ao Congresso Nacional, salientando que atendia a necessidade de criação de um órgão disciplinador da categoria e que viria não somente consolidar a ética profissional, mas ainda estabelecer medidas seletivas e acauteladoras da liberdade de imprensa. Afirmava que a inscrição na OJB seria requisito indispensável para o exercício da profissão, substituindo o registro profissional até então a cargo do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio (*AnBI*, 1955: 44-45)⁴.

A maioria dos profissionais de imprensa repeliu a idéia de criação da OJB. A desaprovação quase geral se deve ao fato de que a Ordem representava uma intrusão “de fora” nas determinações da categoria e, em última instância, significava uma ameaça à liberdade de imprensa. Como afirmou o manifesto do Sindicato, “*todos os problemas de interesse da coletividade jornalística devem ser debatidos e resolvidos pelas associações e sindicatos, sem interferências estranhas*” (PN, 05/2/1956).

⁴ A OJB não era exatamente uma novidade. Já em 1934, através do decreto 24.776, Getúlio Vargas já tinha tentado criar a entidade, que seria um órgão de disciplina e seleção de classe. Os jornalistas, entretanto, jamais se interessaram pela sua regulamentação e pela existência efetiva da Ordem, tanto que pelo decreto 2.083, de 1953, foi revogado aquele dispositivo.

A Ordem dos Velhos Jornalistas, objeto de nosso estudo aqui, nada tinha a ver com a proposta da OJB. Em nenhum momento, a entidade procurou se constituir numa instância de controle do exercício e da ética profissional. Sua proposta era outra. Até porque não falava em nome de toda a categoria, os “jornalistas brasileiros”, mas apenas em nome de parte dela, os “velhos jornalistas”, cuja maioria dos representantes nem mais exercia efetivamente a profissão.

A OVJ se autodefinia como organização de tipo cultural e de confraternização dos profissionais de todos os meios de comunicação. Era uma espécie de entidade irmã da ABI, que, desde o primeiro momento, estabeleceu como seu principal objetivo o “culto ao passado” e a elaboração de uma história da imprensa brasileira. A entidade, no entanto, tinha também um caráter fortemente político, ligado – como veremos - à luta pelos direitos civis dos idosos.

Os sentidos da profissão no contexto de modernização

Nos textos publicados no *Boletim* e na *Gazeta* da OVJ, pudemos perceber que a produção de representações sobre o jornalismo se deu em torno de algumas categorias específicas. A principal delas talvez tenha sido a de liberdade de imprensa. A questão é, de maneira geral, muita cara a jornalistas de diferentes perfis e épocas. Trata-se de um importante elemento de luta em torno da qual se constrói e reconstrói a identidade profissional.

Danton Jobim comenta que a luta pela liberdade de imprensa é um lugar comum dos jornalistas: *“Ela é sempre referida, quando nós estamos reunidos. E há uma razão especial para isso: é porque nós não podemos exercer devidamente, corretamente, exemplarmente a*

nossa profissão, sem que exista liberdade de expressão e de divulgação da opinião e da notícia” (GOVJ, 01/1976).

A liberdade de imprensa é pensada como um pré-requisito fundamental para que o jornalista possa exercer sua principal função: o relato independente dos fatos. E, aqui, temos um segundo conjunto de valores em torno dos quais a representação do jornalista se constrói. O jornalista é apresentado como um servidor do público e como um vigilante dos poderes instituídos. Ele é o defensor da verdade, da independência, da imparcialidade.

Os membros da OVJ investem a imprensa e os jornalistas de uma série de orientações de conduta e de valores que legitimam e dão sentido ao seu papel na sociedade. Nos textos, os jornalistas assumem uma posição altruísta, se representado como os “lutadores idealistas”. É como se tivessem uma missão cívica, heróica, a desempenhar.

A idéia de uma entrega total à profissão é também uma imagem constante. Os ‘velhos jornalistas’ sempre contam que dedicaram toda a sua vida ao trabalho, abrindo mão muitas vezes do lazer e do convívio com a família. Há sempre um certo orgulho pelo esforço e dedicação empreendidos na profissão. Toda essa devoção é apresentada como desinteressada, não proporcionando ao jornalista nenhum benefício material. Um texto publicado na *Gazeta* em julho de 1973, depois de falar em “grandeza da vocação”, “sacerdócio”, “apostolado”, “idealismo do jornalismo autêntico”, afirma:

“Jornalismo é vocação. Jornalismo é força no berço. O jornalismo é como o poeta: já nasce. Não confundir o jornalista com o carreirista. O jornalista morre jornalista. O carreirista termina num grande emprego público. Numa sinecura. O jornalista geralmente morre pobre como viveu. O carreirista rico, como sonhou.”

A OVJ faz eco, em suas publicações, a sentidos exaustivamente produzidos sobre o jornalismo em outras esferas da vida social. Reproduz imagens e valores dominantes sobre

a profissão, a maioria parecendo girar em torno do respeito à liberdade e do compromisso com a verdade. É como se o avanço da idade e o afastamento das redações, paradoxalmente, instaurasse um reforço nos códigos da profissão.

É importante observar que a OVJ foi criada num momento bastante particular da história da imprensa brasileira. Nesse período, o modelo norte-americano estava se implantando de maneira hegemônica no jornalismo nacional, provocando não só a modernização das empresas e dos textos, mas também a profissionalização dos jornalistas e a constituição de um ideário sobre o que era o jornalismo e a sua função social. Foi a época das famosas reformas redacionais, gráficas e editoriais de periódicos como o *Diário Carioca* e o *Jornal do Brasil*, assim como do surgimento de jornais inovadores, como a *Última Hora*.

As reformas e a inovação dos jornais nos anos 1950-60 quase sempre começavam com a renovação da equipe. Na contratação dos jornalistas, evitava-se a geração mais velha, acostumada às antigas técnicas que se queria superar. Em geral, dava-se preferência aos mais jovens, mesmo que estes tivessem pouca ou nenhuma experiência profissional.

As equipes contratadas para reformar os diferentes jornais eram compostas de profissionais entre 20 e 30 anos. Com pouco tempo de redação, esses jovens já assumiam cargos de chefia. Evandro Carlos de Andrade, por exemplo, substituiu Pompeu de Souza na chefia de redação do *Diário Carioca* aos 24 anos de idade. Na revista *Publicidade e Negócios* de 20/5/1958, Alberto Dines escrevia a esse respeito: “*quantos repórteres acima dos trinta anos temos nós? Talvez apenas dois: Edmar Morel e David Nasser*”. Os mais jovens eram preferidos porque – ao não trazerem os velhos vícios da profissão – se adequavam melhor às novas técnicas do jornalismo moderno.

Não se imagine, entretanto, que a OJV se posicionasse contra a chamada modernização da imprensa. Vários textos das suas publicações exaltam o modelo do jornalismo norte-americano, em detrimento do antigo jornalismo “empírico, amadorístico, romântico e improvisado”, “primário e incipiente”.

No texto intitulado “Jornalismo de ontem e hoje”, Alves Pinheiro chama a atenção para as vantagens da imprensa sujeita a métodos e a racionalização, que exige do profissional dinamismo técnico e intelectual: *“a nossa imprensa consolidou-se em suas bases propriamente industriais, adquiriu a verdadeira estrutura de indústria, aparelhada tecnicamente, beneficiando-se de todos os progressos da comunicação para apresentar agora um quadro de atualização, desenvolvimento de que todos nós, profissionais, devemos orgulhar-nos”* (BOVJ, 01/1973).

É fácil entendermos a posição defendida se nos perguntarmos quem eram, afinal, os “velhos jornalistas” que fundaram e que freqüentavam a OVJ. Além dos já citados Herbert Moses, Hélio Silva, Belfort de Oliveira, Manoel Coureiro de Magalhães e Alves Pinheiro, também faziam parte do grupo homens como Danton Jobim, Raul Pilla, Austregésilo de Athayde, Barbosa Lima Sobrinho, Celso Kelly, Bastos Tigre, Álvaro Cotrim (Alvarus) e Crestes Acquarone. Todos eram profissionais renomados, que tinham assumido no passado (ou continuavam a assumir) posições de destaque nos principais veículos de comunicação do país. Alguns deles, como Danton Jobim, estavam diretamente ligados às reformulações da imprensa.⁵

Esse perfil do “velho jornalista” carioca se repetia em outros lugares do país. Em setembro de 1968, mais de 11 anos depois da criação a OVJ no Rio de Janeiro, o boletim

⁵ Danton Jobim era diretor da histórica redação do *Diário Carioca* e foi – ao lado de Pompeu de Souza e Luís Paulistano – um dos principais promotores da reforma do jornal.

mensal da entidade anunciava a criação de um “rebento” na capital paulista. A Ordem dos Velhos Jornalistas de São Paulo foi criada em 17 de agosto. A iniciativa, mais uma vez, foi promovida por figuras de peso da imprensa, como Carlos Rizzini, João Sampaio, Menotti Del Picchia, Nabatino Ramos, Freitas Nobre, Paulo Amaral de Mello e outros.

Ainda que alguns textos do *Boletim* e da *Gazeta* da OVJ exaltassem o jornalismo moderno, também estava presente nessas publicações uma certa nostalgia pelo “saudosismo boêmio”. Nas lembranças, até as adversidades ganhavam um colorido especial, que, em última instância, destacava o caráter heróico do jornalista:

“Não tínhamos horário. Nem férias. Nem salário mínimo. Nem nada. Mas sobrava-nos amor. Entusiasmo. Vocação delirante. Deslumbramento profissional. Éramos capazes de tudo sem exigirmos nada, senão a glória de um “furo”. O triunfo de uma reportagem espetacular. Trabalhávamos dia e noite. Extraordinário? Pois se nem sabíamos em que m s e ano receberíamos o salário... Era o clássico regime dos vales pingados, suados, reclamados. Implorados.” (GOVJ, 07/1973)

É importante notar que as publicações da OVJ, apesar de apresentar sentidos dominantes sobre a profissão, não representavam os jornalistas de forma homogênea. Havia uma clara percepção das diferenç s sociais e hierárquicas no interior do campo profissional. Ao mencionar, por exemplo, sobre o antigo sistema de pagamento – ainda baseado nos vales – da *Gazeta de Notícias*, Belfort de Oliveira, afirma:

“Havia os ricos, que não faziam questão de receber. Os funcionários públicos com o pão garantido. Os intelectuais, como Pedro Calmon, que se sentiam pagos assinando, destacadamente, as colaborações. E os pobres diabos, sem eira nem beira como Mário Hora, Evaristo da Fonseca, Alves Pinheiro e tantos outros.” (GOJV, 6/1973)

A fala de Belfort de Oliveira expressa uma divisão comum na representação do jornalista na primeira metade do século XX. Existiam no imaginário da imprensa brasileira basicamente dois tipos de profissionais: os redatores/ricos e os repórteres/pobres. Os

primeiros eram os editorialistas e os articulistas, que – fosse através dos artigos de fundo ou de matérias comuns – expressavam a opinião do jornal e, às vezes, a sua própria. Eram geralmente nomes conhecidos, homens de cultura literária ou política, que influenciavam a opinião pública e, muitas vezes, criavam grandes polêmicas. Eram homens que se vestiam elegantemente e freqüentavam gabinetes ministeriais, além de ter fácil trânsito na alta sociedade.

Os repórteres eram os plantonistas das redações, que cobriam o noticiário do dia, como incêndio, desastres, crimes, falecimentos. Eles ganhavam pouco e se vestiam mal, não sendo jamais recebidos nos salões da elite. Às vezes também escreviam matérias, mas raramente as assinavam. *“Eram cidadãos de segunda classe, quase marginais, cujo estereótipo era um homem mal barbeado, bebendo no bar embaixo da redação, em plena madrugada”* (ACCIOLY, 1998:106).

Os sentidos da velhice e o lugar da memória

Nos relatos dos “velhos jornalistas” publicados no *Boletim* e na *Gazeta* aparecem, associados aos sentidos da profissão, os sentidos da velhice. Aliás, no caso da OVJ, é quase impossível dissociar esses dois aspectos. É justamente através da velhice que se reforçam (e se exaltam) as imagens dominantes da profissão. A velhice é apresentada como a guardiã dos valores mais caros do jornalismo. Ao mesmo tempo, o jornalismo é uma dimensão fundamental através da qual os idosos reconstroem a si mesmos. É a profissão que agrega à velhice sentidos de dignidade e orgulho, fornecendo elementos de unidade, coerência e continuidade, indispensáveis para a constituição do grupo.

Nesse sentido, é bastante emblemático o discurso proferido por Barbosa Lima Sobrinho no momento de votação da proposta de Aderson Magalhães e Paulo Magalhães para fosse trocado, no nome da entidade, a expressão “velhos” por “veteranos”:

“Compreendo muito bem que ninguém possa ter prazer em chamar-se “velho”, embora seja grande a distância entre as duas expressões, a de “velhos-jornalistas” e a de “jornalistas-velhos”. (...) a expressão “velho-jornalista” indica antiguidade na vida profissional e não a idade alcançada. Acho, por isso, mais simpática a expressão “velhos-jornalistas” do que a de “veteranos”, que não exclui certa pretensão e um jeito de arrogância, que não fica bem a quem começa a encontrar, diariamente, novos cabelos brancos”. (BMOVJ, 09/1967)

A questão do uso do termo “velho” na denominação da OVJ retornou em vários momentos da existência da entidade. Havia uma certa resistência por alguns membros, que volta e meia propunham uma substituição. Uma sugestão – também prontamente rechaçada pela diretoria – foi que se usasse a expressão “antigos jornalistas”.

“Antigos jornalistas são os ex-jornalistas, os que esqueceram a profissão com a qual não se identificaram, aduziu Hélio Silva. E ajuntou: Os ‘velhos jornalistas’ envelheceram fies a uma formação, a uma ideologia que caracteriza o jornalista mais até do que o exercício ininterrupto ou a ocupação continuada do emprego. Tenhamos coragem de proclamar a velhice como ela é. Uma ascensão, uma elevação, a conquista da serenidade, acima das paixões que se sublinham, sem perder a sua grandeza!” (BMOVJ, 01/1969)

Na verdade, o que percebemos é que se travou uma verdadeira batalha semântica em torno da denominação “velho”. Em 1973, a questão continuava a provocar polêmicas, e ainda havia aqueles que defendiam a mudança do nome da Ordem. Belfort de Oliveira defendia a sua manutenção e argumentava veementemente:

*“Não há porque trocar, por **veteranos** ou **antigos**, o nome que, ostensiva e orgulhosamente, pusemos no pórtico da nossa confraria. Velhos jornalistas, sim, que tudo deram, em esforços, para chegar a esta velhice profissional, com direito ao repouso do corpo e da alma. Cada idade tem a sua mocidade, disse-o em versos Bastos Tigre. Nossa mocidade é a fé, conclui Celso Kelly, o encantamento pela grandeza da nossa profissão.” (GOVJ, 10/1973)*

Velhice era um termo socialmente investido de várias conotações pejorativas e, por isso, alguns resistiam à denominação. No mundo que supervaloriza a produtividade e a aceleração, o velho é um paria, um inútil, um fardo. Mas era justamente um deslocamento semântico desse signo que a OVJ queria realizar. Resistia-se intensamente às representações usais que associam velhice à decadência, à incapacidade, à inutilidade. A velhice é apresentada, pelo contrário, como ascensão, conquista da serenidade. A idéia da juventude é relativizada e pensada como um estado de espírito, associado à manutenção da atividade intelectual. Daí ser tão importante para eles conservar o *status* profissional. Mesmo afastados do dia-a-dia das ruas e do burburinho das redações, os membros do OVJ ainda se apresentavam como jornalistas. E era, justamente, através da memória que esses sujeitos reconstruíam essa identidade profissional.

A velhice é considerada o tempo, por excelência, da memória. É no momento em que, afastado das demandas cotidianas da profissão, o indivíduo pode parar para pensar sobre o seu passado. O presente já não o solicita com tanta intensidade e ele pode dispor de mais tempo para a atividade reflexiva. Agora, ele pode se ocupar consciente e atentamente da sua história.

Parte importante da bibliografia sobre memória sublinha o papel singular que essa prática ocupa na idade avançada. É na velhice que a evocação do tempo pretérito se dá como mais ênfase. Isto se explica pelo lugar que o idoso ocupa nas sociedades modernas. Maurice Halbwachs afirma que o que rege efetivamente a atividade mnemônica é a função social exercida no presente por aquele que lembra. Quando o sujeito deixa de ser um membro ativo da sociedade, deixa de ser um propulsor da vida do seu grupo, resta-lhe ser a memória do grupo. Para o idoso, lembrar seria quase que uma espécie de obrigação social, que não pesa sobre os homens de outras idades (BOSI, 1990: 63).

É claro que memória é sempre construção e, portanto, o passado sofre “desfigurações” ao ser remanejado pelas idéias do presente dos todos os velhos, inclusive dos jornalistas. As suas lembranças e biografias individuais – publicada no *Boletim* e na *Gazeta* – são recompostas, e o passado do grupo é remodelado a partir de padrões e valores vigentes.

A memória dos “velhos jornalistas” denota a busca pela auto-estima e um anseio por reconhecimento social. Trata-se da tentativa de construção de uma identidade digna de nota. Está presente, aqui, a preocupação com a perpetuação de uma imagem gloriosa do grupo, o desejo de representar como relevante a profissão do jornalista e, por extensão, a vida daquele que se dedicou a ela.

“Unindo-nos e reunindo-nos, nós, os velhos jornalistas – os que, ainda, fazem da imprensa a sua principal atividade e os que, embora afastados da ‘banca’, conservam esse título como ‘panache’ – vimos procurando reviver o bom tempo das lutas que travamos juntos e, simultaneamente, promovendo comemorações e homenagens, criando láureas e distinguindo jornalistas que atingiram etapas destacadas na profissão, desenvolvendo dessa forma o ideal que animou o surgimento de nossa Ordem, qual o de tornar bela a legenda dos que souberam fazer de uma longa vida profissional motivo de elevação espiritual e serviços à coletividade.”
(BMOVJ, 11/1967)

O texto do *Boletim* não deixa dúvidas. A memória que a OVJ quer ativar é aquela das comemorações e das homenagens, das láureas e da distinção, da exaltação e do conagraçamento. Emblemático desta lógica é o prêmio “Mérito Jornalístico”, idealizado pela OVJ e instituído pelo decreto nº 52.206, de 28 de junho de 1963, pelo governo federal. Em forma de condecoração, o prêmio era conferido anualmente a jornalistas nacionais e estrangeiros que se tornarem merecedores de “alta distinção”. A concessão do “Mérito

Jornalístico” ficava a cargo de um conselho de 15 membros, presidido pelo presidente da Ordem.⁶

A OVJ criou também o Dia do Jornalista, a ser comemorado em 7 de abril (data da fundação da ABI, em 1908). A proposta foi apresentada à Assembléia Legislativa da Guanabara, pelo deputado Frederico Trotta (membro da Ordem), através da lei 1.867, de outubro de 1970.

A Ordem teve várias realizações nesse mesmo sentido. Mas seu principal projeto era o de construir a história do jornalismo brasileiro. Esse objetivo, como já dissemos, definiu a própria criação da entidade e foi constantemente referenciado, ao longo dos anos, nas suas publicações. Já no seu estatuto, artigo n. 8, a OVJ estabelecia que todo membro deveria escrever e entregar à secretaria da entidade sua autobiografia jornalística, historiando seu ingresso na imprensa, narrando os episódios mais interessantes que viveu, dando sua opinião sobre o meio jornalístico e sobre as principais figuras dos jornais em que trabalhou. Afirmava-se que os dados coletados seriam organizados e constituiriam elementos subsidiários para compor a história do jornalismo.

Nos seus primeiros dez anos de funcionamento, a OVJ conseguiu reunir um número reduzido de narrativas, a maioria das quais ficaram guardadas nos seus arquivos. Em 1968, entretanto, agora já possuindo órgão de difusão próprio, a entidade iniciou nova coleta de narrativas e publicou várias delas. Ao longo dos anos, diversas seções foram criadas nos periódicos para este fim.

⁶ O prêmio era, inicialmente, dividido em oito categorias: Política (nacional ou estrangeira), Literatura e Artes (crônica e crítica), História e Biografia, Economia, Fotografia, Esportes, Rádio, TV e Teatro e Direção Jornalística. Posteriormente, foram também criados mais dois tipos de homenagens: a de “Jornalista Emérito”, que foi conferida a nomes como Assis Chateaubriand, Paulo Maranhão e Herbert Moses, e a de “Mérito Jornalístico”, conferido a “ilustres damas” dirigentes de órgãos da imprensa, como Niomar Moniz Sodré Bittencourt (*Correio da Manhã*), Condessa Pereira Carneiro (*Jornal do Brasil*) e Ondina Dantas (*Diário de Notícias*).

A memória dos “velhos jornalistas” se mantinha ativa não apenas nos seus relatos escritos. Eram, sobretudo, nos “Plantões de Redação” – reuniões e almoços, realizados na última quarta-feira de cada mês – que os membros da OVJ relembavam o seu passado. Reunidos, enquanto membros de um grupo, eles conversavam durante muitas horas e, assim, lembravam e negociavam visões a serem compartilhadas sobre o passado e sobre a sua profissão.

O passado imprimia sentido a um presente moroso do “velho jornalista”. Falar de si é uma necessidade imperiosa frente ao silêncio e ao ocaso a que socialmente ele era relegado. O desejo que o motivava a se encontrar com os colegas e a falar sobre si mesmo e sua profissão vinha da sua realidade concreta de desvalorização social e de isolamento. O sentimento de pertencimento ao a um grupo de jornalistas era um símbolo de *status*. A profissão funcionava como um elemento incorporador, um espaço de construção de pertencimento.

O ato do encontro e da fala sobre o passado operavam mudanças nesses sujeitos (membros da OVJ) e nas suas identidades. A memória – ativada no ritual quase sagrado do encontro da última quarta-feira do mês – transformava esses seres “hipossuficientes”, “marginais”, em portadores de uma experiência única, detentores de prestígio. Os “velhos jornalistas” se representavam como figuras heróicas, generosas, que podiam dar lições de vida as gerações mais novas.

As memórias individuais funcionavam como fonte de orgulho e auto-estima, na medida em que essas trajetórias eram lembradas como exemplares não apenas dos sujeitos singulares que as viveram, mas dos valores que pautavam o grupo e que davam dignidade à profissão.

A memória da profissão era uma dimensão essencial da biografia daqueles indivíduos. O jornalismo aparecia como aquilo que dava sentido às suas vidas. Os sujeitos dimensionavam suas trajetórias pessoais como continuidades em relação à trajetória do seu grupo profissional.

A memória aparece aqui, portanto, como uma estratégia de afirmação social do idoso. O “velho jornalista” busca a valorização social da sua identidade. Trata-se de uma luta simbólica em torno de um duplo reconhecimento: como profissional e como velho.

Ser “velho jornalista” é ser ainda jornalista e não ex-jornalista. Ao ingressar na OVJ, o que se queria era continuar a ser um profissional, ainda que afastado da atividade das redações. A máxima da entidade é de que o jornalista é sempre jornalista, em qualquer situação, em qualquer idade, esteja ou não em exercício.

Danton Jobim comenta que, quando da sua primeira indicação ao senado, fez questão de salientar que só aceitaria o cargo se fosse um “jornalista-senador” mais do que um “senador-jornalista”. Diz ele: *“Eu deveria ser o que realmente sou, isto é, eu deveria ser autêntico, eu deveria prolongar na tribuna parlamentar aquilo que havia feito na minha trincheira política de jornalista”* (GOVJ, 01/1976). E continua, falando dos membros da OVJ:

“São velhos evidentemente, pelo decurso do tempo sobre a sua longa atividade, pelo tirocínio que adquiriram através do exercício prolongado da profissão, mas não são velhos, evidentemente, pelo espírito, pelos ideais que, sem dúvida, continuam a abrigar no mais íntimo do coração, e que os fazem reunir-se nesta hora ainda em torno desta mesa, exatamente para lembrar que eles gostariam de ser perenemente jornalistas. Se há uma profissão na qual se entra e da qual dificilmente se sai, é esta. Ninguém quer ser chamado de ex-jornalista. (...) Aqui nós reunimos um grupo que, evidentemente, pretende preservar o espírito da profissão. Não é, propriamente, um grupo que pretende renovar a profissão. Alguns, é verdade, estão em plena atividade, outros já a deixaram, mas todos estão convencidos de que ser jornalista é, além de uma honra que nos desvanece, uma íntima satisfação, aquela de pertencer a um grupo de profissionais que sempre teve e cultuou o espírito corporativo. Os jornalistas brigavam entre si, mas sempre se uniam quando se tratava de defender as grandes causas que protegiam o livre exercício da profissão.”

Para Danton Jobim, a missão histórica da Ordem era manter o espírito do jornalismo, através de confraternização e de preservação do sentido de classe. E é nesse sentido que a OJV vai defender o que chamada de “velhice profissional”, ou seja, a continuidade da atividade intelectual do jornalista:

“A ocupação do tempo livre na velhice é problema dos mais sérios que recebem as novas gerações e o Estado com o aumento, cada vez maior, do número de pessoas idosas, graças aos largos progressos da Ciência. O organismo social marginaliza o homem da vida coletiva antes do tempo, num verdadeiro processo de eliminação, colocando os velhos na categoria de hipossuficientes.

Nosso lema, acima de tudo, é aquele do famoso diálogo “De Senectute”, onde o gênio do famoso tribuno afirma que as ocupações da velhice não são as mesmas da juventude. São mais doces e mais importantes. O talento não abandona os velhos, desde que estes não abandonem os estudos e o trabalho. Afastado da vida ruidosa das redações e das oficinas gráficas, o jornalista tem o direito de atingir a essa “velhice-profissional”, se assim pode chamar-se a continuação de sua atividade intelectual, e, com a experiência, sabedoria e prudência adquiridas influir junto aos moços na preservação da ética, da liberdade e da dignidade do exercício da nobre profissão.” (BMOVJ, 09/1968)

A OVJ como espaço de convivência

Os “Plantões de Redação” – como eram chamados os encontros que os membros da OVJ faziam toda a última quarta-feira de cada mês - era uma das atividades mais importantes da entidade. Eram almoços de congraçamento e confraternização, realizados no restaurante da ABI, nos quais se conversava e se debatia sobre diferentes assuntos, se anunciava eventos e decisões da entidade e se lembrava os velhos tempo da profissão.⁷

Esses encontros mensais faziam da Ordem dos Velhos Jornalistas um importante lugar de sociabilidade, de encontro, de bate papo e de discussões. Era exatamente nesses espaços de convívio, de trocas de informações e de memórias, que – como já dissemos – se reafirmavam os seus laços de coesão do grupo. Examinando as publicações da OVJ, vê-se

⁷ Todos os números do *Boletim* ou da *Gazeta* tinham uma seção chamada “Plantão-de-Redação”, em que eram descritas, nos mínimos detalhes, tudo o que tinha acontecido na última reunião de quarta-feira.

que a idéia de uma convivência fraterna e afetuosa é sempre realçada. A fala de Barbosa Lima Sobrinho, que reproduzimos a seguir, é nesse sentido emblemática e contundente:

“Acredito na juventude espiritual e uma de suas manifestações é o gosto pela convivência com os companheiros de nossa vida de jornalistas. Muitos dos que começamos entre 1910 e 1925 não estamos mais no batente. Os almoços da última quarta-feira de cada mês conseguem trazer de volta os companheiros que não esquecemos. É como se fosse uma hora de saudade, o único meio de tornar a ver um grupo de amigos que a vida separou, antes que apareça o convite para o último encontro, nas capelas dos cemitérios. Pode Belfort se bater para que outros destinos e outras afirmações testemunhem a utilidade da Ordem dos Velhos Jornalistas. Para mim, que já aprendi a olhar a vida com um pouco de saudade, basta-me essa missão, que ela vem exercendo, no esforço para aproximar amigos e companheiros de outros tempos e para fazer ressurgir, diante de todos, um pouco desses dias passados.” (BMOVJ, 09/1967)

A consciência do fim iminente trazia o desejo da convivência com os antigos companheiros, somado à vontade de falar e de lembrar em conjunto. E essa vontade coletiva de reviver as lembranças por meio da sociabilidade era marcada por uma relação fortemente emocional, como tão enfaticamente sublinha o texto que se segue:

“A mesa foi sempre a melhor maneira de agrupar amigos e companheiros. Ali – nos já tradicionais Plantões-de-Redação da última quarta-feira do mês – encontram-se, por vezes, colegas tão distantes, no tempo e no espaço, como aqueles que, especialmente vêm chegados do Norte ou do Sul, ou de cidades circunvizinhas. Alguns, retirados já da militância, experimentam nesse convívio a alegria dos velhos tempos. Embora se fale de tudo, lembram-se sempre dos acontecimentos passados na atividade profissional. A alegria dos velhos tempos e dos companheiros, também. Num dos Plantões iniciais, houve, quem chorasse, presa de grande emoção, ao rever colegas diletos. São memórias vivas, não escritas, em que os grandes batalhadores da Imprensa constituem objeto de afetuosas recordações. Com isso, se vai levantando, aos poucos, a história do jornalismo, sem as pretensões dos livros exaustivos de pesquisa, mas com o calor dos testemunhos daqueles que ainda podem contar e, muito especialmente, sabem fazê-lo, com graça e espontaneidade. O homem se mistura com a saudade. E aqueles que desapareceram não voltam como fantasmas mas como criaturas cujas recordações as integram na intimidade daquelas horas agradáveis.” (BMOVJ, 03/1970)

Almoços da última quarta-feira do mês eram, na opinião de Barbosa Lima, um retorno ao passado, como uma visita aos companheiros de outros tempos, visitas cheias de recordações, que carregavam consigo muito de alegria e de juventude: “*Que mal nos faz*

que o nome seja de velhice, se a essência é de mocidade, se os assuntos que ali nos interessam são os que dizem respeito aos dias que ficaram no passado, dourados por um sol que não nos parece o mesmo que brilha nos céus imutáveis” (BMOJV, 01/1969).

Em março de 1970, o *Boletim* se pergunta o que era, afinal, a Ordem dos Velhos Jornalistas: um clube, uma instituição cultural ou uma sociedade de classe? E respondia:

“Nada disso e tudo isso. Ela é uma conseqüência informal, onde tudo de bom pode acontecer, desde um abraço, entre amigos, até um acontecimento cultural de alta transcendência. Não há pretensões, há boa vontade. Não há lutas de quaisquer tendências. Há, de fato, o prazer do encontro. Eis porque a continuidade da iniciativa se transforma numa bela lição de fraternidade entre homens livres, cujo pensamento se mantém autêntico e cujo coração é, cada vez, mais sensível, porque a idade conduz à ternura.”

Era comum os textos negarem a idéia de conflito, enfatizando a harmonia e a ternura que caracterizava o funcionamento da Ordem. Segundo uma outra edição do *Boletim* (09/1968), os veteranos da imprensa se uniam e reuniam para “*estreitar os laços de fraternidade da família jornalística, revivendo os bons tempos das lutas que travaram juntos, apagadas as aparentes desavenças, que só se refletem nas opiniões escritas*”.

É interessante essa referência ao fato das desavenças só aparecerem nas opiniões escritas. Há aqui, claro, uma tentativa de amenizar os reais conflitos existentes na Ordem. Até porque as divergências escritas eram difíceis de ignorar, uma vez que ficavam registradas. Este é o caso, por exemplo, do livro *O velho taxaua da Ordem dos Velhos Jornalistas*, escrito por Sylvio Terra, membro da OVJ, e publicado em 1971. Trata-se de um libelo contra Befort de Oliveira, um “inventário dos seus desmandos”. O então secretário geral da entidade era veementemente acusado de uma série de irregularidade, tanto nos processos eleitorais quanto no controle das finanças da Ordem.

A luta pelo direito de envelhecer ou os soldados da imprensa morrem no fogo

A OVJ não era, entretanto, apenas um local em que um grupo de velhinhos se reunia para lembrar os bons tempos da sua profissão. A entidade também tinha uma dimensão fortemente política. Era também um instrumento através do qual esses idosos reivindicavam direitos e lutavam por reconhecimento.

O texto “Liberdade de envelhecer”, escrito por Belfort de Oliveira e publicado no *Boletim Mensal* (04/1970), é bastante emblemático do caráter político da entidade. A afirmação da identidade profissional do jornalista, aqui, aparece diretamente ligada à luta pela cidadania do idoso. Segue um trecho:

“Estamos trabalhando num projeto que visa a reduzir e, ao mesmo tempo, aproveitar o processo de envelhecimento humano. Através duma assistência permanente, com apoio nos organismos criados pela Ciência no campo da Gerontologia, conseguiremos manter a produtividade e a alegria de viver muito além dos 60 anos. A Medicina dilatou a média de vida humana acima desse número, quando em tempos idos não ultrapassava a casa dos 40.

Afinal, a idade é uma convenção. A vida se divide, evidentemente, em fases que correspondem a fenômenos biológicos de crescimento, estabilidade, maturidade e involução. Mas, só se pode fixar o número de anos apreciando, isoladamente, os indivíduos. Velhice não é doença. Há jovens envelhecidos e velhos que dão a impressão de jamais terem amadurecido, velhos enxutos, no linguajar dos malandros.

De outra parte, há que aproveitar as virtudes da velhice, o grande cabedal de experiência adquirida. Certo que as ocupações do homem velho não são as mesmas da juventude. Cícero as achou mais doces e importantes. E dizia que o talento não abandonava os velhos, desde que estes não abandonem os estudos e os trabalhos. O que falta aos velhos é confiança em si mesmos.

Nesse sentido, é trabalho da Ordem dos Velhos Jornalistas o combate a este estado de espírito, defesa da saúde física e da saúde mental, sobretudo contra a melancolia, que abate, e o preconceito de que a idade tirou todas as possibilidades de prazer da vida.

Os organismos sociais marginalizam o homem da vida coletiva antes do tempo. Não, apenas, o Poder Público, com o fatalismo da compulsória inclemente. O comércio, a indústria fecham todas as oportunidades aos válidos de idade prolecta. Nada além dos 40 anos. Os seres, assim postos, sentem-se inferiores, definham, fenecem.

A OVJ se propõe a pressionar o Congresso Nacional a aprovar projetos de defesa dos direitos dos velhos e da amparo ao idoso. Parte-se do pressuposto de que velhice não é doença e que, portanto, senescência – entendida como uma etapa normal do ciclo da vida – não pode se confundida como senilidade.

O *Boletim* de abril de 1971 menciona a elaboração de um trabalho sobre a problemática da velhice, a ser apresentado ao Congresso. O referido trabalho teria sido elaborado pelo senador Atilio Vivacqua e reajustado, após a sua morte, pelo gerontologista Mário Filizzola, membro da OVJ que “*muito tem colaborado na desmarginalização dos velhos*”.

A OJV lutava, portanto, contra a estigmatização do idoso e pela sua inserção ativa na sociedade. A *Gazeta* de outubro de 1973 se referia com simpatia à existência do Movimento Pró-Idosos e da Sociedade Internacional de Assistência e Proteção aos Idosos e criticava o governo e o empresariado nacional por ignorarem o referido movimento e a entidade. Afirmava que a velhice não era a conclusão necessária da existência humana e que o velho tinha de findar seus dias sem sofrer a degradação a que estava submetido. Finaliza citando Simone Beauvoir: “*a velhice é uma fase da existência, diferente da juventude e da maturidade, mas dotada de um equilíbrio próprio, que deixa aberta ao indivíduo uma ampla gama de possibilidades*”.

A situação de “marginalização” – caracterizada pelo progressivo afastamento do idoso das atividades intelectuais e produtivas – tinha sido agravada pela constituição de 1967, que estabelecia a aposentaria aos 70 anos de idade. A “compulsória” acabou afastando obrigatoriamente da redação alguns remanescentes das gerações antigas, muitos dos quais ainda se sentiam aptos a exercer a profissão.

A aposentadoria compulsória foi criticada em diferentes textos tanto do *Boletim* quanto da *Gazeta*. Belfort de Oliveira ao ser perguntado se ainda exercia a profissão de jornalista, conta que trabalhava como autônomo para completar os recursos da aposentadoria até que foi obrigado pelo governo à solidão (07/1973).

No *Boletim* de 12/1971, Austregésilo de Athayde fala sobre o sentido da luta a ser travada:

“O que se exige é a velhice digna, aquela que assegura, depois das lutas, da soma de sacrifícios e devotamento despendidos, um repouso de corpo e de alma. Cada velho jornalista sabe o que foi preciso curtir para ganhar esse título, o que cada um teve que dar de si, em esforços sem recompensas, para ter o direito de chegar a essa velhice profissional que, nas proximidades do fim, nos congrega a todos, tão cheios de ternura uns pelos outros. Somos um exército meio estropiado, não porém vencido. Generais e soldados aqui se confundem e o posto não tem maior valia. O que importa, para o respeito mútuo, é a dignidade com que o lutador se manteve na refrega, sendo fiel a si mesmo e a seus ideais. As cicatrizes da batalha estão invisíveis porque os golpes foram recebidos no coração e na alma, mas ninguém jamais desistiu.”

Mais uma vez, a dimensão da convivência terna e afetuosa é mencionada. E, mais uma vez, os sacrifícios e o devotamento dedicados à profissão são exaltados. Mas, se o convívio fraterno e a devoção à profissão eram elementos importantes na construção da identidade do “velho jornalista”, a capacidade de se manter na luta era também fundamental. E, agora, a luta que estava em jogo era a do velho para continuar a ser homem e a do ex-profissional para se manter jornalista. Afinal, como afirmou Austregésilo de Athayde: “*Os verdadeiros soldados da imprensa morrem no fogo*”.

Bibliografia

- ACIOLY NETO. *O Império de Papel: os bastidores de O Cruzeiro*. Porto Alegre, Sulina, 1998.
- BARROS, Myriam Lins de Barros (org.). *Velhice ou terceira idade? Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política*. RJ, FGV, 2000.
- BEAUVOIR, Simone. *A velhice*. RJ, Nova Fronteira, 1990.
- BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade: lembrança de velhos*. São Paulo, Cia das Letras, 1994.
- HALBWACHS, Maurice. *Memória coletiva*. SP, Vértice, 1990.
- POLLAK, Michael. “Memória, Esquecimento, Silêncio”. In: *Estudos Históricos*, 2 (3). RJ, 1989.
- _____. “Memória e identidade social”. In: *Estudos Históricos*, 5 (10). RJ, 1992.
- NAMER, Gerard. *Mémoire e société*. Paris, Méridiens Klincksieck, 1987.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950*. RJ, ECO/UFRJ, 2000.
- SÁ, Adísia. *O jornalista brasileiro: Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais, de 1946 a 1999*. Fortaleza, Ed. Fundação Demócrito Rocha, 1999.

TERRA, Sílvio. *O velho taxaua da Ordem dos Velhos Jornalistas*. RJ, 1971.

Periódicos

Anuário Brasileiro de Imprensa – 1955. (AnBI)

Boletim Mensal da Ordem dos Velhos Jornalistas – de 08/1967 a 02/1973. (BMOVJ)

Gazeta da Ordem dos Velhos Jornalistas do Brasil – de 03/1973 a 12/1984. (GOVJB)

Publicidade e Negócios – 05/2/1956 e 29/12/1958.

Jornalismo e imposições do mercado: limites éticos

Ana Regina Barros Rêgo Leal¹

Resumo: O presente trabalho analisa a produção de matérias jornalísticas, no âmbito de veículos comunicativos de Teresina, Piauí, durante o período de junho a julho de 2005, destinadas exclusivamente a ampliar a divulgação dos produtos culturais Piauí Pop e São João no Pátio (TV Cidade Verde) e Micarina (TV Meio Norte). Estuda, ainda, o Programa Pop e o Planeta Micarina, produzidos localmente com o intuito de divulgar os produtos citados. Isto porque, cada vez mais, vem sendo adotada a prática de recorrer ao formato jornalístico para difusão de produtos mercadológicos. A análise tem como foco as imposições mercadológicas em contraposição à deontologia e ética jornalística.

Palavras-chave: Jornalismo, Mercado, Ética

INTRODUÇÃO

Não é de hoje que o jornalismo possui uma imagem desgastada e, freqüentemente relacionada a uma postura profissional em que os princípios éticos são relegados à segundo plano ou completamente abandonados. Balzac (2004,166) ao analisar a imprensa de seu tempo afirma que (...) se a imprensa não existisse seria preciso não inventá-la (...). Malcom (1990,11), em um processo de análise particular, generaliza radicalmente ao afirmar que o jornalismo é moralmente indefensável. Tomando como ponto de partida as declarações acima, às quais poderíamos acrescentar mais uma dúzia pelo menos, nos conduzimos para o foco de nossa investigação que está centrada não na crise de imagem da profissão em pauta, mas nos processos e condutas adotadas por profissionais e veículos de comunicação que terminam por construir uma imagem negativa vivenciada pelo jornalismo em vários momentos.

O processo analítico possui dois pontos teóricos de partida, o primeiro deles relacionado aos aspectos da deontologia do jornalismo e, o segundo, fundado no relacionamento do jornalismo com o mercado. Em análise, dois veículos de comunicação eletrônica do Piauí-Brasil, TV Cidade Verde e TV Meio Norte, afiliadas do Sistema Brasileiro de Televisão e, TV Bandeirantes, respectivamente. O primeiro objetivo é

¹ Jornalista. Profa. Universidade Federal do Piauí. Mestre em Comunicação e Cultura ECO-UFRJ. Doutoranda em Comunicação UMESP.

verificar a influência do mercado e da organização empresarial sobre o processo de produção da notícia. O segundo é identificar os agravos que o comportamento desses veículos de comunicação fazem à ética e aos códigos de ética, no processo de divulgação dos produtos culturais que promovem através de matérias jornalísticas, dentro de seus telejornais diários.

Foram analisadas 4 edições do Jornal da Tarde e uma edição do programa Planeta Micarina, ambos da TV Meio Norte. Na TV Cidade Verde foram pesquisados 2 edições do Jornal do Piauí, 2 do telejornal Notícias da Manhã, 2 edições do Jornal Cidade Verde e ainda uma edição do Programa Pop. É válido frisar que todas as matérias aqui analisadas foram ao ar durante o mês de junho e nos primeiros dias de julho de 2005.

SOBRE ÉTICA E CRISE

(...) A Ética, se é algo, é sobrenatural (...)

Wittgenstein

Ética tem se tornado um tema recorrente nas discussões acadêmicas, mas, principalmente tem ganho espaço nos debates públicos e privados. Na verdade, a ausência de uma postura ética nos diversos campos de atuação do homem, é que tem avançado nas discussões que acontecem no seio da sociedade. No Brasil, alguns destaques são inevitáveis como no exercício de cargos públicos. Em 2005 vivenciamos uma das maiores crises de credibilidade e ética de um governo democraticamente constituído. O povo brasileiro antes confiante na gestão do Partido dos Trabalhadores exatamente pela imagem de ética e seriedade que demonstrava, passou a acreditar que adquiriu através do voto, uma ilusão do marketing fabricada pelo publicitário/marketeiro, Duda Mendonça. Mas, outros segmentos da sociedade também se destacam, como no exercício da advocacia e até da magistratura, como na medicina e no futebol, e como não poderia deixar de ser, no jornalismo.

Há ou não, uma crise da ética atualmente? Se existe, está situada em um processo de mutação das instituições que constituíam seus principais pilares, como a religião e a família, por exemplo. Segundo Morin (2005, 27), há uma crise dos fundamentos da ética acontecendo dentro de uma crise das instituições da sociedade ocidental, principalmente. Em debate os fundamentos da certeza, da filosofia e da ciência. Contudo, muitos elementos

compõem as causas da turbulência por que passam os fundamentos da ética. Causas que tomaram corpo ao longo da evolução da humanidade.

O sentido de comunidade, a integração, a tradição, a família, o parentesco, a amizade, a religião, os relacionamentos informais e tudo o que compõe a fonte da responsabilidade e da solidariedade, encontra-se diante de uma nova realidade que acompanha o desenvolvimento político, social, econômico, cultural e tecnológico das sociedades contemporâneas. Assim, considerando que conforme Morin (2005, 22) a solidariedade e a responsabilidade são fontes da ética, esta se encontra em crise ou pelo menos em processo dinâmico de transformação, criação, adaptação ou mesmo substituição, pelos valores da nova sociedade. Sodré (2002,177), no entanto, afirma que inexiste uma “crise da ética”, (...) porque no limite contra o pano de fundo do evanescimento do sagrado, a ética não mais existe enquanto entidade (...). Segundo ele, a ética assume a linguagem da crise que acontece dentro da vida em comunidade.

Nesse contexto, o que se observa é uma involução no sentimento de comunidade e no universalismo ético, em favor do crescimento da individualidade, sobretudo, em decorrência da nova relação do indivíduo com a sociedade, criando um fosso entre os valores individuais e tendências coletivas, entre a ética individual e a ética da sociedade.

Por outro lado, Morin (2005, 27) nos esclarece que com a ausência de Deus, ou seja, com a substituição do imperativo religioso através da realidade científica que vem derrubando muitos dogmas das grandes religiões, sobretudo, as ocidentais; com a dessacralização das leis; e, com o enfraquecimento dos sentimentos de solidariedade e responsabilidade, ocorre a debilitação do imperativo comunitário e da lei coletiva dentro de cada indivíduo, proporcionando o surgimento de éticas particulares e de valores que substituem os fundamentos da ética universal.

É, portanto, neste contexto de incertezas em relação à dimensão ética, que nos perguntamos sobre a ética no exercício do jornalismo na sociedade contemporânea, considerando que é uma profissão que se depara diariamente com dilemas morais e éticos, já que é carregada de procedimentos contraditórios e situações limítrofes entre o bem e o mal.

DEONTOS

(...) Foram os “bons” mesmos, isto é, os nobres, poderosos superiores em posição e, pensamento que sentiram e estabeleceram a si e a seus atos como bons (...)

Nietzsche

De acordo com Karam (2004, 33) a deontologia é a cristalização provisória do mundo moral, validado pela reflexão ética, em normas sociais concretas, em princípios formais e, em normas jurídicas. No entanto, é válido ressaltar, que a formulação dos códigos deontológicos é realizada em determinado momento e por determinadas pessoas, que por mais imparciais que sejam, terminam por embutir nos códigos em algum momento, suas visões de mundo, suas crenças, sua ética, buscando muitas vezes manter privilégios inerentes às estruturas do poder.

Diante dessa realidade e, principalmente diante das dúvidas éticas e morais do jornalismo que se apresentam diariamente aos profissionais durante o processo de construção da notícia, tais como, respeitar a privacidade, os preceitos de verdade, manter a imparcialidade e a objetividade e ainda conseguir se manter no emprego e praticar um jornalismo de qualidade e vendável, sem utilizar métodos ilícitos, nem lançar mão do sensacionalismo, é que se faz necessário a adoção de um código de ética relativo às atividades da profissão.

Karam (2004, 52) é enfático ao afirmar que os códigos são quase meramente referências formais afastados da convicção interior do jornalista. Do nosso ponto de vista, essa realidade acontece porque os códigos nem sempre possuem normas factíveis de cumprimento, já que a atividade jornalística é, há mais de um século, uma atividade mercadológica, e, portanto, sujeita às leis do mercado e da livre concorrência, o que acarreta em uma atuação profissional que freqüentemente fere a deontologia.

É óbvio que da construção dos códigos não participam empresários da mídia, mas às vezes, participam jornalistas que representam o interesse dos empresários. O fato é que desde a construção/redação já se vislumbra uma limitação do poder de influência dos preceitos éticos na categoria.

Por outro lado, a atividade jornalística é tão complexa que acarreta em posicionamentos opostos ou ambíguos, às vezes dentro do mesmo código de ética, conforme Karam (2004, 75), como verificamos (...) no PIEJ-Princípios Internacionais da Ética Profissional do Jornalismo da UNESCO, onde os princípios I e IV apresentam dubiedade e antagonismo:

Princípio I: O DIREITO DOS POVOS A UMA INFORMAÇÃO VERÍDICA

“ O povo e os indivíduos têm o direito de receber uma imagem objetiva da realidade por meio de uma informação precisa e global, como também o direito de expressar-se livremente através dos diversos meios de difusão cultural e de comunicação “

Princípio IV: O DIREITO À VIDA PRIVADA E À DIGNIDADE HUMANA

“ Parte integrante das normas profissionais do jornalista é o respeito à vida privada e à dignidade humana, de acordo com os estipulantes do Direito internacional e nacional, relativos à proteção dos direitos e da reputação das pessoas, proibindo-se o libelo, a calúnia, a maledicência e a difamação” .

O mesmo acontece no **CLAEJ- CÓDIGO LATINO-AMERICANO DE ÉTICA JORNALÍSTICA** onde encontramos :

Artigo 2º - São também deveres do jornalista:
(...)- Impulsionar, consolidar e defender a liberdade de expressão e o direito que têm os povos de informar e serem informados.

Artigo 6º - São ações violatórias da ética profissional:
(...)
- a omissão de informação de interesse coletivo;
- a difamação e a injúria;

No **CEJB – CÓDIGO DE ÉTICA DO JORNALISTA BRASILEIRO** algo similar é relacionado, por exemplo, no Artigo 9º, que relaciona os deveres do jornalista, encontramos:

a- divulgar todos os fatos que sejam do interesse público;
b- lutar pela liberdade de pensamento e expressão;
g- respeitar o direito à privacidade do cidadão; (...)

Da maneira como estão dispostas as normas citadas acima, qualquer um dos códigos pode vir a ser transgredido em um ou mais itens durante a atuação profissional, já que no momento da construção da notícia o jornalista terá em algum momento, às vezes em muitos momentos, que optar qual norma deverá atender, bastando para tanto, que priorize um item em relação ao outro. Ou respeita o direito universal à informação, ou respeita o direito à privacidade. Na decisão, portanto, vai prevalecer a eticidade individual adquirida socialmente e sobre a qual pesam ainda a ética organizacional e cultural.

É, portanto, muito complexa a atuação do jornalista, pois para além do pragmatismo das técnicas de redação existe a subjetividade do conhecimento e dos dilemas éticos e morais, cujas concepções se confrontam na simplicidade de um único vetor, ou seja, ser ético ou ser não ético, moral ou imoral, o que pode ser difícil, considerando que muitas variáveis estão de jogo. ABRAMO (1993,109) afirma que (...) o jornalista não tem ética própria. Isso é um mito. A ética do jornalista é a ética do cidadão. O que é ruim para o cidadão é ruim para o jornalista (...).

MERCADO

(...) A comercialização da imprensa vai de encontro à metamorfose da esfera pública, em meio à propaganda : inversamente, aquela também levada adiante por necessidades de propaganda comercial oriundas autonomamente de contexto econômico (...)

Habermas

O processo de mercantilização da imprensa, que teve seu primeiro momento de expansão na segunda metade do século XIX quando se percebeu que a instituição não poderia fugir da necessária interface com a economia de mercado e concorrência, vem se acirrando paulatinamente, conforme as tendências do mercado ditadas pelos princípios do marketing. É Habermas (1984, 217) que nos situa no princípio do processo de transformação, afirmando que (...) o jornal acaba entrando numa situação em ele evolui para um empreendimento capitalista, caindo no campo dos interesses estranhos à empresa jornalística e que procuram influenciá-lo (...).

Um olhar mais atento às notícias veiculadas nos principais veículos de comunicação do Brasil e especificamente do Piauí, vai nos permitir visualizar a permissividade comum e recorrente entre anunciantes, patrocinadores e matérias “jornalísticas” com abordagem positiva e favorável a essas empresas, o que só comprova o pensamento de Habermas (1984, 217) quanto este afirma que

(...) desde que a venda da parte redacional está em correlação com a venda da parte de anúncios, a imprensa que até então fora uma instituição de pessoas privadas enquanto público, torna-se uma instituição de determinados membros do público enquanto pessoas privadas, ou seja, pórtico de entrada de privilégios e interesses privados na esfera pública (...)

O fato é que, diante da evolução dos veículos comunicativos, no âmbito da esfera pública e, junto ao aparato tecnológico que se renova a cada dia, a mídia busca atender às imposições do mercado, em detrimento de um debate aprofundado acerca dos acontecimentos que inundam o espaço público. Por vezes, as necessidades mercadológicas são satisfeitas através de temas pautados pelo público e que, face à sua importância e centralidade, são forçosamente agendados pela mídia. Porém, são frequentes as situações em que os conglomerados comunicativos repassam ao grande público, produtos informativos de cunho eminentemente comercial, relegando ao segundo plano a informação de *loci publici*. Exemplo recente é a inserção de notícias dentro dos telejornais da Rede Globo, até então bem conceituados, acerca do dia-a-dia dos componentes do *reality show Big Brother Brasil*. Matérias estas que concorrem com outras de cunho informativo, tornadas banais pela associação com a artificialidade do banal transformado em notícia. (Rêgo Leal, 2004,91).

É, portanto, diante de uma realidade de visível dependência da esfera comunicativa em relação à esfera econômica, e, considerando a simbiose em que se lançam comunicação e economia de mercado, visando a manutenção das estruturas do consumo, que o respeito e atendimento aos preceitos éticos contidos ou não em códigos deontológicos, encontra-se em declínio, principalmente quando se considera a vertente que se relaciona com o mercado. Para Sodré (1996,49)

(...) projetos éticos não costumam coincidir com a realidade do mercado neoliberal de consumo. Observa-se que as exigências da economia de mercado impõem progressivamente um código cultural assimilador de todas as atividades humanas, apoiado por uma rede complexa de tecnologias de produção e consumo de massa, onde desempenham papel de proa, os meios de comunicação de massa(...)

Nesse sentido o marketing que segundo Kotler (1999, 3) (...) é o processo social e gerencial através do qual os indivíduos e grupos obtêm aquilo que desejam e de que necessitam, criando e trocando produtos e valores uns com os outros(...), mas que hoje define estratégias e, principalmente, gerencia os processos de venda de produtos e serviços, de construção de identidades e manutenção de imagens, invadiu também por osmose as estruturas organizacionais dos mídias que passaram a adotar procedimentos de venda a varejo e atacado, para notícias e imagens públicas ou privadas.

Dentro das empresas de comunicação são agora comuns, termos como, segmentação de público, reposicionamento mercadológico, liderança de mercado, customização do produto, comportamento do consumidor, responsabilidade social,

merchandising social, dentre outros, que, se por um lado mascaram um processo de permissividade e promiscuidade entre a publicidade e o jornalismo, por outro, faz aflorar um processo de ética da utilidade, através das ações de fomento ao desenvolvimento social, educacional e cultural, reconhecido com certificados internacionais que qualificam a responsabilidade social corporativa.

OS CASOS

Em 1994, em meio à explosão dos carnavais fora de época ou micaretas, o emergente grupo empresarial hoje denominado Meio Norte lança em parceria com uma empresa de eventos de Teresina a Micarina, que durante mais de uma década ocuparia lugar de destaque nos grandes eventos do nordeste brasileiro. O Grupo Meio Norte é, hoje, proprietário de inúmeras empresas, como as concessionárias de automóveis da Volkswagen, Chevrolet e Renault, de Instituições de Ensino Superior e até de hospitais. Dentre as empresas do referido grupo, destacamos as do ramo da comunicação como a TV MN, FM Globo MN, o jornal MN e o portal MN.

Santos Lima(2004, 30) investigando a influência do setor comercial na redação do jornal MN, informa que a quantidade de conteúdo jornalístico do referido impresso é determinado pela quantidade de publicidade que o jornal negocia. Na mesma pesquisa, o autor revela que a maior parte das propagandas é relativa às empresas do próprio grupo empresarial.

Essa realidade verificada no impresso se estende aos demais veículos de comunicação e chega à TV MN. O agravante, do nosso ponto de vista, não se encontra apenas no uso dos meios para divulgação das empresas coligadas, mas no avançar da publicidade sobre os programas jornalísticos, com transformação de informes publicitários em notícias.

Na outra ponta, a TV Cidade Verde que nasceu há 20 anos, e, que assim como a anterior pertence a um grupo empresarial familiar que mantém outras atividades no mercado piauiense, tais como lojas de departamentos e revendedoras de carro, como a da Fiat em Teresina, também vem atuando há cerca de quatro anos na promoção de eventos e no desenvolvimento de produtos culturais de fomento a cultura local, mas também de marketing e, ou, merchandising social e cultural.

Em 2004, em parceria com uma promotora de eventos, a TV Cidade Verde lançou o Piauí POP, um evento destinado a reunir um público de música pop rock, hip hop, reggae, dentre outros estilos. Este evento já em sua primeira edição tornou –se um sucesso e foi reeditado em 2005.

O que se observa em ambas as emissoras, é que utilizam com frequência o recurso da notícia para legitimar e reforçar o discurso de venda do produto cultural que promovem. Como enfatiza Meditsch (2004, 63)

(...) a lógica da mídia confina o jornalismo de qualidade, limitando-lhe o acesso a seu capital simbólico, que é a audiência. No entanto, a instituição jornalística não sobrevive fora da mídia, e para sobreviver dentro dela empresta-lhe o seu próprio capital, que é a credibilidade. A indústria da mídia não despreza este outro capital, que toma emprestado, pois lhe amplia o poder político e, através do prestígio, também a eficiência econômica (...)

O JORNALISMO NO PROCESSO LEGITIMADOR DA PUBLICIDADE E O AGRAVO A DEONTOLOGIA JORNALÍSTICA

A análise das matérias veiculadas nos telejornais das duas emissoras que compõem o nosso *corpus* de interesse na presente investigação nos permitiu visualizar o uso efetivo do jornalismo e de seu processo de credibilidade para legitimar a venda de um produto cultural de interesse comercial do grupo empresarial a que pertencem os veículos informativos.

O Jornal da Tarde reiteradas vezes realiza matérias divulgando o principal produto cultural que a MN Eventos realiza, além é claro, de também realizar reportagens sobre o desempenho comercial das empresas coligadas, ou, ainda, iniciativas de cunho social do grupo MN.

A estratégia de divulgação da Micarina, ou do Planeta Micarina, como se denomina atualmente o evento, tem início no primeiro mês subsequente à realização do mesmo, já preparando para a edição do ano seguinte. Um grande aparato publicitário e midiático é acionado, e, mensalmente ou bimestralmente, são realizados eventos menores que tem como objetivo manter na mente do público a festa maior, realizada em julho na capital piauiense. A cada show que se realiza visando a preparação para o ano seguinte, propagandas e matérias jornalísticas são inseridas em todos os veículos que compõem o grupo MN com o fim de proporcionar a maior visibilidade possível às suas realizações.

Nas edições do Jornal da Tarde analisadas e que foram ao ar nos dias 07,15, 24 e 27 de junho de 2005 foram veiculadas matérias com o objetivo de reforçar a divulgação da programação da Micarina, assim, tivemos, por exemplo, matéria sobre a vinda do Marcelo D2 durante a micareta, no início do mês, e ao final do mês de junho, outra reportagem sobre cultura hip hop, enfatizando a vinda do Marcelo D2, e a importância da gênero musical e de sua influência no público adolescente, principalmente de baixa renda. Tivemos também matérias sobre a expectativa do público para a Micarina e sobre as atrações de cada noite de carnaval em Teresina. Por outro lado, o planejamento da divulgação dos eventos ainda aproveita as reportagens dos telejornais e as replica em programas de variedades como a Revista Meio Norte e o programa Tudo a Tarde, hoje já extinto, o que acarreta em um redundante processo de legitimidade, onde a credibilidade do telejornal e dos veículos informativos de referência é assimilada pela programação de variedade e entretenimento.

Na TV Cidade Verde, especificamente nos telejornais Notícias da Manhã, Jornal do Piauí e Jornal Cidade Verde, a realidade se revela similar, sendo que o recurso de utilização da credibilidade do jornalismo é um dos mais usados na divulgação dos eventos culturais realizados pela própria TV ou por empresas parceiras.

No que concerne ao evento São João no Pátio, realizado na cidade de São João do Piauí situada há cerca de 600 km de Teresina, foi utilizada uma estratégia de divulgação que além das peças publicitárias normais contou com o reforço do jornalismo com a realização de reportagens quase que diariamente, com antecedência de cerca de um mês do evento. Assim, foi entrevistado em estúdio o arquiteto que projetou o espaço físico de realização do evento. No dia 16 de maio, por exemplo, foi realizada, no Jornal do Piauí, uma cobertura completa de uma celebração que reúne pessoas oriundas da cidade aonde o evento se realizaria, nos dias 17 e 18 de junho, ao final da qual se divulgava toda a programação da festa. Faltando uma semana para os shows, o âncora do Jornal do Piauí foi até a cidade de São João para realizar de lá várias reportagens sobre os recursos turísticos da região.

No que se refere à divulgação do Piauí POP, este realizado pela TV e por uma empresa de eventos parceira, a estratégia também é muito bem elaborada e lançada no mercado com muita antecedência. Dela faz parte o uso do recurso do jornalismo como forma legitimadora do discurso de que o evento é realmente de interesse social, já que proporciona além do lazer, a geração de emprego e renda. A transformação do produto, Piauí POP, em notícia é feita paulatinamente. As matérias são realizadas quase diariamente

em todos os telejornais da TV durante o mês que antecede o evento. No dia 22 de junho, por exemplo, foi lançado o Momento Pop no telejornal matinal, Notícias da Manhã. Já no dia 25 de junho o Jornal noturno, Cidade Verde, faz uma grande matéria referente ao lançamento do espaço Jazz blues, uma das atrações do Piauí POP. No dia 27 de junho o Jornal do Piauí faz uma matéria pormenorizada sobre a montagem dos palcos, explicando didaticamente a programação em cada um deles. No dia 25 de junho há uma matéria sobre o lançamento do espaço Hip Hop do evento.

Desta forma, se verifica que a TV Cidade Verde trabalha um processo de agendamento do evento em toda a sua grade de programação, reforçado por outras empresas de comunicação parceiras como o Jornal O Dia e o portal Cidade Verde. O evento entra na agenda do público, tendo todos os detalhes que se referem ao festival pop, trabalhado pela mídia e comentado pelo público.

Por outro lado, verificamos ainda que os programas Planeta Micarina e Programa POP destinados exclusivamente a tratar dos eventos já mencionados, realizam entrevistas e reportagens abordando tanto a vida dos músicos, quanto de pessoas do público, fãs, como também os aspectos de infra-estrutura, festas nos camarotes privativos, dentre outros temas, e, o que ocorre é o aproveitamento dessas matérias pelos telejornais, que terminam coroando de credibilidade a divulgação inicial feita apenas com cunho publicitário.

Diante da conjuntura exposta, é que se verifica que em ambos os veículos e seus telejornais aqui analisados ocorre o uso do jornalismo com fins mercadológicos e a serviço do marketing empresarial.

Por outro lado, é visível ainda que a conduta adotada pelas organizações midiáticas em análise, fere pelo menos dois artigos do **CEJB**, o 3º que afirma (...) a informação divulgada pelos meios de comunicação pública pautar-se-á pela real ocorrência dos fatos e terá **por finalidade o interesse social e coletivo** (...), e, o 9º, que em sua letra a, afirma que é dever do jornalista (...) divulgar todos os **fatos que sejam de interesse público**(...), (*grifos nossos*).

EM ANTÍTESE – CONCLUSÃO PROVISÓRIA

O avanço da publicidade nos veículos midiáticos tem acompanhado os processos evolutivos das tecnologias da informação e comunicação, e, com frequência cada vez

maior, tem se apropriado do discurso jornalístico visando legitimar e dar credibilidade a ações de venda de produtos, serviços ou imagens.

Em que se pese as orientações e estratégias do marketing que tratam dos processos de venda e de construção de identidade e manutenção de imagens, a partir da adoção de condutas de responsabilidade social corporativa no fomento ao desenvolvimento econômico e social, e na preservação das manifestações culturais, o que se observa é, nesses casos, a adoção de uma ética da utilidade, ou seja, adotar procedimentos éticos porque é útil e conveniente.

Nos casos analisados, se há a adoção de uma ética, é com certeza de uma ética de utilidade. Contudo, a apropriação da credibilidade do jornalismo e do jornalista para fins eminentemente comerciais é patente, o que coloca em dúvida a eticidade adotada pelas empresas de comunicação e profissionais do jornalismo envolvidos, deixando visível o objetivo comercial dessa modalidade de divulgação, que para o telespectador desavisado passa como uma notícia de interesse social que apresenta uma verdade, e essa verdade reflete os conceitos de marketing que definem os eventos em pauta.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALZAC, Honoré de. **Os Jornalistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: CIA das Letras, 2000.
- KARAM, Francisco José. **Jornalismo, Ética e Liberdade**. São Paulo: SUMMUS, 1997.
- _____. **A Ética Jornalística e o interesse público**. São Paulo: SUMMUS, 2004.
- KOTLER, Philip. **Princípios do Marketing**. Rio de Janeiro: Ed. LTC S.A, 1999.
- MALCOM, Janet. **O Jornalista e o Assassino- uma questão de ética**. São Paulo: CIA das Letras, 1990.
- MEDITSCH, Eduardo. **Palavras, Jornalismo, Mídia, Poder e Cidadania**. IN: SOUSA, Jorge Pedro (org.) JORNALISMO DE REFERÊNCIA. Porto, PT: Edições UFP, 2004.
- MORIN, Edgar. **O Método 6- ÉTICA**. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- NIETZSCHE, Friedrich. **Genealogia da Moral**. Rio de Janeiro, Petrópolis: Vozes, 1998.
- _____. **Além do Bem e do Mal**. São Paulo: CIA das Letras, 2005.
- RÊGO LEAL, Ana Regina Barros. **Webjornalismo de referência brasileiro**. SOUSA, Jorge Pedro (org.) JORNALISMO DE REFERÊNCIA. Porto, PT: Edições UFP, 2004.
- SANTOS LIMA, George. **A influência da administração dos veículos de comunicação na produção de conteúdos**. TCC. Teresina: UFPI, 2004.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Rio de Janeiro, Petrópolis: Vozes, 2002.
- _____. **Ética, cidadania e imprensa**. IN: PAIVA, Raquel(org.). ÉTICA, CIDADANIA E IMPRENSA. Rio de Janeiro: MAUD, 2002.
- _____. **Reiventando @ Cultura**. Rio de Janeiro, Petrópolis: Vozes, 1996.

Natureza em pauta: o perfil do jornalismo ambiental em Vitória da Conquista/BA

Anaelson Leandro de Sousa ¹
Betânia Maria Vilas Boas Barreto ²
Rodrigo Bomfim Oliveira ³

Resumo: Dentro do jornalismo especializado o meio ambiente tem encontrado um espaço relevante configurado como jornalismo ambiental. Praticado, ainda, de forma incipiente, esta recente especialidade tem despertado, cada vez mais, os profissionais da imprensa a refletirem sobre o papel dos meios de comunicação diante da crise ambiental e consequentemente a inclusão do tema em sua pauta. O objetivo deste trabalho é apresentar o perfil da imprensa em Vitória da Conquista, obtidos a partir da aplicação de questionários, e de como a mesma se preocupa em conhecer e praticar um jornalismo voltado para temas ambientais.

Palavras-chave: jornalismo; meio ambiente; meios de comunicação;

As primeiras informações ambientais no Brasil começaram a aparecer ao longo da década de 1960, quando as pesquisas sobre “poluição” foram realizadas em São Paulo, revelando os efeitos negativos da sociedade urbanizada e do desenvolvimento industrial, tida, até então, como sinônimo de progresso (Crespo, 2003). Ainda na década de 60, Viola (1992) explica que mesmo com as primeiras iniciativas de organizações ambientais no país, não existia sequer uma preocupação marginal com a problemática ambiental na opinião pública. Nem mesmo a primeira Conferência Mundial sobre Desenvolvimento e Meio Ambiente, realizada em Estocolmo, em 1972, foi capaz de gerar um debate amplo na sociedade brasileira. O impacto foi mínimo nos meios de comunicação.

¹Jornalista, professor do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB e mestrando em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pelo Prodem/UESC.

²Jornalista, prof^a. do Curso de Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, Ilhéus; de Jornalismo da Faculdade do Sul da Bahia – Facsul, Itabuna; Mestre em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pelo Prodem/UESC.

³Jornalista, Publicitário, professor do Curso de Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, Ilhéus; de Publicidade e Propaganda das Faculdades de Tecnologia e ciências – FTC, Itabuna mestrando em Cultura e Turismo na UESC/UFBA.

Na década de 80, um outro momento marcante da história ambiental, foi a elaboração do relatório "Nosso Futuro Comum", conhecido também como Relatório Brundtland. Concluído em 1987, o documento não repercutiu nos meios de comunicação de maneira satisfatória a mobilizar a sociedade para uma discussão local, mas serviu para alertar a sociedade e governos sobre a escassez de recursos naturais e a necessidade de repensar os novos significados de desenvolvimento. Apesar do Relatório Brundtland não ter tido efeitos diretos nos meios de comunicação, seu impacto indireto decorre de ter levado o desenvolvimento sustentável ao cenário internacional e à pauta de diversas reuniões cobertas pela mídia. A cobertura só foi sofisticada à medida que se evidenciava o fato de não haver soluções simples para problemas globais e locais de desenvolvimento (Starke, 1991).

Um maior interesse pelo tema, segundo Ramos, começou a se verificar a partir da Conferência Mundial da ONU sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio 92 – reunião que conglomerou milhares de representantes de governos de todo o mundo para discutir os problemas ligados às questões ambientais globais, no Rio de Janeiro.

Segundo Crespo, foi durante a reunião da Rio 92 que o meio ambiente ganhou os veículos de comunicação de massa e boa parte da população tomou conhecimento de temas como poluição global, efeito estufa, ameaça aos ecossistemas, entre outros.

A superexposição que o tema obteve por aqui antes, durante e após a Conferência, descolou definitivamente, para os brasileiros, a problemática ecológica ou ambiental daquela moldura provinciana que colocava o ambientalismo na caixinha da “contracultura”, e rapidamente, tanto para as elites informadas quanto para a população (através da mídia), meio ambiente começou a ser relacionado a uma série de eventos dramáticos que a pauta dos chamados problemas globais fez emergir (p.62).

A partir da Rio-92 a mídia passou a ter um papel importante quanto à disseminação dessas informações ambientais e formação da opinião pública, ajustando as características intrínsecas do meio jornalístico com o debate de conteúdo ambiental.

Outro grande encontro foi realizado pela ONU, dez anos depois, foi a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada em 2002, em Joanesburgo, África do Sul, conhecida também como Rio + 10. A Cúpula reafirmou o programa de implementação da Agenda 21 e os compromissos para com a carta de princípios do Rio. Como resultado a Conferência produziu dois importantes documentos: A Declaração de Joanesburgo, composta por 37 itens, reafirma o compromisso com o desenvolvimento sustentável; e o Plano de Implementação de Joanesburgo.

Jornalismo e Meio Ambiente

O jornalismo ambiental pode ser considerado uma das muitas especializações no campo do jornalismo. Este segmento vem desempenhando uma importante tarefa a partir da Rio 92 em colocar em evidência, para um público especializado, notícias sobre o meio ambiente. Segundo Berna (2001) apesar da enorme importância, a questão ambiental não está entre as principais preocupações do grande público. Após 1992 podemos considerar que houve um “achatamento” dos espaços dedicados ao meio ambiente nos meios de comunicação em geral, ao mesmo tempo em que, paradoxalmente, aumentou o interesse pelo tema por parte de um público multiplicador de opinião cada vez mais significativo. Na Conferência do Rio de Janeiro, em 1992, o evento ocupou um espaço maior, tanto nos noticiários nacionais e regionais Ramos (1996).

A mídia recentemente tem mostrado interesse em divulgar notícias com temas ambientais, ocupando um espaço mais expressivo que em décadas anteriores. Ramos (1995) confirma que a influência da comunicação no discurso ambiental ao mesmo tempo em que cumpre o papel de elemento de ligação para a constituição de uma base de entendimento comum diante das diferentes leituras sobre o ambiente é responsável, tanto pela omissão quanto pela difusão indiscriminada de mensagens ambientais. Em muitas dessas mensagens refletem-se os interesses meramente corporativos e não coletivos, uma vez que meio ambiente engloba toda a coletividade.

Nesse sentido, a abordagem midiática sobre as questões ambientais tem levado muitos pesquisadores a concluir que, de maneira geral, o meio ambiente não é tratado com relevância necessária para o debate da sociedade com relação à problemática ambiental que vem se agravando ao longo dos anos. Para John (2001) as informações de qualidade profissional e ética ainda não ocupam lugar de destaque na grande mídia. “O meio ambiente ainda não tem um lugar definido ou estável nas páginas da imprensa escrita ou no rádio e beira o desastre na imprensa televisiva, com raríssimas exceções”. Lopes (2001) corrobora com esta afirmação quando comenta que a chamada “grande imprensa” dá

mais importância a denúncias envolvendo ‘áreas verdes’ e animais em extinção do que aos problemas ocasionados pela falta de saneamento básico nas periferias das grandes cidades ou pelas construções desordenadas em encostas. Para o senso comum de muitos jornalistas, esses últimos sequer são questões ambientais, mas políticas, da mesma forma que os transgênicos são um problema da ciência (p.136).

Aumentando a argumentação sobre o assunto, Trigueiro (2003) salienta que os próprios profissionais de mídia não têm o aprofundamento necessário para transmitir informações embasadas ao público. “E este é um ponto fundamental na área de comunicação, porque obriga os profissionais de mídia a perceberem a realidade de uma

forma inteiramente nova e, sob alguns aspectos, revolucionária” pois a dimensão ambiental trabalha com o caráter multidisciplinar que permeia todas as áreas do conhecimento, induzindo a uma leitura da realidade onde tudo está conectado, interligado e relacionado e não como o conhecimento encontra-se no mundo moderno: fragmentado, compartimentado em áreas que, muitas vezes, não se comunicam.

A falta de um conteúdo adequado ao profissional da comunicação para a exposição do tema ambiental reflete-se em suas produções e é entregue ao público que, de uma forma geral, sem outro caminho de absorção de informações, termina também fragmentando seus conceitos e se distanciando da inter-relação com o meio ambiente. Discutindo essa inter-relação, Reigota (2002) define meio ambiente como o lugar onde, as relações dinâmicas e de interação entre os elementos naturais e sociais implicam processos de criação cultural/tecnológico e processos histórico/social de transformação do meio natural e construído.

Mas estes processos de transformação histórico, cultural e ambiental são deixados à margem pela chamada “grande mídia”, que promove a reificação do mercado e acabam ficando na superfície dos problemas ambientais, menosprezando a participação e emancipação humana, além de excluir a ampla parcela da população que mais sofre com a degradação ambiental (Lopes, 2001).

Desta forma, a interpretação que o jornalismo expõe sobre a temática ambiental se reveste de importância na medida em que os veículos comunicativos passam a ser não só informativos como formadores de opinião para a sociedade em geral.

Diante das referências apresentadas pelos autores sobre jornalismo ambiental, torna-se necessário averiguar como o meio ambiente vem recebendo cobertura por parte dos jornalistas. Portanto, o objetivo deste trabalho é apresentar o perfil da imprensa em

Vitória da Conquista, região sudoeste do estado da Bahia, e como a mesma conhece e pratica um jornalismo voltado para temas ambientais.

Para entender melhor como ocorre a prática do jornalismo ambiental em Vitória da Conquista foi necessário aplicar questionários entre os profissionais dos meios de comunicação da cidade no sentido de obter o perfil destes comunicadores, a sua relação com o meio ambiente. Os questionários foram aplicados nas rádios, jornais, televisões e principais centros de Assessorias de Comunicação (Prefeitura e Câmara Municipal).

Para Dencker e Viá (2001) no questionário, a informação obtida pelo pesquisador que limita-se a respostas escritas e às questões predeterminadas, também apresentadas de forma escrita. “Por sua natureza impessoal, a redação típica, ordem regular das questões e instruções para registro das respostas, o questionário permite maior facilidade na coleta dos dados, não exigindo a presença do pesquisador” (2001, p. 162).

Novelli (2005) considera que o início do processo de elaboração do questionário é a compilação de dados disponíveis sobre o assunto a partir do escopo da pesquisa e que muitas vezes esses dados não estão disponíveis ou não foram coletados, de acordo com o ineditismo do estudo. “Nesse caso, para suprir tal falta é a realização de um estudo preliminar sobre o tema a partir do ponto de vista dos entrevistados. Este estudo de características qualitativas busca apreender o imaginário do público alvo sobre o tema em questão” (p.168).

Os questionários foram elaborados com estas orientações e foram distribuídos para todos os meios de comunicação em Vitória da Conquista (Tabela 1). As informações foram levantadas entre os profissionais envolvidos com a comunicação no período de 24 de novembro a 15 de dezembro de 2004. Foram considerados os meios de comunicação impresso, radiofônico, televisivos e as Assessorias de Comunicação da Prefeitura e Câmara Municipal.

Tabela 1
Empresas jornalísticas e instituições que responderam aos questionários

Comunicadores em Vitória da Conquista			
Segmento	Empresa/Instituição	Período	Método
Assessorias de Comunicação	Prefeitura e Câmara e Vitória da Conquista	24 de novembro a 15 de dezembro de 2004	Técnica de entrevista/ Questionário
Rádios	Jovem Pan; Band FM; Brasil FM; Clube FM; Canção Nova AM, Rádio Cidade AM e Clube AM.	24 de novembro a 15 de dezembro de 2004	Técnica de entrevista/ Questionário
TV	TV Cabrália/TV Sudoeste	24 de novembro a 15 de dezembro de 2004	Técnica de entrevista/ Questionário
Jornais	A Semana; Diário do Sudoeste; A Tarde (sucursal)	24 de novembro a 15 de dezembro de 2004	Técnica de entrevista/ Questionário

Os meios impressos escolhidos foram pelo critério de maior circulação e tiragem por edição, tendo em vista que a maioria dos impressos publicados na região são de periodicidade irregular.

As rádios selecionadas foram todas as que transmitem em frequência modulada - FM e amplitude modulada - AM, com exceção das rádios comunitárias, por possuírem baixa potência e irregularidades em suas transmissões. As rádios FM foram a Band, Transamérica (que além de retransmitirem programação nacional via satélite tem espaços locais), Brasil FM e Clube FM. As de amplitude modulada foram a Canção Nova AM, Rádio Cidade AM e Clube AM.

Quanto a canais de TV foram consideradas as de sistema aberto (existe o canal 36 em sistema fechado - a cabo -, porém com irregularidades em sua programação) TV Cabrália e TV Sudoeste. Ao todo, foram catalogados 78 profissionais ligados diretamente aos meios de comunicação (tabela 2).

As assessorias de comunicação da Prefeitura e da Câmara foram consideradas na pesquisa por concentrar um grande número de profissionais nessa área.

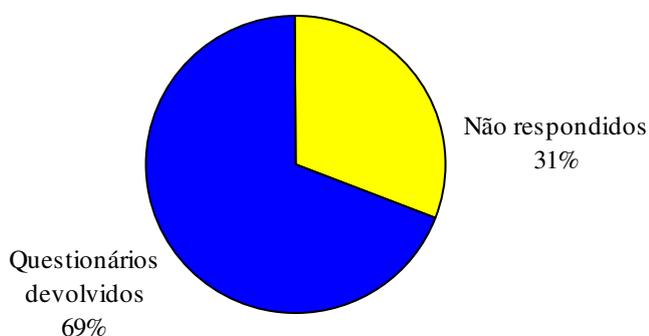
Tabela 2
Relação de questionários aplicados entre os comunicadores

Meios	Entregues	Devolvidos	Não respondeu
Prefeitura/Câmara	21	12	9
imprensa	15	10	5
Rádio	22	17	5
TV	20	15	5
Total	78	54	24

A participação dos comunicadores na pesquisa nos deu representatividade para prosseguir com a tabulação dos questionários. Consideramos o retorno do material positivo, pois, quase 70% dos entrevistados (Gráfico 1) participaram. Os 31% que não responderam no período, em alguns casos, demonstraram falta de tempo, extravio do questionário e desinteresse em participar.

Gráfico 1

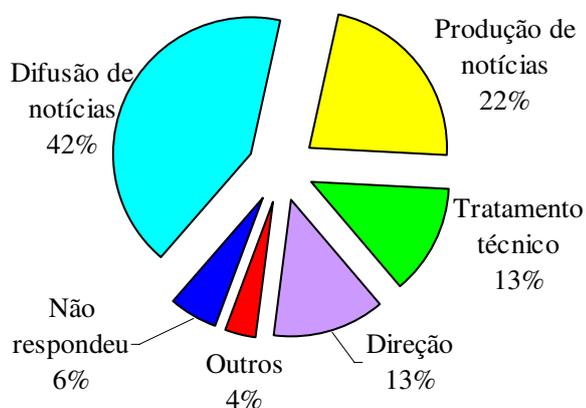
Questionários aplicados em Vitória da Conquista



A pesquisa ajudou a revelar o perfil profissional e a classificar por espaços de atuação. Catalogamos a partir das atividades profissionais as seguintes áreas: **Difusão de notícias** (Repórteres, locutores, comentaristas, apresentadores); **Produção de notícias** (Produtores e editores); **Tratamento técnico** (operadores de áudio, operadores de câmeras, gráficos e diagramadores); e por último, **Direção** (diretor geral, diretor de imagens, chefe de redação e chefe de assessoria). O maior número de ocupações registradas foram os repórteres, com 17 incidências seguidos por produtores, com 7 incidências (Gráfico 2). Existe, porém, uma concentração de profissionais na área de difusão de notícias.

Gráfico 2

Classificação dos comunicadores por atividade profissional

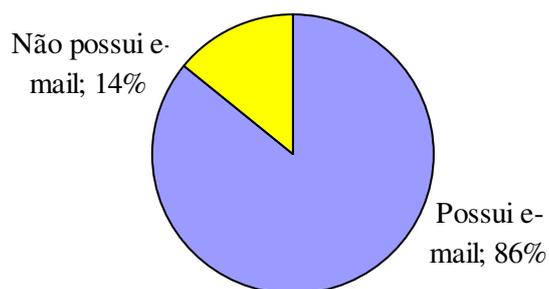


A internet cada vez mais vem solidificando-se como nova forma de transmissão de informações. Apesar da maioria dos meios não possuírem páginas no meio virtual, muitos profissionais fazem uso de contas de correios eletrônicos (e-mails). Apenas 14% estão

excluídos desta comunicação digital enquanto 86% utilizam o e-mail de maneira particular e profissional.

Gráfico 3

Endereço eletrônico (e-mail)

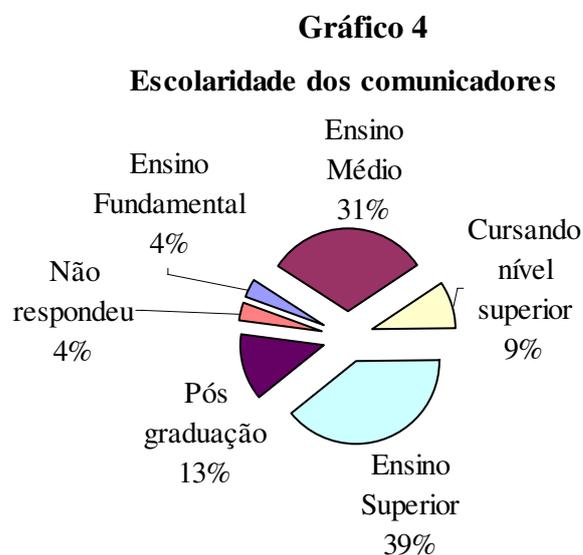


A faixa etária entre comunicadores apresenta uma característica de jovialidade (Tabela 3). Mais de 80% estão entre os 20 e 40 anos. O que chama a atenção é o fato de 11% ter idade superior a 51 anos.

Tabela 3
Faixa etária dos comunicadores

Idade	Nº Absoluto	%
Até 20 anos	1	2%
21 a 30	24	44%
31 a 40	20	37%
41 a 50	3	6%
Acima de 51	6	11%
Total	54	100%

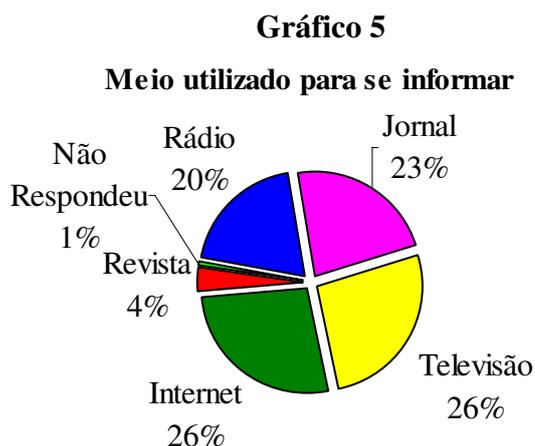
Apesar da existência recente de curso superior em Jornalismo na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB, criado em 1998, há um grande número de comunicadores com nível superior atuando no mercado. Grande parte dos profissionais tem formação superior em outras áreas (Gráfico 4). A tendência é que nos próximos anos o mercado de trabalho em comunicação amplie o número de profissionais com graduação e pós-graduação. Também, foi identificado um pequeno número de comunicadores que cursam ainda o nível fundamental de ensino.



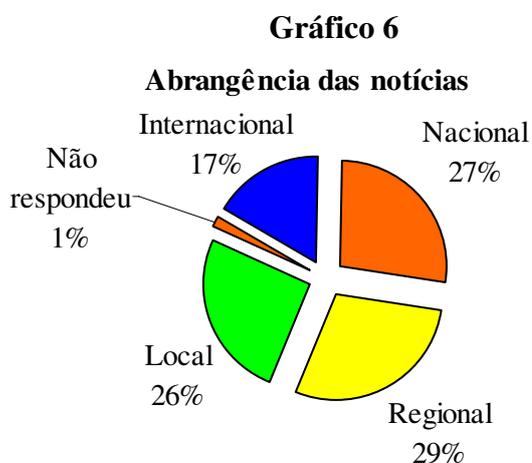
Os meios de comunicação se pautam através de outros meios para noticiar acontecimentos que compõem a agenda pública. Os comunicadores também acessam outros meios de comunicação para compor a sua formação cultural. Em Vitória da Conquista eles utilizam, em maior número, a televisão e a internet para se informarem. Os meios impressos juntos, não ultrapassam os meios eletrônicos (rádio, televisão e internet). Isso significa que os meios impressos, por exigir mais leitura, é pouco procurado em

relação a outros meios que exigem percepção auditiva e visual (Gráfico 5). A pesquisa demonstrou também que eles se informam pelo próprio meio em que trabalham.

Os releases (notas, sugestões de pauta) produzidos pelas assessorias também servem como meio de informação entre os comunicadores.



A preferência por notícias nacionais, regionais e locais apresentou certo equilíbrio (Gráfico 6). No entanto, ao unir as indicações local e regional, as notícias sobre Vitória da Conquista e de outras regiões do estado da Bahia despertam o interesse em 55% dos comunicadores.



Os temas mais procurados pelos profissionais de comunicação apresentam grande diversificação. Além dos temas proposto no questionário outros foram acrescentados por eles como: religião, saúde, comunicação e cidadania (Tabela 4). O tema ecologia foi sugerido e obteve 13% de interesse, enquanto cultura e política foram os mais citados.

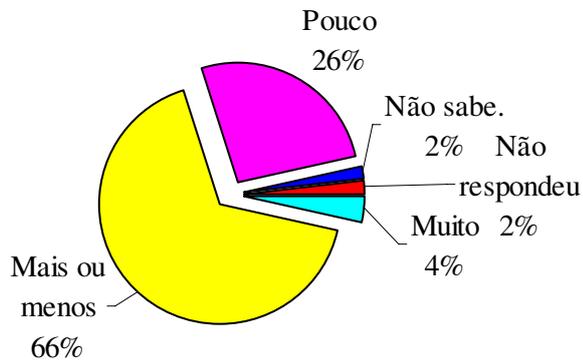
TABELA 4
Temas que mais interessam aos comunicadores

Temas	%
Cultura	24
Política	23
Economia	20
Esporte	14
Ecologia	13
Religião	2
Saúde	1
Comunicação	1
Cidadania	1
Não respondeu	1
Total	100

Quanto a notícias envolvendo questões ambientais a maioria dos entrevistados se sentiu mais ou menos bem informados. Mais de $\frac{1}{4}$ dos entrevistados responderam que são pouco informados e somente dois profissionais, o que corresponde a 4%, afirmaram que se sentem bem informado sobre questões ambientais, (gráfico 7).

Gráfico 7

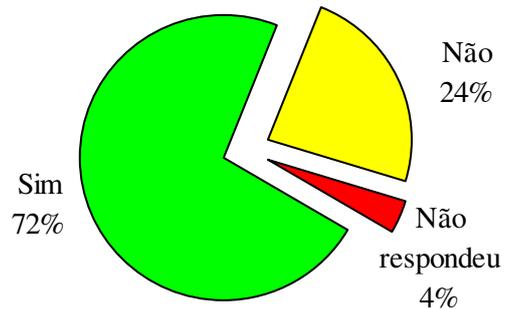
Os comunicadores se sentem bem informados sobre Meio Ambiente



Questionados sobre a produção de notícias sobre o meio ambiente, apesar da maior parcela não se sentir bem informado sobre o assunto, ainda assim, mais de 70% já realizaram notícias ou produziram pautas ambientais (Gráfico 8). 24% consideram que nunca fizeram nada relacionado ao meio ambiente.

Gráfico 8

Produziu matéria ou pauta sobre Meio Ambiente



Dentre as matérias produzidas sobre o meio ambiente destacamos uma maior abordagem sobre assuntos ligados a natureza e ao meio ambiente rural (Tabela 5). No meio ambiente urbano a maior parte das matérias produzidas estão relacionadas ao lixo e isto se deve as políticas públicas da Prefeitura de Vitória da Conquista que vem incentivando a criação de uma associação de catadores de material reciclados. Devastação e preservação, ambos relacionados a um ambiente rural, seguem como os temas mais produzidos.

Os temas sobre eventos realizados por órgãos governamentais e não-governamentais, água e desenvolvimento sustentável foram os menos citados.

TABELA 5
Matérias produzidas pelos comunicadores sobre meio ambiente

Tema	Nº Absoluto	%
Lixo (Coleta, reciclagem)	11	25%
Devastação (desmatamento, Serra do Periperi, queimadas)	8	19%
Preservação (fauna, reservas florestais)	7	17%
Agenda 21	4	10%
Fenômenos da natureza (seca, chuva ácida, camada de ozônio)	3	7%
Poluição/vazamento/rios	3	7%
Eventos (manifestações, reuniões)	2	5%
Água	2	5%
Desenvolvimento sustentável (Produtor rural)	2	5%
Total	42	100%

Para medir o entendimento dos comunicadores quanto a quem deve ser responsável para resolver os problemas ambientais as respostas recaíram sobre a responsabilidade individual (Tabela 6). 17% apontam que nossas ações podem ajudar a resolver os problemas, porém a maioria das respostas coloca a responsabilidade no outro: na prefeitura, no estado, no Ibama e entidades ecológicas, só para citar as mais citadas. Até os meios de comunicação tiveram um número significativo de indicações estando acima de cientistas, empresários, igreja e militares.

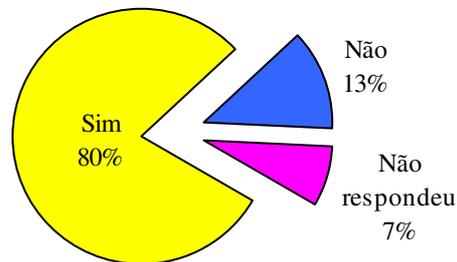
TABELA 6
Quem deve resolver os problemas ambientais?

Instituições	%
Cada um de nós	17%
Prefeitura	13%
Estado	11%
Ibama	10%
Entidades Ecológicas	9%
Universidade	8%
Meios de Comunicação	8%
Cientistas	7%
Empresários	7%
Igreja	5%
Militares	5%
Total	100%

Com relação a prática do jornalismo ambiental, 80% dos entrevistados associam a produção e divulgação de notícias sobre o meio ambiente como especialização do jornalismo(Gráfico 9). 13% não associaram a cobertura de temas ambientais a uma prática profissional especializada.

Gráfico 9

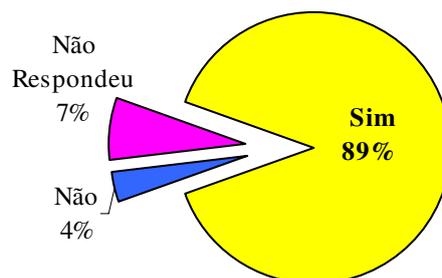
Produzir e divulgar notícias sobre MA é prática de jornalismo ambiental?



O ponto positivo apresentado no gráfico abaixo é que quase 90% gostaria de receber formação em Jornalismo Ambiental. O espaço está, portanto, aberto ao fortalecimento desse novo campo em Vitória da Conquista com predisposição dos jornalistas em receber formação em meio ambiente. A rejeição é de apenas 4% (Gráfico 10).

Gráfico 10

Tem interesse em receber formação em Jornalismo Ambiental?



O Jornalismo Ambiental em Vitória da Conquista é praticado, ainda, de forma incipiente. Contudo, a prática de uma atividade voltada para uma melhor informação

ambiental, mesmo com a existência de um curso de jornalismo na região, carece de aperfeiçoamento. O profissional que procure atuar nesse seguimento deverá possuir uma formação adequada que visualize os impactos causados pela da crise ambiental e que consiga emplacar pautas criativas e profundas sobre meio ambiente com qualidade. Como o meio ambiente ainda não tem um lugar definido ou estável nas páginas da imprensa escrita no rádio e televisão, cabe começar a construir uma identidade entre os jornalistas da região voltadas para a natureza de maneira crítica. A pesquisa identificou que a prática, mesmo que esporádica, existe, porém, torna-se necessário na região o fortalecimento dessa nova especialização: o jornalismo ambiental.

Referências bibliográficas

BERNA, Vilmar. **Jornalismo Ambiental**. In: SANTOS, José Eduardo dos; e SATO, Michele. A contribuição da Educação Ambiental à Esperança de Pandora. São Carlos, Rima, 2001.

CRESPO, Samyra. **Uma visão sobre a evolução da consciência ambiental no Brasil nos anos 1990**. In: TRIGUEIRO, André (Coord.). Meio ambiente no século 21. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti; VIÁ, Sarah Chucid Da. **Pesquisa Empírica em Ciências Humanas (com ênfase em Comunicação)**. São Paulo: Futura, 2001.

JONH, Liana. **Natureza Viva festeja 10 anos com CD e retorno à Radiobrás**. Jornal Estado de S. Paulo. Ciência e Meio Ambiente, 19 de setembro de 2003.
<<http://www.estadao.com.br/ciencia/banco/noticias/2003/set/19/83.htm>> acesso em 17 de março de 2004.

LOPES, Sônia Aguiar. **Formação da cidadania: comunicação e informação da sociedade.** In, LOUREIRO, Carlos Frederico B. (et all). Cidadania e Meio Ambiente. Rio de Janeiro, CRA/NEAMA, 2001.

MOUSINHO, Patrícia. **Glosário.** In: Trigueiro, A. (Coord.) Meio Ambiente no século 21. Rio de Janeiro: Sextante. 2003.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. **Pesquisa de Opinião.** In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org) Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

RAMOS, Luiz Fernando A. **Meio Ambiente e Meios de Comunicação.** SP: Annablume, 1995.

REIGOTA, Marcos. **Meio ambiente e representação social.** 5ª ed. Coleção Questões da nossa época. São Paulo, Cortez, 2002.

STARKE, Linda. **Sinais de esperança : lutando por nosso futuro comum.** Rio de Janeiro, Ed.FGV, 1991.

TRIGUIERO, André. **Meio ambiente na idade mídia.** In: TRIGUIERO, André (org.) Meio ambiente no século 21. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

VIOLA, Eduardo. **O Movimento ambientalista no Brasil (1971-1991) da denuncia e conscientização pública para a institucionalização e desenvolvimento sustentável:** In GOLDENBERG, Mirian(Org.), Ecologia, Ciência e Política, Rio de Janeiro, Revan, 1992.

O repórter e o historiador: diálogos e distanciamentos

Ângela Ravazzolo ¹

Resumo: Este artigo tem o objetivo de discutir as aproximações e os distanciamentos teóricos e práticos que marcam os ofícios do historiador e do jornalista na produção de textos históricos. A partir dos pressupostos teóricos da chamada história do presente e de teóricos do jornalismo, apresenta-se uma proposta de análise sobre como jornalistas têm escrito a história da ditadura militar brasileira. Boa parte dos textos iniciais que contavam e analisavam o regime militar foi escrita na imprensa e por jornalistas. A história acadêmica lançou-se com mais força no desafio de interpretar a ditadura mais recentemente, especialmente a partir da década de 80. Publicados nos anos 2000, os quatro volumes do jornalista Elio Gaspari funcionam no artigo como um exemplo importante dessa confluência entre história e jornalismo.

Palavras-chave: história, jornalismo, ditadura militar, história do presente, Elio Gaspari

I – Ofícios que dialogam

Jornalistas e historiadores têm muito em comum. Grosso modo, pode-se argumentar que esses dois profissionais reúnem o maior número possível de informações para alcançar com eficiência um objetivo: contar (e comunicar) uma história por escrito que esteja relacionada à realidade, a algo que aconteceu ou está acontecendo de fato.

Embora essas características sejam facilmente perceptíveis e ao mesmo tempo comuns, elas funcionam aqui para evidenciar o quanto esses dois campos profissionais estiveram (e estão) relacionados e próximos em alguns de seus métodos e objetivos².

¹ Jornalista (PUCRS) e historiadora (UFRGS), mestre em História pela PUCRS, doutoranda no Pós-Graduação em História da UFRGS.

² As palavras de Robert Frank a respeito do que é história auxiliam no entendimento da comparação que se propõe aqui entre história e jornalismo, especialmente porque salienta elementos que são comuns à prática jornalística: “A história é, entre outras coisas, um inquérito quase no sentido policial do termo, com indícios, depoimentos e testemunhas. O depoimento oral não constitui necessariamente uma prova, mas pode ser uma boa contribuição para a busca da prova ou das provas. A fonte escrita, também, considerada como mais nobre.” FRANK, Robert. *Questões para as fontes do presente*. p. 106. In: CHAVEAU, Agnès e TÉTART, Philippe. *Questões para a história do presente*. São Paulo, Edusc, 1999.

Os métodos de coleta de dados, as fontes e as técnicas narrativas utilizadas por historiadores e jornalistas distanciaram-se quando a história se colocou na posição, influenciada pelo positivismo, de um campo do saber comprometido com “o que realmente aconteceu”, no passado. Historiadores, então, voltavam-se à busca de informações contidas em documentos e arquivos que reconstituíssem, com a máxima fidelidade e objetividade científica, fatos do passado. Jornalistas centravam-se principalmente em depoimentos e em rápidos relatos ou reflexões de fatos contemporâneos, em textos produzidos especialmente para jornais e revistas.³

Ao longo das últimas décadas, porém, ocorreram aproximações entre os dois campos, provocando questionamentos e trazendo a discussão a contornos mais profundos, que envolvem mudanças e interrogações do paradigma teórico (na história) e ampliação do campo de atuação do jornalismo (que não se prende ao texto factual superficial).

Historiadores têm enfrentado um turbilhão de questionamentos teóricos e metodológicos, especialmente a partir das abordagens propostas pela chamada nova história francesa (utilizamos o termo de forma ampla, sem aprofundar as diferenças e nuances existentes entre diferentes linhas de pesquisa), e ao mesmo tempo os jornalistas vêm se colocando em uma posição que não se contenta mais com a notícia do dia, seja ela matéria bombástica de primeira página ou reportagem trivial do cotidiano – uma nova postura que pode ser verificada a partir da década de 60, com as publicações do *new journalism*⁴.

³ François Bédarida, um dos importantes pensadores ligados à chamada história do presente, aborda essa separação da história em relação ao contemporâneo e chama a atenção para a idéia de que, em uma divisão tradicional e simplista entre os dois campos, caberia ao jornalismo se ocupar do tempo presente: “De là division du travail communément admise: à l'historien l'investigation savante, patiente et en profondeur sur le passé, au journaliste le champ de connaissance ondoyant de l'imédiateté.” BÉDARIDA, François. *Le temps présent et l'historiographie contemporaine*. In: Vingtième Siècle. Revue d'histoire. Janeiro-Março, 2001, Número especial. p. 153.

⁴ A preocupação com a forma do texto jornalístico ganhou impulso com o movimento batizado de *new journalism*. Surgido nos Estados Unidos na década de 60, o *new journalism* pretendia um jornalismo com uma escrita mais próxima da literatura. Tom Wolfe, Gay Talese e Truman Capote são alguns exemplos de autores desse tipo de produção, ligada a reportagens longas, que demandavam mais tempo de apuração e pesquisa e mesclavam técnicas ficcionais de narração com informações noticiosas e factuais. No Brasil, a revista Realidade

Agnès Chauveau e Philippe Tétart situam essa mudança no jornalismo um pouco antes, no contexto europeu, e discutem essa aproximação entre os dois ofícios a partir da história do presente, salientando as características próprias de cada campo de atuação:

Para os jornalistas, adiantaremos, entre outras razões, o papel da decomposição da imprensa nos anos 30 e o subseqüente desejo de propor, desde 1945, um comentário mais rigoroso do presente, do imediato. Para os historiadores, trata-se, sobretudo, como dizíamos acima, da germinação de um pressuposto metodológico maior: a história não é somente o estudo do passado, ela também pode ser, com um menor recuo e métodos particulares, o estudo do presente.⁵

Jean-Pierre Rioux também salienta esse movimento no jornalismo a partir do crescimento e da profissionalização dos bancos de dados e das pesquisas mais avançadas que se estabeleceram nas redações de jornal, afirmando que “o exame da atualidade tornou-se uma crônica durável, tomou uma textura e uma espessura que o aproximam mais de um produto histórico”.⁶

Essa mudança no jornalismo pode ser encontrada também recentemente no Brasil, na profusão de livros escritos por jornalistas que tratam de temas históricos. E ainda nas séries de reportagens que, em revistas e jornais diários, sintetizam, apresentam e analisam fatos e pessoas que “entram para a história”.⁷

Marialva Barbosa enfatiza a necessidade de aproximação e diálogo dos teóricos do jornalismo, grupo no qual ela pode ser incluída, com as teorias legadas pela história e pela

recebeu influência desse tipo de jornalismo. Conferir: LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas ampliadas - O livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. São Paulo, Editora da Unicamp, 1993.

⁵ CHAVEAU, Agnès e TÉTART, Philippe. *Questões para a história do presente*. São Paulo, Edusc, 1999, p. 15.

⁶ RIOUX, Jean-Pierre. *Entre história e jornalismo*, p. 123. In: CHAVEAU, Agnès e TÉTART, Philippe. *Questões para a história do presente*. São Paulo, Edusc, 1999.

⁷ Aqui podemos citar como exemplos as reportagens publicadas em 2004, quando foram celebrados datas e eventos marcantes da história brasileira: os 50 anos do suicídio de Getúlio Vargas (1954) e os 40 anos do golpe que, em 1964, daria início às duas décadas de ditadura militar. Os principais jornais do país publicaram cadernos especiais a respeito dos dois temas. Também podemos lembrar que, nas duas últimas décadas, foram publicados diversos livros, escritos por jornalistas, com temática histórica. Boa parte deles teve grande repercussão editorial, como as biografias de Olga Benário Prestes e Assis Chateaubriand, escritas por Fernando Morais, as biografias de Nelson Rodrigues e Garrincha por Ruy Castro e, mais recentemente, os livros de Eduardo Bueno a

sociologia. A autora utiliza-se de Paul Ricoeur (homem forte também entre os teóricos da história) para a “construção das reflexões em torno do fazer jornalístico”, além de enfatizar o quanto frutífera pode ser uma aproximação com a teoria da história, baseando-se, inclusive no conceito de *historicidade*, tão caro aos historiadores, chamando a atenção para a necessidade, por parte do jornalismo, de atentar para o diálogo com a história:

O jornalismo trabalha o tempo todo contando histórias que pressupõe importantes para o nosso agora. Neste sentido norteia-se de um dos postulados mais fundamentais da teoria da história: a conjuntividade (HELLER, 1993). Sendo narrativas históricas, no sentido lato do termo, possuindo as prerrogativas da conjuntividade no seu próprio âmago, os estudos de jornalismo, entretanto, pouco têm se valido do que a teoria da história coloca ao seu alcance.⁸

Josefina Cuesta relaciona a história do presente a outras ciências sociais, enfatizando que cabe ao estudioso do contemporâneo se apropriar de conceitos pouco utilizados pelos historiadores para melhor dar conta dos desafios que esse campo da história propõe:

En referencia más concreta a la historia reciente, J. Aróstegui acentua la convergência epistemológica entre sociologia e historiografia, sin que, por ello, ninguna de las dos disciplinas se constituya como dominante. Convergência que exige de la historiografia un horizonte metodológico nuevo y un campo de aplicación a las novedades resultantes. La historia reciente “a través de la metodología del acceso a la explicación del presente social”, esencialmente desde la dinámica histórica, se ofrece como el lugar de encuentro y confrontación entre ambas disciplinas.⁹

Essa convergência, para usar a palavra de Cuesta, que a história do presente propõe ao historiador pode ser estendida ao jornalismo. Além do testemunho oral, que na prática jornalística é muitas vezes a base única ou primordial de uma história publicada, há outros pontos importantes de confluência. O compromisso de verdade – ou seja, o pressuposto de que na escrita está representado um traço da realidade – que se estabelece entre leitor-obra

respeito da história geral do Brasil. Biografias que foram todas sucessos editoriais estrondosos, permanecendo nas listas de mais vendidos e best-sellers nacionais.

⁸ BARBOSA, Marialva. O que a história pode legar aos estudos de jornalismo. p 59. In: CONTRACAMPO - Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação. *Dossiê Histórias e Teoria do Jornalismo*. Niterói, Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, v. 12, 1º semestre de 2005.

⁹ CUESTA, Josefina. *Historia Del presente*. Madri, Eudema, 1993. p. 73

jornalística e leitor-produção histórica é semelhante, mas há diferenças na escrita de uma e de outra produção e também na forma de apropriação das fontes.

Boa parte dos textos do livro *Questões para uma história do presente*, organizado por Agnès Chauveau e Philippe Tétart e uma das principais publicações em português a respeito do tema, cita ou mesmo analisa as relações entre história e jornalismo. Os diálogos e as diferenças entre os dois campos estão já na introdução da obra, em que Chauveau e Tétart colocam que a história do presente é “filha da imprensa”¹⁰, confirmando a importância dos diálogos que podem ser travados entre os dois ofícios.

Em um dos artigos de Jean-Pierre Rioux, o jornalismo e sua relação com a história é o tema principal. Nele, o autor escreve que o próprio estabelecimento da história do presente se deu a partir desse movimento de aproximação entre jornalistas e historiadores:

Eu não acho que uma “história do presente” teria podido afirmar-se nitidamente na França há alguns anos se antes não se tivesse produzido paralelamente um encontro, provocador mas frutífero, entre historiadores sedentos de atualidade e jornalistas em busca de legitimidade histórica.¹¹

Esse encontro “provocador mas frutífero” de que nos fala Rioux pode ser entendido e interpretado à luz das propostas teóricas da história do presente e dos questionamentos propostos pela nova história francesa de modo geral, ao lado de algumas das proposições que norteiam as teorias do jornalismo e as práticas jornalísticas contemporâneas de modo geral.

Diante dessa confluência de interesses entre história e jornalismo, inúmeras questões teóricas e metodológicas são postas de um lado a outro. Algumas delas, aquelas que mais interessam para esta pesquisa, extrapolam a disputa de território que apenas se pergunta quem tem autorização ou preparação suficientes para trabalhar com o objeto histórico, com

¹⁰ Escrevem os autores: “De certa maneira, ela é mesmo filha da imprensa. De fato, foram a pressão jornalística e a demanda social conjugadas que impuseram o princípio da história imediata a partir da metade dos anos 50.” CHAVEAU, Agnès e TÉTART, Philippe. *Questões para a história do presente*. São Paulo, Edusc, 1999, p. 22.

¹¹ RIOUX, Jean-Pierre. *Entre história e jornalismo*, p. 119. In: CHAVEAU, Agnès e TÉTART, Philippe. *Questões para a história do presente*. São Paulo, Edusc, 1999.

documentos, depoimentos, entrevistas, fatos atuais, pesquisas e livros. O ponto central deste texto é apresentar uma proposta de análise dos textos históricos produzidos por jornalistas, relacionando questionamentos teóricos apresentados pela história do presente e por estudiosos da teoria do jornalismo.

II – A história da ditadura por jornalistas

Os primeiros escritos a respeito do regime militar que se instalou no Brasil em 1964 apareceram na imprensa, em reportagens, crônicas e artigos que tentavam interpretar o que acontecia no país naquele momento. Esses textos fazem parte da história brasileira e hoje são fonte importante no estudo do período. Entre eles, estão Carlos Heitor Cony, Joel Silveira, Carlos Castelo Branco, entre outros¹². O historiador Carlos Fico¹³ salienta que a historiografia acadêmica foi envolver-se mais sistematicamente em pesquisas a respeito da ditadura mais tarde, já no processo de abertura política, nos anos 80. O tema, fundamental para a história do país, é um território híbrido, ou seja, um objeto de estudo que tem sido analisado por historiadores e jornalistas e portanto território frutífero para a discussão a respeito da escrita da história por jornalistas.

O trabalho desenvolvido pelo jornalista Elio Gaspari a respeito da ditadura militar que se instalou no Brasil entre 1964 e 1985, publicado em quatro volumes por uma das maiores e mais significativas editoras do país¹⁴, é um exemplo importante do envolvimento recente de jornalistas no processo de construção da historiografia brasileira. De porte de documentos até então desconhecidos do público, provenientes de um arquivo privado de Golbery do Couto e

¹² Conferir: CONY, Carlos Heitor. *O ato e o fato: crônicas políticas*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1964; ALVIM, Maria Thereza (org.) 1964: *A imprensa disse não*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1979; CASTELO BRANCO, Carlos. *Os militares no poder: o ato 5*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1978.

¹³ Conferir: FICO, Carlos. *Além do golpe. Versões e controvérsias sobre 1964 e a Ditadura Militar*. Rio de Janeiro, Record, 2004.

¹⁴ GASPARI, Elio. *A ditadura envergonhada*. São Paulo, Companhia das Letras, 2002. GASPARI, Elio. *A ditadura escancarada*. São Paulo, Companhia das Letras, 2002. GASPARI, Elio. *A ditadura derrotada*. São

Silva, incluindo um diário de Heitor Ferreira, Gaspari criou uma obra consistente, rica em detalhes e recheada de testemunhos de figuras-chave da ditadura militar. Embora utilize bibliografia de apoio, o diferencial do trabalho do jornalista encontra-se na utilização desses documentos e em depoimentos colhidos ao longo de anos, trazendo a público informações relevantes para o entendimento do período.

Saudado na imprensa como um novo descobridor do regime militar¹⁵, e criticado por alguns historiadores¹⁶, o trabalho de Gaspari é terreno fértil e complexo o suficiente para permitir uma discussão teórico-metodológica entre as aproximações e os distanciamentos que a história escrita por jornalistas pode ter com a história produzida em meios acadêmicos, por historiadores.

Partindo de uma interpretação desses volumes de Gaspari, é possível descortinar uma série de problemas e questões a respeito da história, entre eles a utilização de depoimentos na construção da narrativa, a opinião do autor colocada de forma “quase escondida” em determinados trechos, o entrecruzamento de fontes escolhido pelo jornalista.

Que o testemunho oral é fonte importante na história já não há dúvidas, mas a forma como ele é entendido e os limites e as possibilidades que se desencadeiam a partir de um

Paulo, Companhia das Letras, 2003. GASPARI, Elio. *A ditadura encurralada*. São Paulo, Companhia das Letras, 2004.

¹⁵ Daniel Piza o coloca em posição de “mudar a história” da ditadura: “Talvez pela proximidade histórica, talvez pelas dificuldades da historiografia brasileira, o período do regime militar (1964-1985) era mais pródigo em interpretações do que em informações. Diversas perguntas pairavam sobre diversos episódios, como nuvens de chumbo, e as avaliações se dividiam com a mesma carga elétrica que dividiu aqueles anos todos. Com um arsenal exclusivo de arquivos, entrevistas e livros e um texto cortante e denso, o jornalista e agora historiador Elio Gaspari acaba de mudar essa história”. O Estado de São Paulo. Sábado, 23 de novembro de 2002, *Élio Gaspari conta história do regime militar*

Augusto Nunes escreve no Jornal do Brasil: “Sem as contribuições acima mencionadas, as coisas seriam mais complicadas. Mas o destino decidiu desde sempre que caberia a Elio produzir a reconstituição definitiva (o que surgir agora será adereço) desse escuro período da história brasileira.” *A autópsia da ditadura*. Rio de Janeiro, Jornal do Brasil, caderno Idéias, p.1, 23/11/2002.

¹⁶ Carlos Fico e Mário Maestri são alguns dos historiadores que se manifestaram por escrito a respeito dos volumes de Elio Gaspari. O primeiro chama a atenção para o fato de Gaspari reunir informações significativas, mas, ao mesmo tempo, critica um “exclusivismo do ponto de vista, de algum modo induzido por suas fontes”. FICO, Carlos. *Além do golpe. Versões e controvérsias sobre 1964 e a Ditadura Militar*. Rio de Janeiro, Record, 2004. p. 55. Maestri é crítico já no título de seu artigo (“A historiografia envergonhada”) e aponta “informações infundadas” e “pouco contextualizadas”, lembrando de trabalhos acadêmicos que desenvolveram pontos e temas

depoimento, em um trabalho desenvolvido por um jornalista, ganham contorno especial na medida em que sabemos que a fonte oral é recurso básico da produção jornalística em geral e, mais do que isso, costuma ganhar no texto o valor de prova daquilo que se pretende contar.¹⁷

As noções de objetividade e subjetividade entraram com força para o campo de debates teóricos da disciplina histórica a partir de abordagens mais recentes (entre elas a nova história). O mesmo ocorre entre os meios de comunicação a partir do *new journalism*, mas vale lembrar que as diretrizes de procurar a *objetividade* da notícia e a tradução do fato como *realmente ocorreu* são ainda hoje temas recorrentes dos manuais de redação de grandes jornais do país.¹⁸ Ou seja, há uma tensão, muitas vezes inconsciente e que não transparece claramente e/ou criticamente no texto, entre essas duas idéias quando se constrói uma reportagem jornalística. E esses dois temas pontuam ainda mais o trabalho do jornalista quando ele se propõe a apresentar um texto de maior fôlego e com complexidade maior, como

que também estão no livro do jornalista. In: MAESTRI, Mário, JAKOBSKIND, Mário. *A historiografia envergonhada*. Revista Espaço Acadêmico, ano III, nº 24, maio 2003.

¹⁷ O texto do Robert Darnton *Jornalismo: toda notícia que couber, a gente publica* apresenta uma descrição quase que antropológica a respeito do trabalho que se desenvolve no dia-a-dia das redações. Embora Darnton tenha experiência como repórter de um jornal norte-americano, o relato é interessante porque questiona algumas das práticas das redações de jornal em geral. Darnton, além de defender a idéia de que os repórteres escrevem a partir de estereótipos e centrados em suas próprias experiências, mais preocupados com seus pares do que com os milhares de leitores sem nome que compram o jornal, conta no texto como os repórteres se comportam à procura de uma história e o quanto eles procuram em suas fontes, em entrevistas e testemunhos orais, teses pré-concebidas, sem, porém, ter essa consciência clara e criticamente exposta no resultado publicado e na prática desenvolvida. Conferir DARNTON, Robert. *Jornalismo: toda notícia que couber, a gente publica*, p. 70-97. In: DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette*. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.

¹⁸ O manual do jornal Folha de S. Paulo descreve a notícia como um elemento puro, mas reconhece que não há objetividade total: “Notícia – Puro registro dos fatos, sem opinião. A exatidão é o elemento-chave da notícia, mas vários fatos descritos com exatidão podem ser justapostos de maneira tendenciosa. Suprimir ou inserir uma informação no texto pode alterar o significado da notícia. Não use desses expedientes” (p. 88) ou “objetividade – Não existe objetividade em jornalismo. Ao escolher um assunto, redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma decisões em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções. Isso não o exime, porém, da obrigação de ser o mais objetivo possível. Para relatar um fato com fidelidade, reproduzir a forma, as circunstâncias e as repercussões, o jornalista precisa encarar o fato com distanciamento e frieza, o que não significa apatia nem desinteresse. Consultar outros jornalistas e pesquisar fatos análogos ocorridos no passado são procedimentos que ampliam a objetividade possível. (p. 45 e 46) *Manual de Redação: Folha de São Paulo*. São Paulo, Publifolha, 2001.

No manual do O Estado de São Paulo, o verbete “Impessoalidade” traz a seguinte explicação: “a notícia deve ser redigida de forma impessoal, sem que o jornalista se inclua nela ou adote a primeira pessoa do plural em frases que a dispensam. (...) Não confunda essa restrição com os casos, legítimos, de editoriais, artigos, anúncios, comentários e outros em que a primeira pessoa do plural pode ser usada sem maiores problemas.” *O Estado de São Paulo – Manual de Redação e Estilo – organizado e editado por Eduardo Martins*. São Paulo, O Estado de São Paulo, 1990. p.40.

os volumes de Gaspari, em que o autor lança mão de conhecimentos mais amplos do que a apuração diária que uma reportagem exigiria, extrapolando assim a noção de notícia “pura” ou “imparcial”.

Um estudo aprofundado da obra de Gaspari, partindo de questionamentos teóricos propostos pela história do presente, permite que temas em comum e diferenças de método e narração entre história e jornalismo sejam estudados à luz dos desafios contemporâneos lançados pela historiografia.

Os quatro volumes produzidos pelo jornalista não podem ser desprezados como produção histórica, com características bastante próprias e específicas. E uma das mais significativas está diretamente relacionada à formação profissional do autor, a de repórter. A partir dos arquivos de Golbery, além de entrevistas e apoio em obras já publicadas sobre o período, Gaspari constrói uma espécie de reportagem da ditadura, com uma narrativa bem encadeada, reprodução de diálogos e um texto que, na maior parte do tempo, não identifica seu autor, ou seja, aquele que escreve não se coloca claramente, seja em análises ou em ressalvas que poderiam “desconcentrar” ou “desinteressar” o leitor. No trecho abaixo, um exemplo interessante porque, ao mesmo tempo em que se apropria de uma obra já publicada, o autor reescreve uma situação ocorrida em um texto que toma a fonte como verdade, ou seja, como se determinado momento tivesse ocorrido tal e qual a descrição abaixo:

Em Juiz de Fora, o general Mourão decidira sair com sua tropa naquela madrugada. À tarde, se aborrecera com Magalhães Pinto porque o governador, apesar do que tinham combinado, relutara em pedir publicamente a deposição de Jango. Sentira dores no peito e colocara uma pastilha de trinitrina debaixo da língua. Estava diante da televisão, quis sair da sala para não ver, mas sua mulher, Maria, convenceu-o a ficar.¹⁹

¹⁹ GASPARI, Elio. *A ditadura envergonhada*. São Paulo, Companhia das Letras, 2002. p. 63. Neste trecho, o autor utiliza as memórias do próprio Mourão como fonte, e isso está indicado em uma nota de rodapé.

Ou ainda:

Às 11h45 Jango voou com o general Assis Brasil para a Fazenda do Rancho Grande, em São Borja, onde já estavam Maria Thereza e seus filhos. (...) Tomaram um C-47 e mandaram-se para um rancho às margens do rio Uruguai. Esconderam o avião no mato. O presidente cozinhou um ensopadinho de charque com mandioca enquanto fazia seus planos. Queria ir para o Xingu, no meio da mata amazônica.²⁰

Certamente que esses dois trechos citados são apenas exemplos rápidos das estratégias narrativas e metodológicas utilizadas por Gaspari. Embora em nenhum momento ele se coloque como historiador profissional, o texto que resulta dos quatro volumes já publicados é entendido aqui como produção histórica que reconta um período fundamental da história do Brasil, mas reconta com características únicas porque trouxe a público um ponto de vista peculiar, de um repórter, que conta uma história como se a tivesse presenciado.

Luiz Gonzaga Motta trata desse “autor escondido” ao discutir as relações entre narrativa e prática jornalística, salientando que o jornalista tende a utilizar “expressões mais descritivas e objetivas da realidade”:

Diferentemente da forma narrativa, o jornalista procura desvanecer a sua presença e transforma-se num *mediador discreto (grifo meu)*. Enquanto mimese, o jornalismo se restringiria a descrever objetivamente a realidade, evitando contar histórias no sentido tradicional da palavra.²¹

Mais importante do que discutir se Gaspari está ou não autorizado a produzir história, é tentar entender as especificidades do que poderia ser batizado inicialmente de “reportagem histórica”. Entender como o testemunho tem um valor de prova incontestável em alguns momentos, como a técnica narrativa “esconde” o autor, mas deixa escapar juízos de valor,

²⁰ GASPARI, op. cit., p. 113. Neste trecho, a fonte referida é uma entrevista fornecida à Revista Manchete, em 1979, pelo general Argemiro de Assis Brasil.

²¹ MOTTA, Luiz Gonzaga. *Jornalismo e configuração narrativa da história do presente*. p. 26-27. In: CONTRACAMPO – Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação. Dossiê Histórias e Teoria do Jornalismo. Niterói, Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, v. 12, 1º semestre de 2005.

como a crítica das fontes pode ser fundamental para a historicidade do objeto. Uma das críticas que já se pode adiantar a respeito do trabalho de Gaspari é exatamente a pequena incidência desses momentos de crítica em relação às fontes e ao próprio relato do autor.

III – Teorias que se aproximam

Uma interpretação dos trabalhos históricos escritos por jornalistas, tomando-se como ponto de partida os quatro volumes de Elio Gaspari, abre espaço para um debate teórico envolvendo o próprio conceito de tempo histórico e de presente, as limitações de se trabalhar com um assunto contemporâneo ao autor (historiador ou jornalista), o valor do testemunho e da prova na construção da escrita da história, a crítica da fonte e as possibilidades da transdisciplinaridade. A idéia de trabalhar com um objeto de estudo contemporâneo ao próprio historiador foi por muito tempo entendida como um empecilho real e urgente da disciplina histórica.²² Quando o presente se transforma em objeto de estudo, o que ocorre não é unicamente uma mudança cronológica na linha de tempo da história mas também um novo caminho para o entendimento do conceito do presente e da noção de tempos históricos. O presente, o passado e o futuro deixam de ser concebidos como períodos estanques cuja única função é ordenar arquivos e datas comemorativas (que não deixam de ser importantes) para serem entendidos a partir de um fluxo teórico mais complexo e que pode ampliar as possibilidades de escrita da história.²³

A consciência das possibilidades e dos limites de se trabalhar com um objeto contemporâneo, a partir de perguntas do presente, tem também um peso significativo quando

²² Escreve François Hartog: “Quando, no século XIX, a história torna-se ciência, ciência do passado, só lhe resta declarar que se faz com “documentos”; (...) uma ciência constituída só pode aceitar a ‘transmissão escrita’. A história é a ciência dos vestígios escritos. A partir da linha do presente, o historiador ausente não passa de um olho leitor de arquivos. *Exit* a testemunha: o *auctor* se foi.” HARTOG, François. *A testemunha e o historiador*, p. 34. In: PESAVENTO, Sandra (org). *Fronteiras do Milênio*. Porto Alegre, Editora da Universidade/UFRGS, 2001.

²³ BÉDARIDA, op. cit., p. 155.

pensamos sobre uma das fontes mais importantes da história do presente e também das práticas jornalísticas: o testemunho oral, balizado pela memória de quem dá seu testemunho.

Fernando Kolleritz enfatiza o valor moral do testemunho, lembrando que o ato de testemunhar tem valor porque (jornalistas e/ou historiadores) julgam que alguém é capaz de dizer a verdade.

O testemunho explicita que a verdade depende de alguém, não se impõe necessariamente com a evidência autônoma da construção teórica. Regime de verdade, para além do mero registro. A testemunha carrega o passado para o presente, o que aconteceu num lugar geográfico para outro; sustenta assim o real.²⁴

Ao comentar relatos autobiográficos e testemunhais publicados, em textos que reúnem basicamente a transcrição da oralidade ou da memória de alguém, mas apresentados por especialistas que lhe dão *aval de confiança* (historiadores ou jornalistas, por exemplo), Kolleritz salienta ainda que a “palavra real virá sem aspas”, já que neste tipo de texto importa menos o comentário teórico e mais “os efeitos práticos da narrativa”²⁵. Uma observação fundamental quando analisamos o texto de Elio Gaspari, já que, embora não seja ele o autor direto dos testemunhos que compila em sua obra, os coloca no papel “sem aspas”, em uma narrativa quase romaneada que, atrativamente, faz o leitor se envolver como se aquilo estivesse passando diante de seus olhos, sem observação crítica de quem escreve e que poderiam situar as condições e as limitações do testemunho em questão. Podemos usar a frase de François Dosse para explicar a importância dessa crítica interna no trabalho historiográfico, quando ele aponta para a necessidade de “uma prática consciente de si mesma, o que impede as ingenuidades freqüentes diante da operação histórica”²⁶.

²⁴ KOLLERITZ, Fernando. *Testemunho, juízo político e história*. P. 75

²⁵ KOLLERITZ, *op. cit.*, p. 88.

²⁶ DOSSE, François. *O império do sentido – A humanização das ciências humanas*. São Paulo, Edusc, 2003. p. 393.

Dessa forma, o depoimento oral deixa de ser entendido como a tradução direta do fato para ser compreendido dentro de rede de representações da memória, envolvendo subjetividade, afetividade, lembrança e esquecimento²⁷. Mais do que isso, como coloca Kolleritz, o discurso oral impõe ainda perguntas, que confrontam e interrogam o historiador, estabelecendo mais um diálogo do que uma reprodução de uma fala: “O testemunho não é somente algo para o historiador circunscrever e confrontar. Significa também algo que o interroga e situa.”²⁸

Além do testemunho carregado de afetividade, também o texto precisa ser entendido como uma construção subjetiva, que, embora siga métodos e persiga a verossimilhança histórica (ou jornalística), traz necessariamente componentes que o aproximam da ficção na medida em que recriam um fato ou relato dito ou lido.

A discussão sobre a presença da subjetividade e da ficção também está presente entre teóricos do jornalismo, como Motta e Barbosa. Embora não rejeitem uma certa ficcionalidade na produção jornalística, porém, ambos reafirmam o pacto de verossimilhança e o compromisso com a realidade nos textos jornalísticos.

...a recepção da notícia é um lugar cognitivo em que os homens aprendem algo de si mesmos e de sua realidade, mas é também um lugar de consumação de experiências estéticas, de gozo e de comoção simbólica.²⁹

Lloyd Kramer discute como os teóricos, na história cultural, investigam o papel do texto. Kramer salienta que é fundamental “reconhecer o papel ativo da linguagem, dos textos e das estruturas narrativas na criação e descrição da realidade histórica”. Kramer mostra que uma aproximação com a narrativa ficcional é imprescindível, determinação que está ligada ao

²⁷ Citando Pierre Nora, Catroga aborda a presença da subjetividade e do não-dito em um testemunho oral: “a memória, vivida e suportada por grupos sociais, é representação afectiva, em evolução permanente, aberta à dialéctica entre recordação e esquecimento”. Conferir: CATROGA, *op. cit.*, p. 53.

²⁸ KOLLERITZ, *op. cit.*, p. 96.

²⁹ MOTTA, Luiz Gonzaga. *Op. cit.* p. 45

uso do código da linguagem, das palavras. Mas com isso não pretende defender o abandono do caráter de verossimilhança da história.³⁰

Um debate semelhante também é travado entre os teóricos do jornalismo e nas próprias redações dos jornais. Embora no dia-a-dia dos jornais os textos sejam muitas vezes encaminhados com a pretensão da imparcialidade e da objetividade, como recomendam os manuais de redação, sua contestação é evidente em vários teóricos, como Cremilda de Araújo Medina:

Por mais distanciamento que se imponha ao lidar com outro ser humano - o entrevistado -, não se evitará nunca a interferência do *eu subjetivo* do entrevistador, seja ele escudado na oposição de idéias ou no esforço para não se 'perverter' pela simpatia que poderá invadi-lo. Essa ilusão objetiva cai por terra no primeiro momento de aproximação: ambos os oponentes, digamos assim os protagonistas de uma ação convencionalmente feita de estocadas, entrarão em campo através de uma linguagem (verbal ou não-verbal), um modo de dizer, comprometida com o real-imaginário de cada um.³¹

Cláudio Abramo, um dos mais importantes jornalistas brasileiros do século XX, autor de *A regra do jogo* e de colunas publicadas nos jornais Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo, escreveu:

O jornalista não pode ser despido de opinião política. A posição que considera o jornalista um separado da humanidade é uma bobagem. A própria objetividade é mal-administrada, porque se mistura com a necessidade de não se envolver, o que cria uma contradição na própria formulação política do trabalho jornalístico. Deve-se, sim, ter opinião, saber onde ela começa e onde ela acaba, saber onde ela interfere nas coisas ou não.³²

Benito Bisso Schmidt, no artigo *Construindo biografias... Historiadores e jornalistas: aproximações e afastamentos*, crítica *Olga*, biografia escrita pelo jornalista Fernando Morais sobre a militante comunista, e salienta a importância da crítica da fonte:

³⁰ KRAMER, Lloyd. *Literatura, crítica e imaginação histórica: o desafio literário de Hayden White e Dominick Lacapra*. In: *A Nova História Cultural*. São Paulo, Martins Fontes, 1995. p. 136-137.

³¹ MEDINA, Cremilda de Araújo. *Entrevista – O diálogo possível*. São Paulo, Ática, 1986. p. 44

Esta ‘doença’, que acompanha também muitos historiadores, serve, no caso mencionado, para dar um ‘sabor de verdade’ à trama apresentada. Porém, as informações retiradas das fontes, e encaixadas na narrativa, não são colocadas ‘sob suspeição’, ou seja, não têm seus locais e mecanismos de produção investigados. Por exemplo, na maior parte das vezes Morais utiliza-se das falas dos depoentes como dados, e não como leituras, da realidade. Desta forma, não leva em conta os complexos processos de recriação do passado, das relações entre o lembrar e o esquecer, que marcam o funcionamento da memória (e que vêm sendo tão ressaltados pelos estudiosos da história oral).³³

O questionamento de Schmidt é um ponto importante na análise do trabalho de Gaspari, e segue a mesma linha de raciocínio levantada por Fico no primeiro item deste projeto, a respeito do “exclusivismo do ponto de vista” que o historiador aponta na obra do jornalista. Em diversos momentos, os volumes sobre a ditadura trazem esses “sabores de verdade”. Se por um lado o leitor lê algo “objetivo”, sem adjetivos ou opiniões, tem também a sensação de que o escrito não pode ser questionado, que não fornece brechas para as perguntas e para a noção de que aquele fato possa ser recontado, a partir de outro ponto de vista, de uma maneira diferente.

As considerações apresentadas até aqui não pretendem dar conta da complexidade da discussão teórica proposta, mas apontam pistas para a forma como se deverá interpretar o trabalho de Elio Gaspari e de outros jornalistas que constroem produções históricas.

Formados nas redações de jornais e revistas, esses autores jornalistas escrevem a história não seguindo estritamente as regras acadêmicas da historiografia, e sim guiados pelas práticas jornalísticas da entrevista, da escrita atraente e encadeada, das fontes como elemento preponderante e autônomo na organização do argumento, enfim, como repórteres que apuram um fato, uma história. E com isso não se desqualifica esse tipo de produção, e sim pretende-se aprofundar suas características específicas e, a partir delas, alguns dos conceitos norteadores da disciplina histórica.

³² ABRAMO, Cláudio. A regra do Jogo. São Paulo, Companhia das Letras, 1988. p. 109.

³³ SCHMIDT, Benito Bisso. *Construindo biografias... Historiadores e jornalistas: Aproximações e afastamentos*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 10, n. 19, 1997. p. 16.

As reflexões que a história do presente nos apresenta permitem um olhar interpretativo rico sobre a historiografia construída por jornalistas. E se esse olhar se posiciona a partir de um ponto de vista da teoria da história, ele não se pretende impermeável, ou seja, o que se propõe é um diálogo com a escrita jornalística da história, realçando aproximações e distanciamentos na forma como a historiografia acadêmica trabalha com a fonte, a prova, o testemunho oral e o texto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMO, Cláudio. *A regra do jogo*. São Paulo, Companhia das Letras, 1988.
- ALSINA, Miguel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1993.
- BÉDARIDA, François. *Le temps présent et l'historiographie contemporaine*. In: Vingtième Siècle. Revue d'histoire. Janeiro-Março, 2001, Número especial. p. 153-160.
- CHAVEAU, Agnès e TÉTART, Philippe. *Questões para a história do presente*. São Paulo, Edusc, 1999.
- CONTRACAMPO – Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação. *Dossiê Histórias e Teoria do Jornalismo*. Niterói, Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, v. 12, 1º semestre de 2005.
- CUESTA, Josefina. *Historia Del presente*. Madri, Eudema, 1993.
- DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette*. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.
- DOSSE, François. *O império do sentido – A humanização das ciências humanas*. São Paulo, Edusc, 2003.
- FERREIRA, Marieta de Moraes. *Historia, tempo presente e história oral*. Revista Topoi. p. 314-331.
- FICO, Carlos. *Além do golpe. Versões e controvérsias sobre 1964 e a Ditadura Militar*. Rio de Janeiro, Record, 2004.
- GASPARI, Elio. *A ditadura envergonhada*. São Paulo, Companhia das Letras, 2002.
- GASPARI, Elio. *A ditadura escancarada*. São Paulo, Companhia das Letras, 2002.
- GASPARI, Elio. *A ditadura derrotada*. São Paulo, Companhia das Letras, 2003.
- GASPARI, Elio. *A ditadura encurralada*. São Paulo, Companhia das Letras, 2004.

- HARTOG, François. *A testemunha e o historiador*. In: PESAVENTO, Sandra (org). *Fronteiras do Milênio*. Porto Alegre, Editora da Universidade/UFRGS, 2001.
- KOLLERITZ, Fernando. *Testemunho, juízo político e história*. Revista Brasileira de História, v. 24, n.48.
- KRAMER, Lloyd. *Literatura, crítica e imaginação histórica: o desafio literário de Hayden White e Dominick Lacapra*. In: *A Nova História Cultural*. São Paulo, Martins Fontes, 1995.
- LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas ampliadas – O livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. São Paulo, Editora da Unicamp, 1993.
- MANUAL de Redação: Folha de São Paulo. São Paulo, Publifolha, 2001.
- MAESTRI, Mário, JAKOBSKIND, Mário. *A historiografia envergonhada*. Revista Espaço Acadêmico, ano III, nº 24, maio 2003.
- MEDINA, Cremilda de Araújo. *Entrevista – O diálogo possível*. São Paulo, Editora Ática, 1986.
- O Estado de São Paulo – Manual de Redação e Estilo – organizado e editado por Eduardo Martins*. São Paulo, O Estado de São Paulo, 1990.
- NUNES, Augusto. *A autópsia da ditadura*. Rio de Janeiro, Jornal do Brasil, caderno Idéias, p.1, 23/11/2002.
- PIZA, Daniel. *Élio Gaspari conta história do regime militar*. São Paulo, O Estado de São Paulo. Sábado, 23 de novembro de 2002.
- SCHMIDT, Benito Bisso. *Construindo biografias... Historiadores e jornalistas: aproximações e afastamentos*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 10, n. 19, 1997.

Como, onde, quando e porque fala a audiência nos telejornais

Beatriz Becker ¹

Resumo: Os telejornais são os produtos de informação de maior impacto na sociedade contemporânea e as principais fontes de conhecimento dos acontecimentos sociais para a maioria da população brasileira. O texto revela o valor do jornalismo local na grade das emissoras de TV aberta e para a população. A função principal desse tipo de programa jornalístico é mostrar aquilo que é notícia na cidade ou numa região metropolitana, mas além de apresentar problemas e fazer denúncias, funciona como um prestador de serviços e como um defensor de direitos públicos. Observamos que os produtores investem e buscam uma aproximação cada vez maior com a audiência. Relatamos dados já sistematizados de pesquisa em andamento sobre as estratégias que os noticiários televisivos utilizam para interagir com diferentes grupos sociais. Tentamos compreender como as vozes das comunidades são representadas nos noticiários, não apenas através dos personagens das histórias narradas, mas como novos atores da realidade social cotidiana. Mas, essa investigação demanda uma revisão dos conceitos jornalismo público e interesse público, principal objetivo deste trabalho.

Palavras-chave: televisão, telejornalismo, interação, interesse público, audiência

1. Introdução

A pesquisa em Comunicação é vital nas sociedades complexas. Compreender a sociedade brasileira na atualidade e apontar perspectivas para o desenvolvimento do país exige uma investigação das estratégias enunciativas construídas pelos discursos jornalísticos, até porque a gestão do conhecimento da realidade social cotidiana está diretamente ligada ao poder da mídia, como instrumento regulador da experiência pública e privada, especialmente através da TV e dos noticiários, que nos ofertam versões diárias da realidade do Brasil e do mundo. A afirmação de que os acontecimentos midiáticos são manipulações hegemônicas, não esgota a compreensão dos seus efeitos sobre a sociedade contemporânea. Os telejornais desempenham um papel ativo na gestão da política, organizando a expressão e o direcionamento de diferentes demandas e poderes no país. Representam, simbolicamente, um espaço de dominação e sustentam, por outro lado, um espaço de agendamento de novas ações sociais.

O Jornalismo tem um papel importante na atualidade e como uma forma de conhecimentos, é um campo fundamental para a vida em sociedade. Mas, a qualidade do

¹ Doutora em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ, professora nesta instituição e jornalista. É autora de livro e artigos científicos e membro do conselho científico da SBPJor. Recentemente, concluiu Pós-Doutorado no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica na PUC-SP.

Jornalismo tem sido questionada por pesquisadores, professores e profissionais da imprensa eletrônica e escrita, os quais apontam, inclusive, a necessidade de rever e aperfeiçoar conteúdos jornalísticos e os modos de relatar as notícias. Refletir sobre esta questão não é uma tarefa simples. O compromisso ético na prática profissional esbarra na estrutura de propriedade e nos interesses das empresas da mídia. Percebemos efeitos nem sempre positivos das novas tecnologias, o fim da demarcação entre Jornalismo e Assessoria de Imprensa, a fusão mercadológica entre notícia, entretenimento e consumo, a crescente manipulação da informação por grupos de interesse, a concentração de monopólios e, principalmente, a mentalidade que celebra o individualismo e o sucesso pessoal como causas imediatas desta crise, que, aliás, não é exclusiva do Brasil. Por essas razões, a prática profissional nem sempre está em sintonia com o interesse público.

O exercício profissional do Jornalismo, porém, é diferente da disciplina do Jornalismo. A disciplina do Jornalismo é o campo de atuação de pesquisadores e professores. Só existe em função do exercício profissional e demanda um distanciamento que justifique sua transformação em campo de investigação. Mas, é uma prática necessária porque permite observar a profissão com um olhar crítico e construir alguns conceitos hoje consolidados sobre a comunicação jornalística, já incorporados pela prática do Jornalismo. O paradigma da objetividade jornalística, por exemplo, começou a ser questionado pela própria profissão, em boa parte devido à crítica acadêmica. A existência de um maior número de *sites* de “crítica da mídia” são exemplos dos efeitos da construção de uma cultura crítica de consumo da informação jornalística. Ao mesmo tempo, a disciplina ainda está muito isolada da prática porque não constrói alternativas viáveis para a profissão. Criticar a pretensão de objetividade não basta. É através da objetividade que a profissão se legitima e valida o tipo de conhecimento que produz e comunica. A demanda da sociedade moderna é por um tipo de conhecimento factual e imediato. Esse é o capital mais importante da imprensa liberal como mediadora entre os poderes e a sociedade. O jornalismo transformou-se numa forma de conhecimento sobre o Brasil e o mundo, mas as notícias ainda carecem de uma diversidade de temas, atores e conteúdos, assim como de uma pluralidade de interpretações.

As relações entre a profissão e a disciplina do Jornalismo são mesmo complexas e nos impõem reflexões e indagações, que impossibilitam a apresentação de uma resposta plena. Mas, sugerem a necessidade de investigar processos jornalísticos de representação e constituição da realidade social cotidiana, que possam contribuir para uma melhor formação profissional e uma produção jornalística mais comprometida com a responsabilidade social. Escolhemos investigar as narrativas dos noticiários televisivos porque são as principais fontes de conhecimento dos acontecimentos sociais para a maioria da população e os produtos de informação de maior impacto na sociedade contemporânea. Estudar o Telejornalismo implica em reconsiderar a função social da televisão no Brasil e observar os programas jornalísticos como expressões políticas e culturais da atualidade.

A gestão da experiência cotidiana contemporânea está diretamente ligada ao poder da mídia, especialmente da TV, através de seus noticiários, que nos ofertam versões diárias da realidade do Brasil e do mundo, mesmo considerando-se que a própria mídia tem buscado incorporar aos seus diferentes modos de produção alguns efeitos das novas tecnologias, tais como a segmentação do público e a interatividade. Isso porque a mídia precisa conquistar, simultaneamente, credibilidade e autonomia suficientes para atrair consumidores das mais diversas tendências, garantindo o suporte dos anunciantes e dos detentores do poder; afinal, a publicidade é a sua base financeira. Por isso, até mesmo a

independência e o profissionalismo não são apenas ações éticas e ideológicas gratificantes para os veículos de comunicação; são um grande negócio. Nesse sentido, buscam uma sincronia máxima com seus públicos, uma interação que, estrategicamente e às vezes aparentemente, valoriza e respeita os consumidores, para tornar eficaz e eficiente os resultados de suas produções. Mas, é possível superar a crise financeira e ética na imprensa brasileira e apontar novos caminhos para o tratamento da informação?

É necessário destacar que a crise da imprensa brasileira também está associada à dificuldade de produção de um conteúdo jornalístico de qualidade, como afirmamos anteriormente, que satisfaça os interesses de um público consumidor cada vez mais exigente e crítico. Toda a experiência que supõe o uso da linguagem implica em construções de sentidos, não há discursos neutros ou livres de intencionalidades, até mesmo os mais objetivos e imparciais, como os discursos jornalísticos, que supostamente retratam a realidade porque os fatos sociais e os personagens são reais, enquanto outras modalidades discursivas transitam com maior clareza para o leitor/espectador entre mundos ficcionais. Esta crença lhe confere uma posição privilegiada de mais **verdadeiro** do que os outros. E desse modo, exerce uma influência muito maior na constituição da experiência coletiva do real cotidiano. Quando um acontecimento está inserido no âmbito dos discursos jornalísticos passa a fazer parte do nosso repertório de atualidade. Sem dúvida, os discursos jornalísticos são os principais gerenciadores de representações de realidade cotidiana, consistindo num poder real e simbólico, mas possivelmente há outros modos dos textos jornalísticos dizerem mais e melhor sobre diferentes experiências sociais, capazes de estimular outras e novas leituras do real .

Se o jornalismo se constitui efetivamente como um instrumento de representação e constituição do espaço público, especialmente nos telejornais de maior audiência, tidos como principais fontes de conhecimento dos acontecimentos sociais para a maioria da população, também sido alvo de críticas porque não responde plenamente aos interesses de uma sociedade que assiste, mas não é ouvida satisfatoriamente. A notícia e os telespectadores são muitas vezes desvalorizados em função de interesses políticos e mercadológicos. Por isso, já estão sendo desenvolvidas novas propostas de reformulação da prática jornalística para a produção de um jornalismo de maior qualidade. Entre elas, destaca-se o conceito de jornalismo público, um modo relativamente novo de pensar e praticar o jornalismo.

Esse conceito implica numa associação entre o exercício do jornalismo e da cidadania. Uma das principais idéias associadas ao jornalismo público é a de que os jornalistas devem recuperar a função social da imprensa de distribuição de valores e conhecimentos, pautando as notícias com base no interesse efetivo do público e não apenas naquele que os jornalistas julgam ser de interesse público. Para isso, os profissionais devem, inicialmente, descobrir as necessidades das pessoas e oferecer informações efetivamente direcionadas a elas. Afinal, a participação pública se refere a um conjunto de cidadãos, que podem e devem opinar, criticar e participar das discussões sobre a sociedade. E incentivá-las a exercer sua cidadania, , ajudando sua comunidade e defendendo seus direitos como cidadãs. Substituir o espetáculo da notícia pela compreensão da notícia é princípio básico do jornalismo público. Os profissionais devem contribuir para a formação de uma opinião pública crítica, capaz de analisar os fatos reais, em toda sua complexidade, capaz de contextualizá-los e utilizá-los como referência para a compreensão da realidade

política, econômica e social do país e de suas comunidades. Os jornalistas podem fornecer à população as informações necessárias à formação de um pensamento crítico e ao desenvolvimento de um espírito participativo. A ética jornalística compreende o respeito às pessoas e a oferta de informações de qualidade que permitam conhecer mais e melhor as distintas realidades sociais e as diferentes identidades nacionais.

Seria, porém, o Jornalismo Público um caminho viável para resgatar o papel social da imprensa brasileira? Para responder esta indagação seria necessário identificar as principais características da produção jornalística atual e apontar suas principais tendências e desafios. Este trabalho é parte de uma pesquisa que pretende contribuir com algumas pistas nessa direção, descobrindo quais são as estratégias que os telejornais locais utilizam para interagir com as comunidades e investigando como elas são representadas nas diferentes edições. Através de uma análise quantitativa e qualitativa de alguns programas, tentamos perceber a maneira dos produtores se relacionarem com a audiência. Buscamos identificar como aparecem as vozes das comunidades nos telejornais, não apenas através dos personagens das histórias narradas na tela, mas como novos atores da realidade social cotidiana construída pela TV. Deverá ser realizada uma reflexão crítica sobre o Jornalismo como instrumento de desenvolvimento social, discutindo os valores e os princípios éticos que regem a prática profissional e os efeitos das novas tecnologias na produção das notícias, os quais atravessam o cotidiano profissional nas redações e estão refletidos diariamente em cada uma das edições dos telejornais e nas páginas da imprensa escrita. Os resultados poderão colaborar, especialmente, para a construção do conceito telejornalismo de qualidade, reafirmando o Jornalismo como uma forma de conhecimento. Mas, nessa fase de desenvolvimento da pesquisa, ainda sentimos necessidade de rever conceitos importantes como o próprio Jornalismo Público e o interesse público. E este é o objetivo principal deste *paper*. Posteriormente, iremos ainda apresentar alguns dados preliminares da referida pesquisa em andamento.

2. Jornalismo Público e Interesse Público

A informação de fatos relevantes para a sociedade é o ponto central da atividade jornalística. A relação jornalista público pressupõe um respeito ao interesse público, ou seja, um compromisso com a divulgação do que sirva para benefício comum, proveito geral ou do que se imponha como necessidade coletiva. Reconhecer um fato de interesse público e divulgá-lo é tarefa do jornalista. Não cabe, porém, única e exclusivamente a ele definir o que é de interesse público. Sem dúvida, há uma demanda pela informação. E uma tentativa cada vez maior das empresas e veículos de comunicação de se aproximarem do leitor-telespectador-usuário, inclusive na elaboração de estratégias de uso da linguagem de técnicas narrativas que possam atrair o interesse público. Mas, ainda é necessário conhecer melhor a audiência. Reúne-se uma série de características, baseadas em eventuais pesquisas e na observação da sociedade feita por jornalistas que ocupam lugar de destaque nas redações. Reside justamente nessa delimitação do leitor-telespectador-usuário padrão o maior problema para a estruturação dos jornais e dos noticiários televisivos. Supõe-se um leitor pouco afeito à política, com pouco tempo para leitura, interessado numa abordagem simples e objetiva do cotidiano, sempre em busca da novidade, do inusitado. Essa

concepção é relativamente abstrata, criada a partir de conceitos subjetivos de quem as criou ,sobre um sujeito singular inexistente. Mas, é justamente para esse sujeito que os produtos jornalísticos não segmentados são direcionados. E como justificativa para atender a esse leitor imaginário, o conteúdo jornalístico tem sido prejudicado. Dentre as matérias que seriam de interesse público, não estão, assim, as grandes reportagens e análises conjunturais mais amplas. Fazem, inclusive, oposição ao comportamento do leitor imaginário adotado como padrão de análise. As matérias excessivamente curtas, muitas vezes, deixam de contribuir para o fortalecimento da educação e da cultura regional. E o Jornalismo nem sempre é utilizado como uma forma de conhecimento das realidades regionais, do Brasil e do mundo. É claro que as relações das empresas de comunicação com os poderes públicos e privados limitam mudanças nessas ações, assim como os recursos financeiros disponíveis para serem investidos em grandes reportagens. E há notícias que se impõe como fatos, independente de interesses privados e outras que deveriam ser noticiadas, mas não são trabalhadas pela mídia. Não podemos compreender o jornalismo como uma atividade filantrópica, a notícia é um produto, mas há possibilidade de trabalhar os conteúdos jornalísticos, garantindo lucros, com notícias mais contextualizadas.

Um caminho seria o chamado *civic journalism* ou “ jornalismo público”, conceito que surgiu nos Estados Unidos em 1990. Esse conceito foi criado por David Merrit, editor-chefe do *Wichita Eagle* , periódico da cidade de Wichita, em Kansas , nos Estados Unidos, no início desse ano, por ocasião das eleições presidenciais naquele país. O declínio da leitura dos periódicos era nítido. As vendas eram cada vez menores. Merrit e outros pioneiros acreditavam que a falta de interesse popular se devia a um certo desencantamento com a imprensa, que por vezes focalizava temas distantes da realidade do norte-americano. Era necessário motivar os cidadãos a participarem, socialmente e, por consequência, comparecerem às eleições (nos EUA, o voto é facultativo). Por essa razão, uma das primeiras idéias envolvidas pelo conceito de *civic journalism* foi a de motivar a população a escolher candidatos que se comprometessem com as necessidades das comunidades. Em 1994, o movimento foi encampado pelo *Pew charitable Trust* , uma fundação da Filadélfia fundada em 1948 pelos herdeiros de Joseph Newton Pew, proprietário da *Sun Oil Company*, que tinham interesse em patrocinar atividades relacionadas à idéia de democracia e comunidade. A fundação repassou até 1999 cerca de 12 milhões de dólares em prol do *civic journalism*.

No Brasil, o conceito começou a ser discutido nos anos noventa. No meio acadêmico, o tema foi trabalhado com destaque pelo professor e pesquisador Luiz Martins da Silva, da Universidade de Brasília. Alguns especialistas brasileiros definem esse conceito como jornalismo cívico ou cidadão. Hoje, algumas práticas da imprensa brasileira já oferecem, inclusive, novas possibilidades de tratamento da informação jornalística e de produção de notícias, as quais podem ser assumidas como práticas associadas ao *civic journalism*. Vale ressaltar, porém, que no Brasil, o jornalismo público não está sendo adotado como uma cópia da versão norte-americana. Aqui, o jornalismo público não é visto como um movimento e não conta com o farto investimento de instituições comprometidas com projetos sociais, como os Estados Unidos. Além disso, a política e a organização de cada país geram realidades sociais distintas, com demandas singulares de desenvolvimento. Tanto na imprensa brasileira, quanto na reflexão crítica, essa prática tem características próprias e o projeto de pesquisa em andamento pretende identificá-las. O termo utilizado nesse estudo será jornalismo público porque a prática jornalística representa e constitui o espaço público.

Jurgen Habermas, em sua obra *Mudança estrutural do espaço público*, define a esfera pública como a “esfera das pessoas privadas reunidas em público”. É nesse espaço que indivíduos discutem idéias, ganham representação e têm suas virtudes reconhecidas. Além disso, a esfera pública é o princípio de organização que permite às pessoas se unirem politicamente. Dessa maneira, como base no pensamento de Habermas, o termo jornalismo público se justificaria pela definição de um modelo de jornalismo que permitiria indivíduos (reivindicantes de uma esfera pública democrática) participarem, se reunindo em público num espaço midiático supostamente aberto para discutir a sociedade, buscar representação e apreender maneiras de exercer sua cidadania.

Em princípio, a comunicação permitiria a visibilidade, na medida em que abre o espaço da deliberação pública, a exposição de assuntos controversos e diferentes interpretações sobre os fatos sociais, aumentando a quantidade e, sobretudo, a qualidade de acesso ao debate social. Mas, nem sempre é assim. Ao ser interessada, a comunicação possui distorções, temas restritos que ainda ficam obscuros ou abordagens tendenciosas que costumam padronizar a opinião pública. As mídias não atuam apenas como observadores do acontecimento, mas também como atores. Martin- Barbero explica que o “ver” se transforma em um paradigma conceitual dos vínculos entre democracia e comunicação, entre cidadania e mídia, revela que a sociedade civil é um espaço público no qual se dão interações de classes muito diversas entre diferentes atores sociais mais ou menos organizados. E, neste contexto, destaca o papel da televisão e dos noticiários como tribunais e árbitros do acesso à existência social e política. Ao mesmo tempo em que as mídias denunciam, não têm poder ou controle absoluto sobre a sociedade civil, que também se transforma, gerando novos comportamentos e reivindicações. De fato, a televisão e os noticiários podem funcionar como instrumentos fundamentais da ampliação ou restrição do interesse e da expressão públicos. Mesmo reconhecendo que na televisão são encenadas muitas das mais importantes dimensões da política contemporânea, ela também promove conhecimentos sobre a realidade social. Segundo Barbero, a visibilidade que mídias como a televisão oferece é quase sempre paradoxal: não responde a um ideal de total transparência, mas é o resultado mais ou menos ambíguo da intersecção entre informação e desinformação, verdade e artifício, montagens ritualizadas e espontaneidade.

3. Primeiras observações sobre as estratégias de interação dos noticiários locais do Rio de Janeiro com as comunidades

O Rio de Janeiro recebe o sinal de seis emissoras de TV aberta: Rede Globo, Rede Record, Bandeirantes, SBT (Sistema Brasileiro de Televisão), Rede TV!, Tve e CNT.

A produção local ganha expressão cada vez maior, pois é importante para o morador de cada região, de cada estado ou município compreender melhor o mundo e a sua própria comunidade. Através dos telejornais locais a população conquista conhecimentos e estabelece cumplicidade e vínculo com as emissoras na conquista dos seus direitos e da cidadania. Pelo menos os produtores partem desta premissa para a construção diária dos noticiários locais.

A função principal desse tipo de programa jornalístico é informar o que acontece de mais importante em cada cidade ou município da região, mas além de mostrar problemas e

fazer denúncias, o noticiário local também funciona como um prestador de serviços para diferentes comunidades, uma das estratégias desenvolvidas pelas emissoras para atrair a audiência. Identificar as estratégias de interação que os telejornais locais utilizam para interagir com as comunidades implica em entender como esses grupos sociais são representados. Através de uma análise quantitativa e qualitativa de alguns programas, estamos percebendo como os produtores se aproximam dos telespectadores. Em outras palavras, observamos como as vozes das comunidades aparecem nos telejornais, não apenas através dos personagens das histórias narradas, mas como novos atores da realidade social cotidiana.

Todas as seis redes de TV aberta, transmitidas no Rio de Janeiro, dão destaque aos programas jornalísticos em sua programação diária. De segunda-feira a domingo, são produzidos 40 programas com formatos, conteúdos e públicos diferentes, mas que têm como objetivo comum, informar. Desses, *nove* têm produção e foco locais.

Para entender as formas de interação do telejornalismo local com a audiência, foram escolhidos como objeto de estudo programas das emissoras que mais dedicavam tempo de sua grade semanal ao jornalismo e que, dentro da programação jornalística, davam mais espaço ao noticiário local.

A *tabela 1* a seguir mostra quantos minutos as principais emissoras dedicam ao jornalismo, de segunda a sexta-feira, assim como a média diária e a porcentagem que esse valor representa para a programação geral do canal. Em cada caso, foi levado em conta o tempo em minutos de transmissão de programas, ou seja, estão incluídos o tempo de produção e as inserções comerciais possíveis para cada horário. Além disso, a tabela mostra o tempo diário dedicado ao jornalismo local, assim como a porcentagem que ele representa em relação a produção jornalística de cada emissora.

Tabela 1

Emissoras	Tempo dedicado ao jornalismo (em minutos)	Média diária (em minutos)	% do jornalismo na grade horária diária	Tempo diário de jornalismo local (em minutos)	% dos locais dentro do jornalismo
Rede Record	1475	295	20.5	115	39
Rede Globo	1465	293	20.3	110	37.5
SBT	1150	230	16.6	30	13
Bandeirantes	1000	200	15.2	20	10
<i>Rede TV!</i>	650	130	9	---	---

<i>TVE Brasil</i>	<i>600</i>	<i>120</i>	<i>10</i>	<i>30</i>	<i>8.3</i>
-------------------	------------	------------	-----------	-----------	------------

A partir desses dados, percebe-se que as três emissoras que mais dedicam tempo de sua programação ao jornalismo são a Rede Record, com 1475 minutos, a Rede Globo, com 1465, e o SBT com 1150 minutos. Na tabela 2, foram feitos os mesmos cálculos, porém, agora, considerando a semana de segunda a domingo.

Tabela 2

Emissoras	Tempo dedicado ao jornalismo (em minutos)	% do jornalismo na grade horária semanal	Tempo dedicado ao jornalismo local (em minutos)	% dos locais dentro do jornalismo
Rede Record	1715	17.01	605	35
Rede Globo	1886	18.7	660	35
SBT	1180	11.7	150	12.7
Bandeirantes	1095	11.8	125	11.4
<i>Rede TV!</i>	730	7.2	---	---
<i>TVE Brasil</i>	<i>600</i>	<i>6.8</i>	<i>150</i>	<i>25</i>

Para chegar aos resultados das duas tabelas, foram considerados todos os programas jornalísticos, incluindo não só os telejornais, mas programas de entrevistas e debates, reportagens temáticas e as revistas eletrônicas. Já na tabela 3, foram considerados apenas o formato padrão dos telejornais e a porcentagem de tempo dedicada aos telejornais locais.

Tabela 3

Emissoras	Telejornais na grade horária (em minutos)	Telejornais locais (em minutos)	% dos locais dentro dos telejornais
Rede Globo	1480	660	44.6
Rede Record	1070	605	56.5

SBT	1180	150	12.7
Bandeirantes	1075	125	11.6
Rede TV!	580	---	---
TVE Brasil	600	150	25

A análise dos quadros mostra que a Record é a rede que mais dedica tempo de sua programação ao jornalismo. São oito programas, dos quais três exclusivamente locais: RJ no ar, Informe Rio e RJ Record.

A Rede Globo é a segunda emissora mais tempo dedica aos programas jornalísticos. São quatorze programas exibidos semanalmente. E três têm foco local: Bom Dia Rio, RJTV 1ª. Edição e RJTV 2ª. Edição.

O SBT vem em terceiro lugar, com quatro programas: Jornal do SBT, Fala Brasil, Jornal do SBT (das 22 horas) e Jornal do SBT do Rio, o único local da emissora.

A Bandeirantes apresenta cinco programas jornalísticos nacionais na sua grade: Primeiro Jornal, Brasil Urgente, Jornal da Band, Jornal da Noite e Canal Livre, além do Jornal do Rio, produção local do canal.

A RedeTV! dedica 730 minutos de sua programação semanal ao jornalismo, com três programas – TV Esporte Notícia, Rede TV! News e Leitura Dinâmica. A emissora, entretanto, é a única que não possui uma produção local de telejornais.

A TVE exibe 600 minutos de jornalismo em sua programação, com dois nacionais, Repórter Nacional e Edição Nacional, e um local, o Notícias do Rio.

Com bases nesses dados, escolhemos para análise programas das emissoras que mais tempo dedicavam ao jornalismo: Rede Record, Rede Globo e SBT. Dentro da programação, foram escolhidos como objeto de estudo os telejornais na mesma faixa de horário: a hora do almoço, porque nessa faixa horária as três emissoras tem telejornais locais, o que nos permite realizar uma análise comparativa. Serão três os programas estudados:

- **RJTV 1ª. Edição, da Rede Globo;**
- **Informe Rio, da Rede Record;**
- **Jornal do SBT do Rio, do SBT.**

Iremos ainda observar na pesquisa, conforme mencionamos anteriormente, a lógica de produção dos telejornais locais assim como as estratégias de enunciação que orientam seus discursos.

Acompanhando a exibição desses telejornais já é possível verificar uma tendência à busca de interação com as comunidades, utilizando novas rotinas de produção e estratégias

discursivas para alcançar esse objetivo. Além disso, há uma crescente tentativa de aumentar a participação de diferentes comunidades nos noticiários locais. Um exemplo é o quadro “RJ na Baixada” exibido pelo RJ 1^a. edição da Rede Globo de televisão desde 25 de abril de 2005, resultado do investimento da emissora na Baixada Fluminense. A emissora montou uma base de produção em Duque de Caxias, município com muitos problemas sociais, mas também com grande potencial de crescimento. O objetivo da instalação desse escritório era produzir reportagens de interesse da comunidade, prestando um serviço à população para melhorar suas condições de vida, através de denúncias das carências da região, da fiscalização das ações do poder público e da valorização de projetos culturais e sociais desenvolvidos pelos moradores.

Os produtores de informação investem mesmo numa maior participação da audiência nos telejornais. Mas, precisamos saber se essa população se sente representada na tela da TV. Por isso, numa segunda etapa do estudo será realizada uma pesquisa de recepção, para compreendermos, não só como as pessoas aparecem, mas como percebem sua fala na tevê.

Num primeiro momento da pesquisa, já foram observadas todas as edições dos telejornais citados, durante a semana de 05 de junho a 09 de junho de 2006.

Vale ressaltar, que essa amostra não refletiu claramente uma priorização dos temas selecionados como notícias e os modos desses programas jornalísticos interagirem com as comunidades por duas razões. Em primeiro lugar, por ter sido escolhido um período curto de tempo, apenas 5 dias e, portanto, apenas cinco edições de cada noticiário, do dia 5 ao dia 9 de junho, a sexta-feira que marcou o início da Copa do Mundo na Alemanha. Além disso, o noticiário de esportes, foi demasiadamente explorado em todos os veículos de comunicação e, notadamente, na televisão, reduzindo o espaço dedicado a outros assuntos e reportagens. Dos três telejornais inicialmente analisados, o RJTV (da Rede Globo) e o Jornal do SBT do Rio (SBT) são os que mais têm reportagens em que as comunidades e, portanto a audiência, são colocadas em foco. Investigação de denúncias dos telespectadores, matérias com teor assistencialista ou de prestação de serviços, por exemplo, aparecem apenas e de modo expressivo nesses programas. O Informe RJ (Record) usualmente investe mais em Esporte, mais de 60% das matérias são sobre esporte e, neste período, a maior parte das reportagens do noticiário não foi produzida no Rio de Janeiro, mas geradas da Alemanha.

Uma análise mais criteriosa das edições, portanto, é fundamental para entender a dinâmica de produção dos telejornais e suas interações com as comunidades. Somente desse modo, poderemos dar um panorama de como os noticiários locais retratam e se comunicam com a audiência. E esta análise não deverá ser feita num período em que haja um evento nacional ou mundial tão expressivo como a Copa do Mundo. Afinal, os resultados da pesquisa deverão mostrar como fala, quando fala e por que fala a audiência nos telejornais. E, certamente, contribuirão para identificar possibilidades de aperfeiçoar a qualidade dos noticiários.

4. Referências Bibliográficas

ABREU, Alzira Alves; WELTMAN, Fernando Lattman (orgs.), **Eles Mudaram a Imprensa**, Rio de Janeiro, Editora FGV, 2003

ABREU, Alzira Alves; WELTMAN, Fernando Lattman (orgs.), **Mídia e Política no Brasil**, Rio de Janeiro, Editora FGV, 2003

AUMONT, Jacques, **A Imagem**, Campinas, Papirus, 1995

ARENDDT, Hannah, **Responsabilidade e Julgamento**, São Paulo, Companhia das Letras, 2003

BARBERO, Jesús Martín, **Os Exercícios do Ver**, São Paulo, Senac, 2001

BECKER, Beatriz, **A Linguagem do Telejornal**, Rio de Janeiro, E-papers, 2004

BOURDIEU, Pierre, **Sobre a Televisão**, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor,1997

BURKE, Peter; BRIGGS, Asa; **Uma História Social da Mídia**, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor,2002

CAPPARELLI, Sérgio, LIMA, Venício A. ,**Comunicação e Televisão**, São Paulo, Hacker Editores,2004

CERTEAU, Michel de, **A invenção do cotidiano**, Rio de Janeiro, Vozes, 1994

CHOMSKY, Noam; HERMAN, Edward S., **A manipulação do Público**, São Paulo, 2003

DIZARD Jr., Wilson, **A Nova Mídia**, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2000

FAIRCLOUGH, Norman, **Discurso e Mudança Social**, Brasília, Editora UNB,2001

FINO, Carlos, **A Guerra ao vivo**, São Paulo, Verbo, 2003

FREITAG, Barbara, **A Questão da Moralidade**, Brasília, Casa das Musas,2003

FREITAG, Barbara, **Habermas e a Teoria da Modernidade**, Brasília, Casa das Musas,2004

GOMES, Mayra Rodrigues, **Ética e Jornalismo**, São Paulo, Escrituras, 2002

HABERMAS, Jurgen, **Mudança Estrutural da Esfera Pública**, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 2003

KARAM, Francisco José, **A Ética Jornalística e o Interesse Público**, São Paulo, Summus, 2004

KOSOVSKI, Ester (org.), **Ética na Comunicação**, Rio de Janeiro, Mauad, 1995

LIMA, Venício , **Mídia, Teoria e Política**, São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

MACHADO, Arlindo, **A Televisão Levada a Sério**, São Paulo, Senac, 2003

MARTINS, Luiz,**Comunicação Pública**, Brasília, Casa das Musas,2004

_____, **Direito à Comunicação**, Brasília, Casa das Musas, 2004

_____, **Ética na Mídia**, Brasília, Casa das Musas,2003

_____,**Jornalismo Público**, Brasília, Casa das Musas, 2004

_____,**Jornalismo público: o social como valor-notícia**, Brasília, (s.n), (s.d)

MATTOS, Sergio, **A Televisão na Era da Globalização**, Salvador-São Paulo, Ianamá-Intercom, 1999

MEDITSCH, Eduardo, **Os Relatos Jornalísticos**, Estudos de Jornalismo e Mídia- Revista Acadêmica Semestral do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e Mídia da UFSC, Florianópolis, Editora Insular, 2004

MORAES, Dênis de (org.), **Por uma outra Comunicação**, São Paulo, Editora Record, 2003

MORETZSOHN, Silvia, **Jornalismo em Tempo Real**, Rio de Janeiro, Revan, 2002

MOTTA, Luiz Gonzaga (org.),**Imprensa e Poder**, Brasília, UNB, 2002

MOTTA, Luiz Gonzaga, **Narratologia**, Brasília, Casa das Musas, 2004

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell, **O Jornal da forma ao sentido**, Brasília, Paralelo 15,1997

NOVAES, Adauto (org.), **Rede Imaginária**, São Paulo, Companhia das Letras, 1991

PAIVA, Raquel (org.), **Ética, Cidadania e Imprensa**, Rio de Janeiro, Mauad, 2002

PRADO, José Luiz Aidar (Org.),**Crítica das práticas midiáticas**, Hacker Editores, 2002

REZENDE, Guilherme Jorge , **Telejornalismo no Brasil**, São Paulo, Summus Editorial,2000

RUBIM, Antonio Albino Canelas, **Comunicação e Política**, São Paulo, Hacker Editores,2000

SERVA, Leão, **Jornalismo e Desinformação**, São Paulo, SENAC, 2000

SZPACENKOPF, Maria Isabel Oliveira, **O olhar do poder**, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003

TRAQUINA, Nelson, **O Estudo do Jornalismo no século XX**, São Leopoldo, Editora Vale do Rio dos Sinos, 2003

VIZEU, Alfredo, **O lado Oculto do Telejornalismo**, Florianópolis, Editora Calandra, 2005

WOLTON, Dominique, **Elogio do Grande Público**, São Paulo, Editora Ática,1996

“Histórias e ‘estórias’ fotográficas”: um estudo sobre a produção fotojornalística do jornal impresso diário Zero Hora¹

Beatriz Sallet²

Resumo: O fotojornalismo oriundo das saídas *de* rotina (agendamento) e saídas *da* rotina (imprevisibilidade) dos repórteres-fotográficos do jornal impresso diário Zero Hora resulta no protagonismo das fotonotícias que são veiculadas. Na pesquisa, o uso de diferentes métodos auxiliou a revelar as rotinas de produção dos repórteres-fotográficos, e documentou mudanças nas convenções da profissão. Entre elas, o processo digital atingir 100% da equipe que compõe a editoria de Fotografia de ZH, e o fotojornalismo sendo protagonizado também por amadores.

Palavras-chave: fotojornalismo; rotinas de produção; agendamento; imprevisibilidade.

Entendendo a fotografia tal qual Philippe Dubois (1994), ou seja, inconcebível fora de suas circunstâncias ou do jogo que a anima, a presente pesquisa empírica sobre o fotojornalismo protagonizado pelos repórteres fotográficos do jornal impresso diário Zero Hora (ZH) buscou acompanhar e vivenciar o contexto de suas rotinas de produção.

Testemunhar as circunstâncias em que as fotonotícias são produzidas, através de uma abordagem multimetodológica, permitiu constituir dados sobre o fotojornalismo do jornal em questão, resgatando na memória dos repórteres-fotográficos o que diz respeito à constituição e natureza de seu trabalho. A partir delas constroem-se as *histórias* fotográficas, contadas pelos profissionais Adriana Franciosi, Fernando Gomes, Júlio

¹ Tema oriundo de pesquisa de Mestrado, realizada entre junho e setembro de 2005, na editoria de Fotografia do jornal impresso diário Zero Hora, em Porto Alegre-RS. Dissertação defendida e aprovada em 20 de abril de 2006, na Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS.

² Mestre em Ciências da Comunicação. Repórter-fotográfico free-lance; jornalista atuando na área de assessoria de imprensa, assessoria em comunicação para instituições não-governamentais, reportagens e edição de jornais impressos para empresas.

Cordeiro e Ronaldo Bernardi³, através de entrevistas e da busca em arquivo fotográfico, constituindo, ao lado do relato textual, o relato visual destas *histórias*.

Num segundo momento, através do acompanhamento direto das saídas de trabalho destes repórteres-fotográficos, é realizado o chamado *making of fotográfico*, contando fotograficamente as rotinas de produção durante suas pautas fotográficas. O uso da fotografia foi intercalado por relatos textuais sobre as ocorrências das pautas, a fim de construir as “*estórias*” fotográficas.

A pesquisa pretendeu observar, interpretar, mostrar e discutir como se constitui o trabalho do repórter fotográfico. Através da observação das *tensões* existentes entre a rotina da ordem e do caos/acaso – ambas situações incorporadas e assimiladas no *fazer* dos repórteres-fotográficos –, pretendeu-se interpretar estas vivências, tentando captar a alternância entre uma condição e outra. Como o/a repórter-fotográfico(a) se (loco)mova ou como enfrenta este devir?

A observação-participante da editoria de Fotografia foi realizada como um todo, a fim de dar uma compreensão geral do funcionamento do ciclo produtivo desta, com suas características, seus *deadlines*, para então partir às especificidades recortadas nos quatro profissionais escolhidos para a pesquisa, cada qual também com características de trabalho específicas, autorais e, como não poderia deixar de ser, subjetivas.

A organização da equipe que compõe a editoria de Fotografia de Zero Hora – 19 profissionais contratados, 16 deles atuando na capital e três no interior do estado – está voltada para dar conta, além do veículo impresso diário, de mais de 20 cadernos encartados

³ Os quatro repórteres-fotográficos, dentro de um contexto maior que compõe a editoria de Fotografia, foram selecionados para nossa pesquisa a partir de nossa própria observação de seu trabalho ao longo dos últimos anos, além da orientação da Profa. Dra. Christa Berger, na banca de qualificação e do respaldo à escolha dado pelo editor de Fotografia de Zero Hora, Ricardo Chaves.

semanalmente no corpo do jornal. Suas rotinas produtivas, de uma maneira geral, estão convencionadas dentro de parâmetros estruturais e organizacionais da empresa jornalística. É neste contexto que se estabelece o convívio diário com as saídas/pautas oriundas do agendamento, bem como com as situações que irrompem por conta do acaso, da imprevisibilidade – nas quais se inscrevem os flagrantes, resultantes, na maioria das vezes, da percepção aguçada e/ou intuitiva dos repórteres-fotográficos em suas buscas pela *fotografia-notícia*. Estas últimas situações muitas vezes alteram a edição jornalística.

Na proposta de observar os *tipos de saídas fotográficas*, convencionamos chamar *saídas de rotina* as pautas de *primeira natureza*, ou seja, as pautas oriundas do *agendamento*. E por *saídas da rotina* chamamos as pautas de *segunda natureza*, ou seja, quando o repórter fotográfico se depara, dentro de sua própria rotina, com situações *inesperadas*, surgidas por conta do *acaso*, e que lhe possibilitam a produção de material que protagoniza as fotonotícias.

O/A repórter-fotográfico(a) está habituado ao convívio com diversas situações em seu *fazer*. Num instante, por exemplo, está numa determinada vila da capital gaúcha, acompanhando uma ação da Brigada Militar; em outro, pisa no tapete vermelho para fotografar uma celebridade. De sorte que a *contra-rotina*, que se convencionou aqui como *saída da rotina*, é incorporada à própria rotina produtiva. O diferencial está em esta última figura provir de uma força criadora dentro do fotojornalismo, propiciando aos profissionais, através de flagrantes e demais acontecimentos inesperados, o protagonismo da fotonotícia e, por consequência, a motivação que os estimula.

O profissional antenado ao processamento do valor-notícia constitutivo do trabalho fotojornalístico também cria a notícia. Jorge Pedro Sousa (1998, *on-line*) diz que “as foto-

notícias são um artefato construído por força de mecanismos pessoais, sociais, ideológicos, históricos, culturais e tecnológicos”. Ele afirma que as narrativas convencionais no fotojornalismo contribuem para que seja dado significado social a determinados acontecimentos em detrimento de outros, promovendo, por consequência, determinados eventos (e não outros) à categoria de fotonotícias. As fotos produzidas nas coberturas jornalísticas, muitas vezes, são frutos da seleção do/da fotojornalista, de sua ação pessoal, através da escolha de angulações, do instante que será fotografado etc.

Muitas vezes, a rotina que se estabelece para o fotojornalista, a respeito do que deve ou não fotografar, já vem filtrada/encomendada pela pauta da redação. Porém, ele/ela também é um selecionador dos enunciados fotográficos, na medida em que escolhe personagens, ângulos, luz/cor, enquadramentos e referenciais. Além de poder, ao testemunhar flagrantes e acontecimentos inesperados, oxigenar a pauta do jornal com novos temas. Em que situações são criadas as *fotonotícias*? Como se dá a construção da fotografia jornalística noticiosa? Que fatores explicam a sua construção? Qual o papel que as rotinas dos fotojornalistas desempenham no processo de construção da fotografia noticiosa? Estas são algumas questões que nortearam e justificaram nosso estudo.

Agendamento e acaso não são aqui tratados como situações opostas. Entende-se as duas naturezas, saídas *de* e *da* rotina, como geradoras da *fotonotícia* e fundamentais para que o jornal cumpra seu percurso produtivo. Porém, trabalha-se com a hipótese de que as *saídas fotográficas*, ou os *momentos fotográficos* que compõem a *segunda natureza* fazem parte da situação mais envolvente no fotojornalismo, pois empolgam tanto quem as produz – os/as repórteres-fotográficos – quanto quem as consome – os leitores de jornais.

De forma que as pautas de saídas *da* rotina, constituídas por flagrantes e acontecimentos inesperados, são as que, na maioria das vezes, realmente protagonizam a fotonotícia, enquanto que as demais – ainda que bem produzidas e conceituais – existem mais para referendar o texto jornalístico. E a diferença entre estas duas funções da foto jornalística parece crucial. Uma fotografia protagoniza a notícia quando é ela que agenda a matéria, quando pesa nela o valor notícia da imagem. Esta foto chama atenção por si só, ou seja, “fala” ou descreve de forma enunciativa o evento fotonoticiado. Ela é parte, cerne do acontecimento. Isto porque o acontecimento desta natureza é *dado*, e não (tão) *construído* quanto nos eventos agendados/promovidos, onde a foto entra então para ilustrar, referendar ou compor uma matéria. Há ainda os casos em que a foto é pensada antes da matéria – a previsão e a intencionalidade antecipam a espontaneidade da construção fotográfica.

Os/as repórteres-fotográficos realizam as pautas de ambas as naturezas num misto entre tranqüilidade e intranqüilidade, pois a cada nova incumbência que se lhes apresenta há novos desafios, e só há sossego quando se tem certeza de que a foto está “na mão”. Portanto, há um convívio com vários *deadlines* ao longo de um mesmo dia. A latência entre a ordem da rotina e o imprevisível gera *tensões* no *modus operandi* dos profissionais. Sendo assim, como convivem e produzem os fotojornalistas, em meio às *tensões* provocadas pela ordem e pelo acaso (caos)?

O termo “*estória*” é utilizado para contar as “‘*estórias*’ fotográficas” acompanhadas e presenciadas ao longo da estadia no campo da investigação. O termo “*estória*” foi inspirado em autores que desenvolveram esta noção, como Gaye Tuchman, que diz “os relatos de acontecimentos noticiosos são ‘estórias’ – nem mais nem menos” (TUCHMAN, 1999, p. 258). Pensa-se aqui que fazer fotojornalismo significa contar uma

“*estória*” através da fotografia, a qual está acompanhada de um texto jornalístico, ainda que se entenda que o peso de um ou de outro é variável.

Apontamentos sobre o campo do fotojornalismo de Zero Hora

Aqui sistematizam-se os relatos dos quatro profissionais pesquisados – via entrevistas e memórias das “*histórias* fotográficas”, e via observação de campo na editoria de Fotografia de ZH – em “*estórias* fotográficas”. Destacam-se os pontos-chave abordados nas falas dos repórteres-fotográficos à luz de alguns autores relevantes no terreno teórico-temático escolhido.

O primeiro entrevistado, o repórter-fotográfico Fernando Gomes⁴, revelou no transcorrer da entrevista sua preferência pelas pautas em que o ato fotográfico não está condicionado a encomendas de repórteres e editores. Ele prefere fotografar quando *o fato está acontecendo*. Refere-se tanto à pauta imprevisível, quando “largamos tudo para conferir o acontecimento imprevisto”, quanto às coberturas dos treinos do Inter e do Grêmio, nas quais cumpre uma rotina quase diária, via agendamento.

Neste último caso, ainda que agendado, Gomes tem chances de fotografar a ação dos jogadores, o *ato acontecendo*, no qual, a cada novo dia, existe uma ação/movimentação diferente, com peculiaridades e particularidades de ordens variadas que destacam cada cobertura como única. Como exemplos, o dia em que chove, o outro em que faz sol; um dia o foco da pauta está no jogador Perdigão, no outro, está em Tinga.

A pauta agendada, considerada como saída *de* rotina, é vista por Gomes como a menos prazerosa. “Tu vai para uma coisa pronta”, opina. Ele está falando das pautas

⁴ Não houve escolha na ordem das entrevistas, nem nos acompanhamentos dos quatro repórteres-fotográficos. Os agendamentos, tanto nas entrevistas quanto no acompanhamento de suas rotinas de produção, se deu de modo aleatório, conforme a disponibilidade de agenda tanto dos profissionais quanto da pesquisadora.

encomendadas, dos eventos promovidos por assessores de imprensa, incluindo as *pauta quinhentos*⁵, bem como as fotos que condicionam o sujeito fotografado a um determinado *frame* (enquadramento editorial). “Tu vai lá e faz o cara assim”, reclama Gomes, referindo-se às recomendações dos editores e repórteres. “Às vezes, nos pedem para *fazer a pessoa sorridente*, mas, quando chegamos lá, a pessoa não é nada sorridente”, argumenta.

Enquanto para Fernando Gomes a foto pré-determinada “limita a criação”, seu colega Júlio Cordeiro julga que não. Cordeiro prefere trabalhar a foto que fica no limite entre a jornalística e a publicitária. Gosta de explorar a luz, a cor, criar com os recursos técnicos e abusar da criatividade performática.

Esse exemplo de situação – o da fotoprodução –, que ocorre rotineiramente – e não só em Zero Hora, mas nos impressos diários em geral – é nomeada por Jorge Pedro Sousa (1997) “fotójornalismo performativo”. Dentro da tipologia das ocorrências jornalisticamente cobertas, ao distinguir-se os acontecimentos imprevisíveis (acaso) dos previsíveis (da ordem do agendamento), pode-se recorrer à comparação de Sousa quando o autor relaciona os “verdadeiros” acontecimentos a um caráter de imprevisibilidade e os “pseudo-acontecimentos” à ação do fabrico, do que é provocado ou levado a acontecer.

Dada a natureza aleatória dos acontecimentos, os veículos de comunicação utilizam o agendamento para garantir uma organização mínima do trabalho. Esta agenda (pauta) lista os temas que serão reportados pelo jornal a partir de uma seleção de fatos suscetíveis a se tornarem notícias. A agenda ou pauta fotójornalística, por sua vez, está subordinada à agenda/pauta jornalística. Percebe-se que, nas pautas de agenda, a função da fotografia

⁵ Chama-se *pauta quinhentos* as matérias jornalísticas e fotójornalísticas encomendadas geralmente por diretores do jornal ou editores, onde há um interesse institucional para que determinados eventos por eles recomendados sejam cobertos pelo veículo.

restringe-se muito a referendar o texto jornalístico. Sua relação com o texto é de caráter mais ilustrativo. Em ZH, ainda que todos os repórteres-fotográficos possam ser identificados como generalistas, a política adotada para a escolha de quem irá fazer determinada pauta está voltada para “aproveitar os talentos”, ou seja, acaba por identificar seus profissionais com alguma especialização temática.

No entanto, é na *semiose* da pauta, inclusive na saída *de* rotina, que podem acontecer os próprios imprevistos. É a isso que Júlio Cordeiro se refere quando diz: “Estamos sempre em pauta”. Tal situação remete a Susan Sontag, quando esta expõe que “nenhuma idéia sofisticada do que a fotografia é ou pode ser jamais enfraquecerá a satisfação proporcionada por uma foto de um acontecimento inesperado, apanhado em pleno curso, por um fotógrafo em alerta” (SONTAG, 2003, p. 49).

O meio ambiente do jornalismo é imprevisível. Por isso, o acontecimento imprevisto é assimilado como uma tarefa natural para os repórteres-fotográficos e está contemplado dentro de suas rotinas de produção, ainda que a equipe esteja assoberbada no cumprimento das pautas de agenda. Na *rotina não-rotineira* do repórter-fotográfico é imposto um ritmo de modo a criar a “rotina do inesperado” (TUCHMAN, 1999).

Outra vivência dentro dos acontecimentos inesperados, que a memória de Fernando Gomes trouxe à discussão, foi um acidente que o repórter-fotográfico testemunhou durante a viagem para uma pauta de agenda. Do interior do carro, ele visualizou um caminhão que saía da pista e estava prestes a tombar. Como estava com a câmera *engatilhada* em seu colo, imediatamente fez fotos em seqüência. Ele e a equipe resolveram parar para ajudar a socorrer o acidentado: “Eu fotografava um pouco e socorria o cara”, lembrou-se, dizendo que arrancara um galho de uma árvore para fazer um torniquete no motorista. “Numa

situação dessas tem todo um lado humano. Se eu puder fotografar antes eu fotografo, depois eu ajudo. Naquele caso ali, de um caminhão desgovernado, eu não tinha nada melhor para fazer do que fotografar, num primeiro momento”, assegurou o repórter.

É raro o repórter fotográfico que, ao longo de sua carreira, não passe por este dilema ético entre fotografar ou socorrer. Ronaldo Bernardi viveu situação semelhante. No relato da história “O nascimento de um brasileiro”⁶, enquanto ajudava uma moça a ter seu filho, fez a foto de capa do dia seguinte de Zero Hora.

Observa-se que, na maioria das situações em que os acontecimentos imprevistos ocorrem, não se tem o que fazer a não ser fotografar, sem tempo para intervir de forma positiva, evitando tragédias. No caso específico relatado por Gomes, suas fotos do acidente do caminhão publicadas despertaram o debate para o problema do excesso de trabalho dos motoristas, que dormem na direção, e para problemas como o alcoolismo e uso de medicamentos que retardam o sono.

Ronaldo Bernardi, quando afirma “penso sempre em ajudar a vida das pessoas com as minhas fotos”, reflete de igual forma sobre seu trabalho. Quando pensou em ajudar o parto, ao mesmo tempo em que trouxe a foto para a capa de ZH, pautou o debate sobre o caos na saúde pública do Rio Grande do Sul. Foram fotografias que, justamente devido ao seu alto grau de noticiabilidade, alteraram a edição daquela sexta-feira, quando Bernardi acabou por botar o pessoal da redação “para correr”.

A preocupação com a questão do mercado de trabalho dos fotojornalistas apareceu durante o período de observação na editoria de Fotografia e nos depoimentos de Fernando Gomes e Adriana Franciosi. As facilidades tecnológicas a partir da fotografia digital,

⁶ Material produzido na madrugada de 06/03/1998.

aliadas ao enxugamento de custos por parte das empresas, contribuem para a redução de repórteres-fotográficos nas redações. Este fato acaba fatalmente por respingar na própria valorização do trabalho, mexendo com a auto-estima dos profissionais e contribuindo para um sentimento de impotência e frustração.

Adriana Franciosi abordou, durante sua entrevista, uma situação que ocorre muito no jornalismo atual e que ela entende como nociva à profissão do repórter-fotográfico e do repórter: a multifuncionalidade do profissional. A tendência aparece nas redações em que o jornalista, além de cumprir a sua função de repórter e de redator das matérias, também fotografa a situação que vai retratar em texto. Ou, no caso do repórter-fotográfico, realiza dupla função de fotografar e escrever. Em ZH, tal situação é mais comum nas viagens realizadas para coberturas jornalísticas. O enxugamento de custos tem favorecido que o jornal utilize fotos de divulgação (de assessorias de imprensa), ou imagens que o próprio jornalista registra em seu deslocamento. Raramente ocorre de o repórter-fotográfico viajar e também realizar o trabalho do repórter.

Estas poucas oportunidades que contemplam os repórteres-fotográficos, principalmente pelo fato de serem raros os que dominam a escrita jornalística, remetem à reflexão sobre a exigência cada vez maior de formação profissional. O repórter-fotográfico acaba ficando em desvantagem por não escrever. Franciosi observa que apenas três dos profissionais da editoria de fotojornalismo de ZH são formados em Comunicação Social.

O fato de Fernando Gomes ser experiente na profissão (atua nela há 26 anos) possibilita sua comparação entre um momento em que a fotografia noticiosa não era acessível a “qualquer um”, em que sua captura estava condicionada ao acesso por parte de um profissional de imprensa. Talvez isto seja de relevância vital na comparação com o

momento presente, quando a tecnologia digital está massificada. Câmeras fotográficas digitais são acessíveis até dentro de aparelhos celulares.

Susan Sontag auxilia nessa comprovação:

A fotografia é a única arte importante em que um aprendizado profissional e anos de experiência não conferem uma vantagem insuperável sobre os inexperientes e os não preparados – isso ocorre por muitas razões, entre elas o grande peso do acaso (ou da sorte) no ato de fotografar, além da preferência pelo espontâneo, pelo tosco, pelo imperfeito. (SONTAG, 2003, p. 28)

Em sua entrevista, Júlio Cordeiro falou sobre a mudança no fotojornalismo de duas décadas para cá. “Hoje não existe mais aquela fotografia inédita. Isso é coisa dos primeiros fotojornalistas. (...) Hoje não existe nada que aconteça sem que tenha alguém por perto com uma câmera digital na mão. (...) Então, o amador se torna concorrente nos flagrantes.” Este fato, na opinião de Cordeiro, fez mudar a concepção que parte dos repórteres-fotográficos tinham da profissão: “Hoje não fico esperando que as coisas aconteçam para eu fotografar. Se eu fosse esperar, talvez ficasse 20, 30 anos sem que nada acontecesse na minha frente”, frisa. Ao fotojornalista, hoje, cabe buscar o diferencial. E, inclusive, permanecer em alerta para captar este diferencial quando ocorrem momentos inesperados de sua rotina.

Outro apontamento da memória dos profissionais (“*histórias* fotográficas”) diz respeito à concorrência entre os jornais. Fernando Gomes reflete sobre a questão ao recordar o período no qual trabalhou no jornal *O Globo*, do Rio de Janeiro, e a rotina com os concorrentes do Jornal do Brasil. Por temer o furo jornalístico, os repórteres-fotográficos de ambos os veículos não podiam “arredar o pé” da pauta enquanto o concorrente não fosse embora. Este hábito nivelava o material obtido nos eventos. O hábito resiste, ainda que em menor proporção, “Mas sempre se buscando fazer algo diferente”, acrescenta Gomes.

Na experiência vivenciada por Júlio Cordeiro está a queda do balão do americano Steve Fossett, em Bagé⁷, um *furo* fotojornalístico que garantiu a sua fotografia na capa dos principais jornais impressos do mundo, e que veio marcado pelos novos tempos. Nele, a velocidade de transmissão foi o diferencial. O *furo* aconteceu devido ao fato de a foto haver chegado antes que as dos concorrentes nas agências internacionais. “Furar” hoje não significa apenas publicar com exclusividade um material, mas disponibilizá-lo antes da concorrência. E isto implica na valorização do fator *tempo*.

No flagrante do assalto ao Shopping Praia de Belas⁸, Fernando Gomes também contou com o *fator tempo*, mas no sentido de ele haver chegado praticamente junto ao acontecimento: “todo mundo deu a história (refere-se a todos os veículos de comunicação de Porto Alegre), mas quem tinha as fotos mais dramáticas era eu”, orgulha-se.

O fotojornalismo, assim como o jornalismo, está calcado no valor-notícia. Observa-se que a área possui valores-notícia próprios, normalmente quando o poder de uma imagem se sobressai ao conteúdo textual. Os critérios de noticiabilidade são voláteis, inclusive porque dependem da especificidade do *medium*. O fotojornalista conhecedor dos critérios de noticiabilidade do veículo para o qual trabalha contribui na racionalização do produto.

Sousa (1998) transporta boa parte dos valores-notícia oriundos dos estudos do jornalismo para o fotojornalismo, tais como: intensidade ou magnitude, surpresa, proximidade, continuidade, previsibilidade, redundância, curiosidade, proeminência social, interesse humano, institucionalidade, conflito, oportunidade (momento decisivo), exclusividade. Já a valorização do conteúdo visual da foto, nominada pelo autor como valor da imagem, é concebida como um critério especificamente fotojornalístico.

⁷ Ocorrida em 17 de agosto de 2001.

⁸ Em 1º de novembro de 2004.

Dos quatro repórteres-fotográficos pesquisados em Zero Hora, Ronaldo Bernardi é o que mais pareceu fornecer fotonotícias que não estavam na agenda jornalística e que ingressaram na pauta em decorrência de sua ação pessoal. Estas fotos são frutos da perspicácia investigativa. Quando Bernardi fala na “próxima capa”, podemos entender que se refere não só à foto nova que traz, mas a seu protagonismo diante da notícia. Neste sentido ele é um *gatekeeper*, um selecionador (WHITE, 1950; SOUSA, 2002).

Embora o *gatekeeper* pareça atuar sozinho (suas decisões refletem valores pessoais e profissionais), um contexto de pressões externas converge sobre ele. A ação individual nas decisões do que será notícia contempla também a ação organizacional (ação das rotinas e pressão do tempo, por exemplo). A evolução do conceito, criado pelo psicólogo social Kurt Lewin em 1947, passou por vários níveis de influências, estagnando-se entre as décadas de 60 e 70. Houve, então, uma retomada do *gatekeeper* como metáfora indicadora da ação pessoal, como a grande influência qualitativa nas decisões.

Jorge Pedro Sousa (2002, p. 45) também diz que as notícias ou fotonotícias “possuem sempre a marca da ação pessoal de quem as produz, embora temperadas por outras forças conformadoras”. Destas últimas advém o fato de que muitos fotojornalistas mantenham abordagens padronizadas da realidade social. Fernando Gomes dá um exemplo desta padronização: “De tanto repetir o mesmo assunto, a gente acaba conhecendo os jogadores até no jeito deles correrem. Então, já se sabe o que vão fazer”. Ele se refere aos hábitos rotineiros que são incorporados ao *modus operandi* dos repórteres-fotográficos.

O que possibilita o repórter fotográfico buscar por conta própria a notícia ou fotonotícia é seu conhecimento acerca do veículo em que trabalha. Ele conhece a linha editorial do jornal, sabe que terá respaldo para o seu material. Bernardi coloca-se

vocacionado à profissão: “Me tenho como um centroavante do fotojornalismo, turbinado de vontade”. Evoca o “é ver para crer” como fundamental (paradigma do espelho da realidade). Chega a dizer que o texto, por si só, não se fundamenta.

O episódio em que ouviu um juiz condenar os policiais responsáveis pela morte de Julio Cesar (“O caso do homem errado”) é indicativo do que Bernardi defende: a fotografia como prova. E suas fotos são elucidativas, já que há um homem ferido e sendo espancado por policiais. O homem é posto algemado no carro da polícia para ser conduzido a atendimento médico e chega morto ao Pronto Socorro.

Este material, publicado por Zero Hora em 15 de maio de 1987, denuncia – nas fotos de Bernardi, na legenda fotográfica e no lead do texto –, um crime cometido por policiais militares. E se não houvesse as fotografias? Haveria a denúncia? A denúncia se sustentaria sem a imagem? E se não houvesse a ação pessoal do repórter fotográfico em insistir, ir atrás, investigar, teria havido matéria, denúncia de um ato de abuso de poder, de crime, de racismo, de atentado contra os direitos humanos?

Há de se considerar também o processo de *newsmaking* que se operou, a partir das suítes jornalísticas até o julgamento dos policiais envolvidos. O repórter fotográfico fala da intuição e da importância em não subestimá-la. Isto seria o faro jornalístico aliado à sorte. O faro tem muito a ver com oportunizar que os acasos se instaurem, em privilegiar a contemplação, o que, sob o ritmo da velocidade, fica mais difícil de acontecer no dia-a-dia.

Pode-se constatar que dentro das “*histórias* fotográficas” que Bernardi relatou, ele em boa parte agiu por iniciativa própria, como repórter investigativo. Não se defende aqui que o repórter fotográfico deve estar separado do jornalista para trabalhar melhor. Ao contrário, acredita-se que deve haver integração entre ambos para o material sair *casado*.

Apenas concorda-se com Bernardi e defende-se que ambos os profissionais devem ter iniciativas. Assim a fotografia terá mais chances de ser protagonista da notícia.

A experiência relatada pela repórter-fotográfico Adriana Franciosi na pauta da “foto-reflexo”⁹ traz à tona a discussão da necessidade de se conhecer o contexto de uma fotografia para poder entender o seu significado. Franciosi saiu para uma pauta de agenda a fim de cobrir mais uma troca do comando de um cargo importante na Secretaria da Justiça e da Segurança, quando esta se encontrava em descrédito junto à sociedade, que questionava sua competência. A repórter-fotográfico sabia que a segurança pública estava em período de turbulências. Se não o soubesse, provavelmente voltaria para a redação apenas com a foto do aperto de mãos durante a passagem de cargo.

O texto de uma foto-legenda pode e deve funcionar como um agente contextualizador para qualquer tipo de foto jornalística. Naquela ocasião, a imagem captada por Franciosi sintetizou de forma tão precisa a situação da segurança pública que lhe foi reservada a contracapa. Certamente *roubou* esse espaço editorial privilegiado de um outro material, comumente associado a um texto mais extenso, que estaria previsto para ser publicado ali. A repórter-fotográfico estava pautada somente para uma *fotoleg*, termo usado coloquialmente para nomear uma foto-legenda.

A foto-legenda não possui espaço editorial nobre em Zero Hora. Fica muitas vezes relegada a páginas com espaço restrito pela proliferação de anúncios, ocupando até mesmo uma única das cinco colunas existentes na diagramação de uma página. Pedir uma *fotoleg* significa dizer, antecipadamente, que não se aguarda uma descoberta surpreendente sobre o assunto a ser retratado. Ela não é valorizada no processo de produção, de modo a até

⁹ Cobertura realizada pela repórter-fotográfica em 17 de março de 2005.

desestimular os repórteres fotográficos. Mas a qualidade da foto pode compensar esta despreensão jornalística. É o que aconteceu com a foto-reflexo de Franciosi. Devido ao valor da imagem, o tamanho do texto aumentou nas páginas internas da editoria de Polícia. O material deixou de figurar como *fotoleg*. Tornou-se uma matéria. A foto-legenda, exatamente por estar incumbida de dizer através da imagem quase que solitária tudo sobre um determinado fato, pode tornar-se material potencialmente muito rico em informação.

Lorenzo Vilches (1997, p.80) diz que, em função da imagem ter uma existência autônoma em relação ao texto escrito, até por ser ela um tipo particular de texto, tanto uma notícia pode vir acompanhada por uma fotografia irrelevante, quanto uma fotografia pode ser mais rica em conteúdos informativos, de modo que é complexa a relação texto/imagem no fotojornalismo. Para nós, tanto a *fotoleg*, que se trata de texto maior do que a legenda que acompanha uma foto jornalística, quanto a legenda devem ser cuidadosamente elaboradas para que texto e imagem não funcionem de modo a um ser redutor do outro.

A repórter-fotográfico Adriana Franciosi, em seu relato durante a entrevista, aponta a tendência de ZH em trabalhar cada vez mais com pautas/fotos ditas prospectivas, quando se elabora, produz-se o evento midiático. Esta *construção* normalmente presta-se justamente a passar determinada idéia pré-articulada entre os jornalistas, editores/empresa jornalística e repórteres-fotográficos que dão cobertura aos fatos. E isto se dá principalmente pela própria necessidade de conformidade de produção dentro das rotinas de trabalho, uma vez que a equipe deve dar conta de uma agenda que consome praticamente todo o tempo em que estão a serviço da empresa.

As fotografias elaboradas abarcam uma infinidade de pautas que exigem desde a “manipulação” (leia-se arranjo manual) de seus elementos referenciais até a própria

articulação dada pelo repórter-fotográfico através da escolha do que e de quem irá incluir na sua fotografia. Este processo de construção do signo fotográfico, conforme Boris Kossoy (1999, p. 46), implica necessariamente nesta criação *documental* a partir de uma realidade concreta. Para o autor, as etapas entre a produção da imagem e sua recepção contêm um “complexo e fascinante *processo de construção de realidades*” (KOSSOY, 1999, p. 47). Kossoy chama de *segunda realidade* o fragmento do real já materializado através da fotografia, que advém de uma *primeira realidade*, que é sua referência. Em ambos os processos, intervêm os filtros culturais de ambos os atores, sujeito-produtor e sujeito-receptor, os quais interpretam, re-significam e recriam a realidade.

Durante o acompanhamento das saídas/pautas dos quatro profissionais de Zero Hora, pôde-se constatar o peso da agenda jornalística em suas rotinas diárias e a própria necessidade de determinadas conformidades nestas construções do produto fotográfico. Adriana Franciosi, quando foi fotografar um depósito de materiais da SMIC, não encontrou funcionários trabalhando no local (o depósito era descoberto e chovia). Alguém trabalhando ali lhe seria favorável, pois a necessidade do chamado “elemento humano” é fundamental para compor a grande maioria das fotos jornalísticas. Que fez ela? Articulou com um funcionário para que ele atuasse na situação fotográfica construída para resolver aquela fotografia. Simulou um recorte da “realidade” que eventualmente pode ocorrer. O que fez é bastante comum na maioria das pautas onde o repórter fotográfico não encontra situações dadas e tidas como “favoráveis”.

No geral, e não só em ZH, parte dos repórteres-fotográficos prefere sempre a captura do fato acontecendo, mesmo em pautas agendadas com antecedência (passeatas, jogos, atos políticos etc.). Também os flagrantes e raros acontecimentos em que “estão na

hora certa e no momento certo” testemunhando. Porém, é muito raro para eles/elas, que cumprem uma agenda de quatro a cinco pautas por dia, chegarem ao local e encontrarem a situação dada naturalmente. Então, o que fazem? Elaboram, criam, interferem sobre algum detalhe do referente que irão capturar – é a intervenção na cena, construindo uma idéia, de modo a compor os elementos que dão significado simbólico à cena fotografada.

Júlio Cordeiro, na pauta do futebol de vila, acompanhada durante a pesquisa, revelou que gosta de interferir o mínimo na cena que retrata. Então, utiliza sutilezas para ajudar na elaboração da construção fotográfica. Exemplo disso nota-se quando se afasta do grupo que fotografava e passa a fotografar um único garoto em cima da cerca, como uma forma de atrair os demais para o jogo de cena que quer construir.

Algumas mudanças históricas nas convenções de trabalho foram presenciadas durante a pesquisa. Elas significam trocas de processos que estavam sedimentados por anos dentro das rotinas produtivas dos fotojornalistas, como, por exemplo, o último repórter-fotográfico de Zero Hora que usava o processo fotoquímico deixar de usá-lo para adotar o digital, passando a editoria a funcionar 100% com equipamentos digitais.

Carlos Edler foi protagonista desta história, que encerra, além do fim do uso de equipamentos fotográficos convencionais, com filmes, também o uso do laboratório de revelação de filmes. O laboratorista já vinha operando em dupla função, também trabalhando junto ao computador como indexador de fotos, adaptando-se aos novos tempos da era digital. Este processo encerrou quase dez anos de história, desde que as primeiras máquinas digitais começaram a ser utilizadas pela equipe de ZH.

Também presenciou-se e documentou-se a ocupação do espaço físico que outrora fora destinado ao laboratório fotográfico, e que já estava obsoleto, mas agora é remodelado

para constituir um novo espaço: um estúdio fotográfico. Acompanha-se, portanto, além da era do fotojornalismo digital, também a da fotografia cada vez mais requisitada em ZH, a da produzida (performática).

BIBLIOGRAFIA

BECKER, Howard S. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Hucitec, 1999.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. Campinas: Papyrus, 1994.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia: Ateliê Editorial, 1999.

SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SOUSA, Jorge Pedro. Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental. *Ubi.pt*, Beira Interior, 1998. Disponível em: <http://ubista.ubi.pt/~comum/sousa-jorge-pedro-historia_fotojorn1.htm>. Acesso em: 10 jan. 2006.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da Notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. Fotojornalismo Performativo – o Serviço de Fotonotícia da Agência Lusa de Informação. *Biblioteca on-line de ciências da comunicação*, Covilhã, 1997. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=sousa-jorge-pedro-fotojornalismo-tese.html>. Acesso em: 10 jan. 2006.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teoria e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999 (segunda edição).

TUCHMAN, Gaye. Contando “estórias”. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teoria e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999 (b) (segunda edição), p. 258-262.

VILCHES, Lorenzo. **Teoría de la imagen periodística**. Barcelona: Paidós, 1997.

WHITE, David Manning. O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teoria e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999 (b) (segunda edição), p. 142-151.

Cinema e jornalismo: a imagem dos jornalistas nos filmes Todos os Homens do Presidente, O Quarto Poder e Ao Vivo de Bagdá

Betânia Maria Vilas Boas Barreto¹
Rodrigo Bomfim Oliveira²
Anaelson Leandro de Sousa³

Resumo: A imagem de como o jornalismo e seus profissionais é passada através de filmes para o público é a temática central de investigação do presente artigo. São usados três exemplos de audiovisuais que abordaram o tema e, pelo método de Análise de Conteúdo, investigou-se como os personagens são descritos em suas características. O aporte teórico baseou-se na concepção de jornalismo ligado a democracia referendada pelos estudos de Nelson Traquina (2005) e concentra-se na idéia de que a comunidade interpretativa jornalística aparece como heroína e defensora dos direitos dos cidadãos e dos ideais democráticos pautados pela liberdade de expressão, credibilidade, ética, verdade e objetividade.

Palavras-chave: Jornalismo; Análise de Conteúdo; filmes

Nos dias atuais, a participação do jornalismo na transmissão e interpretação dos fatos e acontecimentos sociais, torna a atividade uma propulsora de idéias e opiniões em relação à realidade cotidiana. Os profissionais que fazem parte da comunidade interpretativa jornalística formam um contingente que organiza sua atividade pautada em características e concepções não só pautadas pela realidade que apresentam, mas por interpretações próprias de seus participantes.

¹Jornalista, prof^a. do Curso de Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, Ilhéus; de Jornalismo da Faculdade do Sul da Bahia – Facsul, Itabuna; Mestre em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pelo Prodepa/UESC.

²Jornalista, Publicitário, professor do Curso de Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, Ilhéus; de Publicidade e Propaganda das Faculdades de Tecnologia e ciências – FTC, Itabuna mestrando em Cultura e Turismo na UESC/UFBA.

³Jornalista, professor do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB, Vitória da Conquista; mestrando em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pelo Prodepa/UESC.

Tranquina (2004) questiona a forma como os indivíduos tomam conhecimento dos fatos, pautados pela mídia, e de como se informam sobre seu mundo. Para autor, existe um acordo tácito de relacionamento entre os jornalistas e o leitor/ouvinte/telespectador baseado na credibilidade. Através da credibilidade adquirida pela representação jornalística do real, a comunidade interpretativa jornalística consegue desenvolver seu modo de ver e identificar os acontecimentos para o público.

Ainda para Traquina (idem) o principal produto do jornalismo contemporâneo é a notícia. As condições de obtenção de fatos que possam ser transformados em notícias passam pelo crivo da noticiabilidade que seriam identificados, para os jornalistas, como um “conjunto de critérios e operações que fornecem aptidão de merecer um tratamento jornalístico ou possuir um valor como notícia ou valor-notícia”.

Galtung e Rude (1965/1993) citados por Traquina (2004) tipificam essas operações em relação à: frequência ou o espaço de tempo necessário para o acontecimento se desenrolar e adquirir significado; a amplitude do evento; a clareza ou falta de ambigüidade; a relevância ou significância e impacto do acontecimento, sua proximidade, principalmente cultural, com o público; a consonância, ou a facilidade de inserir o “novo” numa “velha” idéia que corresponda ao que se espera que aconteça; o inesperado ou o raro; a continuidade, ou a continuação como notícia do que já foi noticiado antes; a composição ou necessidade de se manter o equilíbrio nas notícias com a diversidade de assuntos abordados; a referência a nações de elite; a referência a pessoas da elite ou proeminência do ator do acontecimento; a personalização ou referência às pessoas envolvidas, com os acontecimentos sendo o desenrolar das ações destas pessoas; e a negatividade da notícia.

Com relação à negatividade, os autores dizem que: as notícias negativas satisfazem melhor os critérios de frequência e são mais consensuais sobre a interpretação da negatividade do acontecimento. As pré-imagens predominantes no nosso tempo facilitam a aceitação das

notícias negativas, que são mais inesperadas do que as positivas, tanto por serem consideradas mais raras, quanto por serem imprevisíveis. Por fim, quanto maior número de valores-notícia um acontecimento tiver, mais ele será noticiável.

Tranquina (2005) amplia este leque de características enfatizando que os valores-notícia podem ser de seleção, subdivididos em: critérios substantivos, que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos de importância ou interesse como notícia; e critérios contextuais, que tratam do respeito ao contexto de produção da notícia. Além dos valores-notícia de seleção, o autor identifica os valores de construção como linhas-guia para a apresentação do material, como prioridade na elaboração do conteúdo.

Concordando com a abordagem de Traquina, Wolf (2003) afirma que os valores-notícia de seleção são os critérios dos jornalistas na escolha de um acontecimento como candidato à sua transformação de notícia e de esquecer outro. Mas a realidade, muitas vezes, é contada como uma telenovela, que aparece quase sempre em pedaços, numa avalanche de acontecimentos. Para os autores, este critério apareceria como a superficialidade e dramatização dos fatos e revelam uma formatação do real à partir de necessidades particulares da cultura jornalística.

As narrativas fílmicas: visões sobre o jornalismo

Toda esta conjuntura organizacional e criativa leva em consideração a cultura profissional do meio jornalístico. Esta forma de ver e estar no mundo “é rica em símbolos, mitos, e representações sociais que fornece toda a liturgia de vilões e heróis a que os membros prestam homenagem ou devotam ódio” (TRAQUINA, 2005).

A imagem do profissional de mídia, e particularmente do jornalista, é atrelada a um próprio “*ethos* jornalístico” e é fundamental na elaboração de mitos.

Longe de ser apenas uma mentira ou ilusão, é um sistema de consciência mantido no íntimo de cada um, que afeta profundamente tanto a estrutura da organização noticiosa como a prática do jornalismo no dia-a-dia. (TRAQUINA, 2005, p. 51)

Uma das correntes iniciais que compõem as Teorias da Comunicação tem, no início do século passado, as primeiras reflexões sobre o cinema como meio de comunicação. A Escola de Frankfurt apresenta o alemão Theodor Adorno como um dos seus principais teóricos iniciadores responsáveis por pensar o cinema de maneira crítica na sociedade capitalista. Em Adorno, no texto sobre a Indústria Cultural, é evidente a sua visão negativa: "o cinema paralisa a imaginação e a espontaneidade".

Para Nogueira (2005), um dos comentadores da obra adorniana, essa possível redução das faculdades imaginativas defendida pelo teórico frankfurtiano poderá ser compreendida se levarmos em conta as exigências que, na sua opinião, os filmes congregam: rapidez de intuição, capacidade de observação e competência específica, mas ao mesmo tempo proibição da atividade pensante do espectador. Por outro lado, Nogueira não nega que o cinema é narcótico, mas é também estimulante.

A crítica cinematográfica do Theodor Adorno está calcada na produção do cinema americano entendido como produto cultural a ser consumido por um público heterogêneo e massivo. Por outro lado o cinema tem experimentado a construção da realidade de uma maneira crítica como é o caso do cinema neo-realista italiano e o cinema novo no Brasil, tendo Glauber Rocha o seu principal representante e idealizador.

Segundo Dines (1998) a crítica da mídia começou no cinema no início do século passado nos Estados Unidos. O primeiro filme a tratar do assunto foi "A força de um Jornal" (The Power of the Press) do diretor Van Dyke Brook, em 1909. Um catálogo organizado pelo

semanário lisboeta “Expresso” junto com a Cinemateca Portuguesa cita cerca de 600 obras de cinema em que jornalismo e jornalistas são assunto (DINES, 1998).

Aprofundando o raciocínio empreendido, Dines (2005) aponta que quanto mais as pesquisas mostram uma “baixa confiança” no trabalho jornalístico, mais o cinema tende a tratar a profissão de maneira negativa. Uma pesquisa feita pelo Instituto Gallup nos EUA, em junho de 2005, mostrou que a confiança do público no jornalismo apresentou uma nova baixa, com apenas 28% dos pesquisados afirmando confiar no que lhes é passado pela televisão e pelos jornais. Para o autor quanto mais a confiança cai, mais o cinema tende a mostrar repórteres de maneira desfavorável e, num efeito cascata, quanto mais repórteres de má reputação aparecem na tela, mais esta imagem se firma.

Sob outra perspectiva, Traquina (2005) aponta que muitos filmes mostram que a ideologia jornalística e a teoria democrática são indissociáveis. É uma abordagem que é centrada no encontro do jornalismo com o público para servir de mediação entre a opinião pública e o poder constituído. Esta relação pauta-se pela liberdade como o conceito inserido no núcleo entre o jornalismo e a democracia. A independência é outro critério que perpassa esta conjuntura na autonomia dos profissionais em relação aos outros agentes sociais e em suas relações de trabalho.

A importância da credibilidade, para o autor, é levada em consideração na indicação de um trabalho constante de verificação dos fatos e de avaliação das fontes de informação, por parte do jornalista inserido no perfil democrático. A exatidão da informação é também vital. A verdade implica clareza, coragem e justeza, e um sentido de dever para com o leitor e a comunidade (op. cit.).

E, por fim, com a objetividade, os jornalistas substituíram “uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa” (Idem). Ela não nega a subjetividade, mas é um conjunto de

procedimentos que os jornalistas usam para assegurar uma credibilidade. Outros valores associados a esses são: a exatidão, o rigor, a honestidade e equidistância.

Com o desenvolvimento do “direito à informação” como norma em uma democracia, o jornalista foi reconhecido como o agente social que tem a “missão de informar o público”. Nesta narrativa imaginada, o jornalista não tem partido político; é uma figura que serve, acima de tudo, à verdade, com dedicação total à profissão.

Este “lado sagrado” de profissão aparece nas longas e irregulares horas de trabalho em que deixa de haver uma distinção entre a esfera da vida privada e da vida profissional. Os perigos que os profissionais possam enfrentar, incluindo de vida, “a natureza altruísta e mesmo nobre das suas responsabilidades sociais” (TRAQUINA, IDEM). Natureza de sacrifícios pessoais: problemas de saúde, casamentos desfeitos, família adiada, economias fracas, e ausência da vida privada.

O objeto de culto é a profissão que exige dedicação total porque é mais que um trabalho, é uma vida. O jornalista casa-se com a profissão e trabalha 24 horas por dia e sempre em clima de urgência, identificado com o imprevisto.

Para Traquina (2005) e Pena (2005) as notícias tem um valor em si. A dinâmica da concorrência leva ao encanto que atrai o “furo”. O “furo” está associado ao brilho profissional, razão justificada de vaidade pessoal, e que fornece um prestígio que pode fazer progredir a carreira profissional. O “furo” é o fator que agoniza a concorrência.

Tem-se também a idéia do jornalismo como aventura. A figura do repórter que está em cima do acontecimento, em contato direto, a presenciar, testemunha ocular da história. Nesta trama narrativa encontra-se um ritmo intenso e a quebra da rotina. E a figura do ‘grande repórter’, o correspondente estrangeiro ou o correspondente de guerra (Idem).

A história do jornalismo tem sido escrita em grande parte como a biografia dos grandes nomes que deixaram sua marca na profissão. Ainda pelas narrativas cinematográficas, aparece o mito do jornalista como detetive.

Traquina (op.cit.) une essas duas figuras que aparecem como complementares e representantes da solidão do homem moderno, dois *voyeurs*, ‘bisbilhoteiros’, de certa maneira ‘fora da lei’. É do encontro do repórter e do detetive, sob esta concepção, que se tem o jornalismo de investigação. É a representação do jornalista como um caçador, e isto, invade toda a cultura da profissão: o jornalista que vai atrás do acontecimento, da notícia, fura as aparências, revela a verdade.

Mas o autor alerta que, na verdade, os estudos revelam o peso das rotinas na atividade jornalística e o papel fundamental do desenvolvimento de relações com as fontes de informação. As notícias saem, na maioria dos casos, de rondas regulares e fontes de informação reconhecidas que têm seu próprio interesse em tornar a informação disponível.

Traquina (op. cit.) diz que sobre “a crosta de cinismo e um ar de indiferença, a cultura jornalística coloca a profissão num pedestal como a melhor profissão e o jornalista num lugar reservado aos heróis”. O jornalista impôs-se como figura dominante do desenvolvimento democrático da sociedade no seu todo.

Assim, o jornalista é a oposição à tirania, à opressão e à injustiça. Existem vários ‘vilões’ no mundo simbólico criado pela cultura jornalística: os proprietários insaciáveis que transformam o jornalismo em apenas um negócio; os burocratas insensíveis; o político corrupto, perseguido pelo jornalismo de investigação. O jornalista torna-se um herói correndo os riscos em que todos os outros se recusariam em correr individualmente.

Dentro desta corrente, em uma das obras mais recentes sobre Cinema e Jornalismo organizado por Berger (2002), os filmes são ícones dos limites dos ideais democráticos da liberdade de expressão da imprensa e da mídia audiovisual.

Para a autora, o cinema é tomado como objeto de conhecimento, através do qual tanto a forma como os conteúdos fornecem revelações sobre a construção do universo da informação, materializadas nas facetas do personagem jornalista, na coincidência da narrativa da ação cinematográfica e jornalística, nos dramas do conluio da imprensa e exercício do poder, nas reportagens da vida real e na transformação da notícia em mero espetáculo de variedades (Berger, *idem*).

Paiva (2006) salienta que o perfil do jornalista na imaginação criativa do cinema se apresenta por meio de uma legião de personagens, cujo caráter e temperamento se mostram diferenciados, mas que estes traços são produzidos para atrair a audiência.

Analisando de forma crítica o perfil dos jornalistas enquadrados pelo cinema, o autor aponta que as atitudes e comportamentos refletem a parte altruísta e a parte egoísta dos seres humanos, os níveis elevados e os níveis mais rasteiros porque o diálogo entre os opostos pode gerar efeitos lucrativos junto ao espectador.

Todavia há narrativas mais ricas e outras mais pobres e cumpre averiguar como ali se reproduzem e se representam os estigmas, os preconceitos, os recalques, assim como as modalidades de esclarecimento, de autonomia e de liberdade. Ocorre o mesmo com relação à imprensa, enquanto instituição, ou como uma corporeidade midiática, que, quando representada (ou simulada) no cinema, não escapa dos esquemas ideológicos (PAIVA, 2006, p.11).

Portanto, do ponto de vista teórico, os caminhos para análise e interpretação do jornalismo no cinema é bastante vasto, permitindo reflexões voltadas para visões opostas ou, outras vezes, complementares.

A busca do método

A busca por um método que contemplasse a necessidade de verificação da organização da narrativa que se insere nos filmes que tratam sobre jornalismo e seus profissionais levou a recorrer à Análise de Conteúdo (AC) como ferramenta metodológica.

Segundo Bardin (1977) a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise de comunicações visando obter, por procedimento sistemático e objetivo, descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam uma inferência de procedimentos relativos às condições de produção e recepção dessas mensagens. Para a autora,

não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto; as comunicações” (BARDIN, 1977, p 31).

Neste sentido, a aplicação da AC para remete-se qualquer tipo de comunicação. Qualquer que seja o transporte de significações de um emissor para um receptor controlado ou não, pode e deve ser decifrado pelas técnicas de AC. O material analisado abre um leque de possibilidades metodológicas que permitem análises nas perspectivas lingüísticas e não lingüística.

Desde mensagens lingüísticas em forma de ícones, até “comunicações” em três dimensões, quanto mais o código se torna complexo, ou instável, ou mal explorado, maior terá de ser o esforço do analista, no sentido de uma inovação com vista à elaboração de uma nova técnica (BARDIN, 1977, p.32).

Os domínios possíveis de aplicação do método se estendem a outros campos da comunicação.

Tabela 1
Domínios possíveis da aplicação da Análise de Conteúdo adaptado (Bardin, p.35)

Código e Suporte	Nº de pessoas implicadas na comunicação (Comunicação de massa)
Lingüístico Escrito	Jornais, livros, anúncios publicitários, cartazes, panfletos, etc.
Lingüístico Oral	Exposições, discursos, rádio, televisão, cinema, publicidade, discos.
Ícônico (sinais, grafismos, imagens, fotografias, etc)	Sinais de trânsito, cinema, publicidade, cartazes, televisão,
Outros códigos semióticos (tudo que não sendo lingüísticos, pode ser portador de significações).	Meio físico e simbólico: sinalização urbana, monumentos, arte; mitos, estereótipos, instituições, elementos de cultura.

Após a identificação da metodologia, cabe a constituição de um corpus que possibilite analisar como o jornalismo e o jornalista são tratados nos filmes. Para tanto, analisaremos 3 filmes de décadas diferenciadas que tratam da profissão. O primeiro, Todos os Homens do Presidente, de 1976, dirigido por Alan J. Pakula, com duração de 138 minutos, conta a história de dois jornalistas que investigam o caso Watergate. Em 1972, sem ter a menor noção da gravidade dos fatos, um repórter (Robert Redford) do Washington Post inicia uma investigação sobre a invasão de cinco homens na sede do Partido Democrata, que dá origem ao escândalo Watergate e que teve como consequência a queda do presidente Richard Nixon.

O segundo filme analisado foi O Quarto Poder, de 1997, do diretor Costa-Gravas. O filme conta um repórter de televisão (Dustin Hoffman) que está em baixa, mas já foi um profissional respeitado de uma grande rede, está fazendo uma cobertura sem importância em um museu de história natural quando testemunha um segurança demitido (John Travolta) pedir seu emprego de volta e, não sendo atendido, ameaçar a diretora da instituição com uma espingarda. O repórter, de dentro do museu, consegue mobilizar grande parte da imprensa americana. Porém, as coisas saem do seu controle e os fatos são manipulados pela imprensa.

O terceiro filme *Ao Vivo de Bagdá* foi produzido para o canal de televisão americano HBO em 2002, direção Mick Jackson. Relata a experiência da rede de televisão a CNN, em 1990, durante a Guerra do Golfo. Após acordo com os diretores do canal Robert Wiener (Michael Keaton), produtor veterano da CNN, e sua parceira nas produções Ingrid Formanek (Helena Bonham Carter) se encontram no Iraque, após os exércitos iraquianos invadirem o Kuwait em 2 de agosto de 1990. Os jornalistas enfrentaram diversos perigos para conseguir as maiores histórias e, ao contrário de seus concorrentes, mostrar as notícias ao vivo do Iraque.

Após a seleção dos filmes, usando os critérios da Análise de Conteúdo (Bardin, 1977) e a abordagem teórica de Nelson Traquina (2005) estabelecemos variáveis para interpretar os filmes. Dentre estas se relacionaram as concepções dos jornalistas como heróis e vilões. Outra delas foi medir as relações éticas apresentadas pelos personagens, bem como as interferências da profissão na vida privada. A interferência dos editores e empresários nas decisões sobre como conduzir a apuração jornalística. Por último, procuramos investigar a como se relacionaram os colegas de profissão e seus concorrentes.

Após a definição e investigação das variáveis foi composto um quadro temático sobre a incidência desses critérios investigados.

Tabela 2
Temas enfocados no filmes aplicando a Análise de Conteúdo

Filmes	Herói	Vilão	Ética	Vida Privada	Interferência editor/empresa	Concorrência companheiros	Concorrência empresas
Todos os homens do Presidente	5	0	4	8	8	0	2
Ao vivo de Bagdá	7	2	5	3	1	1	10
O Quarto Poder	5	2	5	0	6	4	1
TOTAL	17	4	14	11	15	5	13

O jornalista é representado, de forma geral, nos filmes como heróis, guardiões da liberdade de expressão e dos direitos dos cidadãos. Ele também é mostrado como aquele que dialoga com autoridades políticas, policiais e governamentais. Além disso, o jornalista aparece, muitas vezes, como investigador, um detetive na busca de denunciar delitos políticos e sociais. Os personagens analisados auxiliavam na negociação de conflitos locais, nacionais e internacionais.

Com relação a ética profissional, a maior parte demonstrou personagens que se envolviam com as fontes de informação de maneira positiva e negativa, como exemplo os jornalistas do filme *Todos os Homens do Presidente* que chegam a mencionar “as nossas fontes são preservados” e “se estivermos errados nos demitiremos”. A relação negativa aparece em maioria como exemplo no filme *O Quarto Poder* quando o jornalista protagonista é difamado por um outro colega da mesma rede de televisão.

A vida privada dos personagens, com poucas referências, é inexistente. O campo profissional ocupa todo o período de trabalho diário. São exemplos em o jornalista aparece quase que ininterruptamente trabalhando, sem referência a amigos, família e lazer. Muitas vezes as atividades profissionais se confundem com o ambiente da vida privada.

Por último, a variável concorrência revelou a busca pelo ineditismo, pela notícia e exclusividade. Foi interessante perceber que a concorrência se manifesta entre colegas de trabalho da mesma empresa e de empresas concorrentes.

Diante do que foi exposto, com esta breve análise, concluímos que a imagem formada da comunidade interpretativa jornalística corresponde aos ideais abordados por Traquina (2005) relacionando o profissional de jornalismo com as concepções de democracia social. Percebe-se uma visão romantizada e estereotipada da atividade jornalística, dramatizando e espetacularizando a profissão.

Referências bibliográficas

BERGER, Christa (Org.) **Jornalismo no Cinema**. Porto Alegre, UFRGS, 2002

DINES, Alberto. **A imprensa em Questão**. 15 de agosto de 1998 **In:** <<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/iq050898a.htm>>> acesso em 10 de janeiro de 2005.

_____. **Jornalistas não prestam no cinema**. 27 de julho de 2005. **In:** <<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=339MON002> >> acesso em 10 de janeiro de 2006.

NOGUEIRA, Luiz Carlos. **Algumas reflexões sobre o cinema a partir de Adorno**. <<<http://ubista.ubi.pt/~comum/nogueira-luis-cinema-adorno.htm>>> acesso em 8 de janeiro de 2005.

PAIVA, Cláudio Cardoso de. **Os jornalistas, os jornais e outras mídias no cinema Um estudo sobre ética e representação na arte cinematográfica**. **In:** <<<http://bocc.ubi.pt/pag/paiva-claudio-jornalistas-no-cinema.pdf>>> acesso em 10 de janeiro de 2006.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Por que as notícias são como são**. Volume 1. Florianópolis: Insular, 2004.

_____. **Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Volume 2. Florianópolis: Insular, 2005.

Wolf, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

A crise ambiental e a centralidade da mídia na modernidade: o jornalismo como promotor da reflexividade

Carine Massierer ¹ e Reges Toni Schwaab ²

Resumo: Diante da crise ambiental mundial torna-se relevante pensar como esta temática é apreendida pelo campo do jornalismo tendo em vista que vários autores argumentam, de maneira amálgama, que a mídia ocupa papel central no contexto do mundo pós-industrial, no que alguns convencionam chamar de era da informação. A partir dos conceitos do sociólogo Anthony Giddens, propomos pensar teoricamente o jornalismo guiado para uma concepção que permita compreender o todo sem isolar as partes, que tenha uma abordagem qualificada e que possa interagir na promoção da reflexividade e do debate social sobre meio ambiente, produzindo conhecimento.

Palavras-chave: Jornalismo, meio ambiente e reflexividade

Introdução:

Este artigo busca analisar algumas características constitutivas do jornalismo utilizando a concepção elaborada pelo sociólogo inglês Anthony Giddens, de que vivemos uma época de “modernização reflexiva”, num cenário de centralidade da mídia nos processos políticos contemporâneos.

Giddens, em “As conseqüências da Modernidade”, assim como fizeram outros autores (como Castells, 1999a), dá atenção especial ao papel da informação na sociedade, entendida aqui, como produto de um sistema, chamado de perito e que, pela sua organização, é detentor de credibilidade no cenário social. Esta se deve às especificidades do sistema baseado, tanto na confiança, por exemplo, em um diagnóstico médico, como na veracidade da informação jornalística, veiculada nos meios de comunicação. É a informação que promove a reflexividade.

¹ Jornalista, Especialista em Marketing pelo PPGA da UFRGS e Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação – PPGCOM/UFRGS.

² Jornalista, Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação – PPGCOM/UFRGS.

Partindo então da idéia de que o jornalismo tornou-se estruturante e intermediador das relações nas sociedades modernas - por meio de uma representação do espaço público e, desta forma, indispensável aos cidadãos para acesso à informação ambiental – é que propomos a adoção do entendimento de Giddens sobre os sistemas que operam na sociedade, dentre eles, o jornalismo como promotor da reflexividade. Aqui, pensamos o jornalismo como um sistema perito - sendo este um sistema de excelência técnica ou competência profissional que organiza grandes áreas dos ambientes material e social – em que:

a informação jornalística transmitida através da notícia pelos meios de comunicação, tem fundamental influência em todas as instituições e nas pessoas de sociedades com ordens econômicas distintas. A natureza e as características do sistema de comunicação e do ambiente onde são geradas as notícias, têm um papel preponderante no outro lado do processo, qual seja, no público, que irá consumi-las e interpretá-las (SILVEIRA, 1996, p.141).

Assim, o poder do jornalismo não está somente na interpretação dos fatos e de idéias, ou seja, na representação da realidade, pois, como afirma Pierre Bourdieu, não podemos reduzir as relações de força a relações de comunicação e também não basta notar que as relações de comunicação são sempre relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes ou pelas instituições envolvidas nessas relações e que podem permitir acumular bem simbólico.

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os <<sistemas simbólicos>> cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço de sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a <<domesticação dos dominados>> (BOURDIEU, 1989, p.11).

Segundo Bourdieu (1997, p. 102) o campo do jornalismo impõe sobre os diferentes campos de produção cultural “um conjunto de efeitos que estão ligados, em sua forma e sua

eficácia, à sua estrutura própria, isto é, à distribuição dos diferentes jornais e jornalistas segundo sua autonomia com relação às forças externas, as do mercado dos leitores e as do mercado dos anunciantes”.

A noção de campo do jornalismo, adotada por Bourdieu, na qual este está em interação permanente com os demais campos, na disputa de um poder simbólico que se sustenta por meio de uma estrutura e das relações estabelecidas na sociedade, se assemelha à noção de Giddens, uma vez que podemos avaliar o jornalismo como mais um sistema entre os sistemas peritos da sociedade, tendo ele, no entanto, uma função de mediação e de reflexividade perante e sobre os demais.

Para Wilson Gomes (2004, p.69) o jornalismo é uma atividade, um campo e uma competência. “Como campo, estabelece a natureza do trabalho jornalístico, determina o seu capital principal, configura os seus interesses fundamentais e distribui, em função disso, prestígio e distinção”.

Enquanto campo, o jornalismo, segundo Giddens, apresenta uma especificidade que é a de promover a reflexividade, oferecendo modelos de percepção da realidade social, política e democrática, que atuam na forma como esta percepção é reinterpretada pelo público receptor. Desta forma, as práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz de informação renovada sobre estas próprias práticas, modificando constitutivamente seu caráter.

Em todas as culturas as práticas sociais são rotineiramente alteradas à luz de descobertas sucessivas que se passam a informá-las. Mas somente na era da modernidade a revisão da convenção é radicalizada para se aplicar (em princípio) a todos os aspectos da vida humana, inclusive à intervenção tecnológica no mundo material (GIDDENS, 1991, p.45).

Para o sociólogo há um sentido fundamental no qual a reflexividade é uma característica definidora de toda a ação humana. Todos os seres humanos rotineiramente

“se mantém em contato” com as bases do que fazem como parte integrante do fazer. Esse movimento é denominado por ele de “monitoração reflexiva da ação” (GIDDENS, 1991, p.44). Com o advento da modernidade, a reflexividade assume um caráter diferente. Ela é introduzida na própria base do sistema, de forma que o pensamento e a ação estão constantemente refratados entre si (idem, p.45). É importante destacar que, para Giddens, a natureza das instituições modernas está profundamente ligada ao mecanismo de confiança³ em sistemas abstratos, especialmente confiança em sistemas peritos.

A análise proposta neste artigo também considera o reconhecimento das ambigüidades e contradições da época em que vivemos, dentro da chamada cultura global, isso porque, é levando em conta a forma como ela opera que podemos analisar como o campo do jornalismo pode contribuir para promover a reflexividade diante da crise ambiental em que vivemos.

Meio ambiente na modernidade

Analisar a questão ambiental requer levar em consideração a transformação do espaço público, acompanhada da crise do Estado-nação, a fragmentação dos públicos, a aparição de novos movimentos sociais e políticos, o poder instituído pelas indústrias de comunicação e sua vinculação com os poderes de capital e ainda as modificações econômicas, sociais, políticas e culturais. Isso porque a crise ambiental está diretamente ligada a inflação elevada, ao desemprego, a crise na assistência à saúde, a poluição e a desastres ambientais.

³ A confiança, em suma, é uma forma de “fé” na qual a segurança adquirida em resultados prováveis expressa mais um compromisso com algo do que apenas uma compreensão cognitiva. (GIDDENS, 1991, p.35)

Este contexto de desigualdades se deve ao fato de que a humanidade ainda aplica, na atualidade, conceitos de uma visão social obsoleta, a visão cartesiana, a qual não serve mais para o “mundo globalmente interligado, no qual os fenômenos biológicos, psicológicos, sociais e ambientais são todos interligados” (CAPRA, 1982, p.14). Até hoje a visão mecanicista não foi suplantada totalmente, pois, “admite-se que grande parte dos problemas ambientais são produzidos pela visão que os homens lançaram sobre a natureza, ou seja, são decorrentes da forma como a percepção do meio foi estabelecida historicamente” (LAUXEN, 2002, p.25).

A separação homem-natureza e a objetificação dos elementos naturais, vistos como recursos a serem explorados, ainda é presente na sociedade, apesar das mais variadas correntes do pensamento ecológico terem surgido nas últimas décadas. Paralelo à ecologização permanece o processo de destruição em função do advento de novas maneiras de se explorar a natureza, dentro das dimensões institucionais da modernidade que são o *capitalismo*, com a acumulação de capital no contexto de trabalho e mercados de produtos competitivos; a *vigilância*, no controle da informação e supervisão social; o *poder militar*, com controle dos meios de violência no contexto da industrialização da guerra; e o *industrialismo*⁴, gerador de transformações da natureza e desenvolvimento do ambiente criado.

Mesmo nos estados que permanecem primordialmente agrícolas, a tecnologia moderna é freqüentemente aplicada de modo a alterar substancialmente as relações preexistentes entre a organização social humana e o meio ambiente. Isto vale, por exemplo, para o uso de fertilizantes ou outros métodos de lavoura artificial, para a introdução de moderna maquinaria agrícola, etc. A difusão do industrialismo criou “um mundo” num sentido mais negativo e ameaçador do que o que foi mencionado – um mundo no qual há mudanças ecológicas reais ou potenciais de um tipo daninho que afeta a todos no planeta. (GIDDENS, 1991, p.81)

⁴ O impacto do industrialismo é claramente não limitado à esfera de produção, mas afeta muitos aspectos da vida cotidiana, bem como influencia o caráter genérico da interação humana com o meio ambiente material. (GIDDENS, 1991, p.81)

As ameaças e os perigos emanados da *natureza*, como a prevalência de doenças infecciosas, insegurança climática, inundações ou outros desastres, eram muito presentes nas culturas pré-modernas. No entanto, estes perigos que enfrentamos não derivam diretamente da natureza, mas do desequilíbrio ambiental resultante da ação do homem nisso, porque, segundo Giddens, nossas relações com o mundo físico são radicalmente diferentes das épocas anteriores – especialmente nos setores industrializados do globo, mas em certo grau em toda parte. À primeira vista, os perigos ecológicos atuais podem parecer semelhantes às vicissitudes da natureza encontradas na era pré-moderna. “O contraste, contudo, é nítido. Ameaças ecológicas são o resultado de conhecimento socialmente organizado, mediado pelo impacto do industrialismo sobre o meio ambiente material”. (GIDDENS, 1991, p.112)

É central para a modernidade que os riscos podem ser em princípio avaliados em termos de conhecimento generalizável sobre perigos potenciais. “Há confiança em sistemas abstratos que é uma condição do distanciamento tempo-espço e das grandes áreas de segurança na vida cotidiana que as instituições modernas oferecem em comparação com o mundo tradicional” (GIDDENS, 1991, p.116). Na condição moderna, os riscos são no sentido de intensidade: por exemplo, uma guerra nuclear pode ameaçar a sobrevivência da humanidade. Vemos também o risco derivado do ambiente criado ou natureza socializada: a infusão do conhecimento humano no meio ambiente. Temos ainda a consciência bem distribuída do risco: muitos dos perigos que enfrentamos coletivamente são conhecidos pelo grande público.

E os movimentos sociais inseridos na luta ecológica tentam alertar sobre essa lógica, como relata Castells (1999b), constituindo-se em uma tentativa de corrigir “formas

destrutivas de relacionamento entre o homem e seu ambiente natural, contrariando a lógica estrutural e institucional atualmente predominante” (CASTELLS, 1999b, p.144). O autor acredita no caráter revolucionário do movimento e na função de promotor do debate com a opinião pública para reorientação das instituições e políticas ao encontro da perspectiva ambiental.

Apesar de algumas peculiaridades, a visão que guia o movimento ambientalista é a cosmovisão contemporânea, fundamentada no pensamento das redes de relações vivas, na qual a *Terra* não é um planeta com elementos separados, mas um sistema, no qual interagem dinamicamente organismos vivos e não vivos. Esta visão apresenta-se na contramão do cartesianismo, propondo a fuga de moldes obsoletos e remetendo à cidadania e a solidariedade.

No entanto, é importante destacar o paradoxo promovido pelo industrialismo: de um lado, a exploração danosa do meio ambiente e, de outro, a transformação das tecnologias, as constantes inovações, que são perceptíveis também na comunicação, com a ampliação do número de canais de televisões e de jornais, das transmissões via satélite e digital e o advento da internet, possibilitando à sociedade o acesso à informação em todas as partes do planeta, o que antes não era possível através do jornalismo.

A comunicação fundamenta-se como um processo social articulado a partir das relações entre as organizações da sociedade (formais, oficiais, civis), a sociedade em si (população) e os canais que permitem a difusão das informações à coletividade. Além disso, a comunicação passa a coordenar múltiplos emissores de informação e opinião, receptores e interesses diversos, que interferem e interagem na ação jornalística, em razão do jornalismo ser também fruto dos processos culturais.

Mas apesar do jornalismo promover a ampliação dos espaços de informação sobre meio ambiente, o acesso ao público não está garantido e esta é uma das grandes entraves, uma vez que, como ressalta Medina (1999, p.17):

[...] a informação, aquisição de conhecimento e a integração de esforços são condições “sine qua non” para avançar na construção de uma sociedade sustentável, democrática, participativa e socialmente justa, capaz de exercer efetivamente a solidariedade com as gerações presentes e futuras e, onde a educação passa a adquirir novos significados que contribuem para a efetivação deste processo. “Essa é uma exigência indispensável para a compreensão do binômio “local-global “ e para a preservação e conservação dos recursos naturais e socioculturais, patrimônios da humanidade.

Neste ponto reside, portanto, a co-responsabilidade da mídia e do jornalismo na abordagem qualificada do tema ambiental, já que o público deposita no jornalismo credibilidade enquanto um sistema perito. O jornalismo, como afirma Miguel (1999), é um foro informal e cotidiano de legitimação ou deslegitimação dos diversos sistemas peritos da sociedade, nos quais incluiríamos o ambientalismo e as correntes contemporâneas do pensamento ecológico. O autor propõe ainda o contato cotidiano com o jornalismo para ajudar “a confirmar ou desmentir as crenças estabelecidas na fiabilidade dos diversos sistemas peritos” (MIGUEL, 1999, p.202), uma vez que o público não conta apenas com a sua experiência pessoal, mas também com aquilo que lhe é relatado.

Jornalismo, sociedade e reflexividade

Por mais que se aponte para um cenário de reflexividade como papel do jornalismo, é fundamental entender em que situação hoje se produz informação, uma vez que o jornalismo está inserido no pacote midiático a que temos acesso, seja em grandes

corporações ou em empresas de médio e pequeno porte. O mundo é midiaticizado e, portanto, as pessoas estão “abertas à circulação das formas simbólicas mediadas pelos meios de comunicação, de massa” (GUARESCHI, 2001, p.37). Para Sodré (2004), trata-se de um contexto de domínio da produção simbólica, que tem efeitos importantes no campo social, uma vez que, a linguagem é produtora da realidade. A mídia, como conjunto dos meios de comunicação hegemônicos, se vale fortemente da ideologia globalista⁵, a qual não compactua com a causa ambiental. Podemos concluir então que:

Quando um grupo hegemônico obtém da sociedade a aceitação de uma ideologia, está obtendo aval semântico para uma pletera de pontos de vista, visões de mundo, articulações de senso comum e representações sociais guiadas por um sentido determinado, que pretende comum a todos, universal, verdadeira. Própria do mecanismo ideológico é a troca da parte pelo todo, isto é, da parcialidade de sentido (já que é apenas a unidade consensual de um grupo específico) por uma totalidade ou universalidade ilusória. (SODRÉ, 2004, p.22)

Conforme Moraes (2004, p.187), as corporações de mídia tem tido papel estratégico na tarefa de “agentes operacionais” da globalização, no que ele chama de enunciação discursiva. Legitimam o discurso social dominante, propagando visões de mundo e modos de vida e “transferem para o mercado a regulação das demandas coletivas”. Esta afirmação já nos dá elementos para supor como a questão ambiental vem sendo tratada nos últimos anos pelos meios de comunicação, uma vez que o domínio da produção simbólica tem efeitos na visão sobre meio ambiente compartilhada pelas pessoas.

Chaparro (1994, p.87) lembra que vivemos em uma sociedade composta por organizações, que nos acolhem, educam e empregam. O fazer jornalístico, por sua vez, é igualmente fruto da atuação de uma organização, produtora de um bem simbólico:

⁵ A globalização se refere essencialmente a este processo de alongamento, na medida em que as modalidades de conexão entre diferentes regiões ou contextos sociais se enredaram através da superfície da Terra como um todo. A globalização pode assim ser definida como a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa. (GIDDENS, 1991, p.69)

[...] o jornalista, como todos os produtores da indústria cultural, é um trabalhador, cuja produção específica o qualifica como um intelectual, pois a mercadoria que produz são idéias, valores, imagens e sons que explicam o mundo, lhe dão sentido e substrato para sonhá-lo (BERGER, 1998, p.33).

Assim como Berger e Chaparro, Traquina (2004) também acredita que o trabalho jornalístico, analisado sob o enfoque da Teoria Organizacional, “é influenciado pelos meios de que a organização dispõe” (p.158), apontando a influência dos aspectos econômicos na atividade jornalística, sabido que, como argumenta Morin (2002), a economia está fechada em si mesma e de costas para aspectos sociais, culturais e ecológicos.

Todas as questões levantadas até aqui podem ser apontadas como limites para a abordagem da questão ambiental no jornalismo. Entretanto, Beltrão (1992), define como essência do jornalismo uma atuação sintonizada com os interesses da coletividade, com a mídia a partir do público, para o público e pelo público.

Girardi (2001), argumenta que em vários momentos a imprensa foi aliada do movimento ecológico, apresentando temas e conceitos “até então restritos aos domínios das instituições de pesquisa ou dos cientistas” (p.59). Neste exemplo inserem-se as noções sobre agrotóxicos, destruição da camada de ozônio, falta de saneamento e as implicações na saúde. Mas o “verdejar” da pauta jornalística requer mais avanços, principalmente na igualdade de acesso à informação, como avalia Morin:

É o problema universal de todo o cidadão do novo milênio: como ter acesso às informações sobre o mundo e como ter a possibilidade de articulá-las e organizá-las? Como perceber e conceber o Contexto, o Global (a relação todo/partes), o Multidimensional, o Complexo? Para articular e organizar os conhecimentos e assim reconhecer os problemas do mundo, é necessária a reforma do pensamento (MORIN, 2002 p.35).

Afirmamos com Giddens, que a informação assume papel central e, como produto do jornalismo, promove a reflexividade. Genro Filho alerta que o jornalismo não é um mero

“reflexo empírico e necessariamente acrítico, cuja função é somente integrar os indivíduos no ‘*status quo*’, situá-lo e adaptá-lo na organicidade social vigente” (GENRO FILHO, 1987, p. 56). Uma crítica à atuação operacional e manipulatória que o jornalismo pode ter, se as organizações assim o quiserem.

Esta visão do papel do jornalismo no processo de cognição social também é adotada por Meditsch (1997), ao afirmar que o jornalismo produz conhecimento, devendo estar aberto aos diversos tipos de saber que circulam socialmente. No entanto, o pedagogo Paulo Freire, alerta que o conhecimento não pode ser meramente transmitido, uma vez que o saber deve ser algo a ser re-conhecido e re-criado. O autor argumenta ainda que as “concepções fixas e os paradigmas estanques são alguns destes obstáculos que temos que superar”(p.03). Pensamos também num conhecimento a partir de outra ótica que não a positivista, na qual seja possível o jornalismo cumprir sua função de reflexividade e de produção de conhecimento, lembrando que:

a ciência vai renunciando à tendência de interpretar o todo da realidade a partir das suas partes, de se fixar nos parâmetros de saberes institucionalizados. Há um movimento que questiona antigos conceitos e busca, através da reflexão crítica, uma ampliação dos horizontes (VIEIRA, 1998, p.14).

Meditsch resgata a importância do senso comum como perspectiva para o jornalismo. Na medida que as Ciências Humanas avançaram, afirma ele, este conhecimento antes negado pela racionalidade científica, passa a ter novamente valor ao contribuir para desvendar as relações sociais, sendo muitas vezes objeto principal das teorias do conhecimento.

Essa capacidade para a reflexão – de fato, sua fundamental importância – tem sido notada com frequência suficiente por aqueles que procuram definir as características da modernidade e da pós-modernidade, mas suas próprias reflexões tendem a ver a virada reflexiva mais ou menos exclusivamente nos

textos de especialistas da filosofia ou da ciência social. Quero reivindicá-la também para o senso comum e, de tempos em tempos, até mesmo, ou talvez especialmente, para a mídia. A mídia é essencial a esse projeto reflexivo... (SILVERSTONE, 1999, p.22)

Diante do tema meio ambiente, percebemos a necessidade de atuação de um jornalista sujeito, construtor de uma pauta que leve em conta a discussão de questões básicas para a continuidade da vida no planeta. Na perspectiva das Ciências Sociais, estamos diante do desafio de fazer um jornalismo dialógico e embasado. Um jornalismo reflexivo, capaz de atuar em favor da vida, de ver as relações existentes, seja via pensamento complexo, seja pelo viés do pensamento sistêmico⁶, que são correntes até de inspiração biológica, mas comprovadamente ampliadoras da visão humana sobre o planeta e os fenômenos. Tais paradigmas também podem hibridizar o fazer jornalístico, abrindo horizontes para a forma de abordagem do que acontece à nossa volta.

As possibilidades emergentes

O modo emergente de ver o mundo, baseado nos paradigmas contemporâneos tanto ecológicos como de comunicação dão um caráter sistêmico ao jornalismo. Trata-se de uma visão que acaba por modificar inclusive o lugar deste sujeito jornalista, já que o resultado do seu trabalho tem uma função não apenas informativa: ele produz conhecimento e gera reflexividade.

O jornalista, quando mediador/cultural, não reivindica a objetividade, pois, por reconhecer-se sujeito da história, sabe que ao olhar o mundo, o faz desde um

⁶ [...] os jornalistas deverão mudar, e seu modo de pensar, fragmentário, deverá tornar-se holístico, desenvolvendo uma nova ética profissional baseada na consciência social e ecológica. Em vez de se concentrar em apresentações sensacionalistas de acontecimentos aberrantes, violentos e destrutivos, repórteres e editores terão de analisar os padrões sociais e culturais complexos que formam o contexto desses acontecimentos, assim como noticiar as atividades pacíficas, construtivas e integrativas que ocorrem em nossa cultura (CAPRA, 1982, p.400).

lugar social e que ao descrevê-lo o produz na mesma dimensão de uma ação social – de referendamentação ou transformação. Além do mais, ao mediar o mundo a seu leitor, o jornalista o conclama a elevar-se, também, à condição de sujeito leitor (BERGER, 1998, p. 33).

Um novo olhar sobre o fazer jornalístico permite a atuação de forma abertamente crítica. Este processo de mediação é o que mantém, conforme Chaparro (1994, p.23) a viabilidade do direito à informação, dentro de um princípio ético universal, sendo o jornalista um profissional consciente da responsabilidade social.

Considerando que o jornalismo deve ser a mais ampla síntese de tudo que interessa ou reclama o organismo social, abrangendo por isso todos os setores da vida e do universo há quem considere que as publicações e divulgações de caráter profissional, artístico, literário, científico ou esportivo não são senão ‘fragmentos’ do jornalismo. O verdadeiro jornalismo seria exclusivamente o que abrangesse os mais diversos e amplos setores, atendendo desse modo à demanda total do público (BELTRÃO, 1992, p.78).

Para que a visão ambiental se incorpore ao jornalismo, é necessário não se limitar à factualidade ou em aspectos específicos. Deve-se, sim, apontar um sentido ou significado mais amplo, oferecendo elementos para a compreensão do acontecimento ou tema para além do vender informação. Sendo assim, entendemos que o assunto meio ambiente não deve ganhar espaço esporadicamente, nem estar presente apenas em função de acontecimentos normais ou “gerados” pelos atores sociais. Apontamos, sim, para a tarefa da mídia de colocar a reflexão ambiental como ponto fundamental da rotina jornalística, para que possamos contribuir para a solidificação de um “jornalismo produzido e pensado conscientemente, para oferecer um mínimo de cognoscibilidade ao mundo contemporâneo” (GENTILLI, 2005, p.12), um jornalismo que ofereça a informação qualificada que é de direito do cidadão receber.

Lima (2004) reflete que várias áreas científicas mudaram sua forma de abordagem e cabe ao jornalismo também fazer esta mudança. Para ele, há uma certa lacuna

[...] entre a imprensa brasileira, na sua forma convencional de cobertura da contemporaneidade, e as célebres transformações que ocorrem no mundo. O instrumento de que tem se valido o jornalismo convencional, para a abordagem do real em profundidade, está aquém do possível, se considerarmos os métodos de captação já existentes noutras áreas do conhecimento, se levarmos em conta a ótica sob a qual tem nascido a pauta da imprensa (LIMA, 2004, p. 318-319).

Ainda segundo o autor, para ler o mundo, o jornalismo emprega toda uma bateria de recursos, que traz ao receptor uma compreensão do homem e seu tempo. Esta tarefa pode resultar primeiro numa

[...] viagem epidérmica pela realidade, da qual provém pouca retenção, um estado de equilíbrio insignificante para uma real compreensão da contemporaneidade; o segundo seria uma visão ácida, crítica, que conduz o leitor a uma espécie de beco sem saída, marcadamente pessimista; o outro seria crítico, mas, ao contrário do anterior, encontraria pistas que podem sugerir possibilidades de um reordenamento construtivo (LIMA, 2004, p. 320)

A mídia, e particularmente o jornalismo, de acordo com Motta (2001), recriam o real estruturando-o através da disseminação de significados. Significados que podem ser conscientes ou podem estar além dos sentidos imediatos do texto. A hipótese aqui é a de que o jornalismo, muito além do que pretendem os defensores da objetividade da linguagem jornalística, é estruturador do real.

Uma vez que o conhecimento sobre a vida social deve ser disseminado para que exerça seus efeitos, a imprensa surge como a principal *operadora de reflexividade* das sociedades contemporâneas. Os resultados de pesquisas sociológicas... só entram no circuito de reflexividade, isto é, passam a alimentar a consciência dos agentes depois de processados (ou diluídos) através do jornalismo... É claro que podem existir caminhos alternativos, como a publicação de livros de divulgação... porém, a inclusão na pauta dos meios de comunicação representa o diferencial entre o conhecimento científico restrito e massificado” (MIGUEL, 1999, p.204).

Com as matérias sobre meio ambiente acontece o mesmo que no jornalismo científico, uma vez que pensar o jornalismo especializado requer concebê-lo como um sistema perito, dentro da complexidade que a abordagem requer, como aponta Bacchetta:

Se considerarmos o meio ambiente como o conjunto de sistemas naturais e sociais habitados pelo ser humano e pelos demais seres vivos existentes no planeta e dos quais obtém seu sustento, o jornalismo ambiental é um dos gêneros mais amplos e complexos do jornalismo. (BACCHETTA, 2000, p.18). [tradução nossa]⁷

Estabelecer as conexões que expliquem o caminho para a sustentabilidade é fazer compreender a teia da vida. O jornalismo pode ter seu viés ambiental, sendo agregador de conhecimentos, complexo na essência, responsável na elaboração e didático na recepção. Não se sustenta apenas como um sistema perito, fragmentado ou cartesiano. As matérias precisam ser integradoras e compreensíveis, pois abrangem sempre um público heterogêneo, mesmo em espaços especializados. Numa visão global, estes poderiam ser pressupostos da ação jornalística na sociedade e parece não haver outro caminho uma vez que a comunicação tem, em sua definição, um caráter social.

O olhar *holístico* (do grego *holos*) remete à totalidade, chamando-nos a olhar a realidade articulando as partes no todo, no qual tudo é um processo dinâmico e único, e onde o meio ambiente se torna um dos fatores preponderantes para se pensar na sustentabilidade da humanidade. O jornalismo passa também a ter papel fundamental contribuindo para a reflexividade.

⁷ Si consideramos al medio ambiente como el conjunto de sistemas naturales y sociales habitados por el humano y los demás seres vivos existentes en el planeta y de los cuales obtienen su sustento, el periodismo ambiental es uno de los géneros más amplos y complejos del periodismo (BACCHETTA, 2000, p.18).

Considerações finais

A noção de reflexividade é central na interpretação que Giddens (1991) faz da vida contemporânea, lembrando que reflexividade significa a produção de conhecimento sistemático sobre a vida social. Na modernidade, defende ele, estamos lidando com um alto grau de reflexividade, a ponto de ela ser aplicada a todos os aspectos da vida humana. Neste contexto, o jornalismo tornou-se estruturante e intermediador das relações nas sociedades modernas.

Como vimos, há características do sistema perito jornalismo, tais como sua realização por organizações econômicas e as rotinas produtivas deste campo, que influenciam a reflexividade, por meio do repasse de informações, essenciais enquanto intermediadoras das relações sociais. Neste ponto, concordamos com Miguel (1999), quando este, ao fazer uma leitura de Giddens, afirma que a reflexividade encerra, sem dúvida, a promessa de mais autoconsciência e controle sobre nossas vidas. O problema é saber que alguém controla os meios deste autocontrole, já que, na perspectiva de Giddens, reflexividade significa maior autoconsciência. Ou seja, o indivíduo se apropria de saberes veiculados pelo jornalismo e modifica sua forma de agir.

O jornalismo pode assumir, assim, um papel central nos processos políticos e sociais, lançando mão da sua capacidade de ordenamento da informação ao contribuir para que os receptores percebam a crise ambiental multifacetada e desdobrada em várias crises econômicas e humanas. Também pode atuar com vistas a um desenvolvimento da sociedade no caminho do respeito à natureza e não da sua exploração e intervenção sem questionamentos maiores como pedem ambientalistas.

Assim, quanto maior a reflexividade, sendo ela livre e democrática sobre a vida social, maiores os resultados positivos nas práticas culturais dos sujeitos, por isso a preocupação da pesquisa em analisar e ressaltar a centralidade do jornalismo (ou da mídia num sentido amplo) nas sociedades modernas também como processo emancipatório e cidadão.

Porém, parece que esta ecologização da imprensa precisa estar associada a uma ecologização da sociedade, uma vez que, como *sistema perito*, o jornalismo se constitui, questiona e impulsiona a reflexão ao falar dos demais sistemas peritos que compõe a sociedade, como por exemplo, os sistemas político e científico. Ou que então, pelo menos, os paradigmas do jornalismo comecem a mudar para, via *reflexividade*, se produzir questionamentos sobre a ordem antiecológica ainda vigente nas sociedades modernas.

REFERÊNCIAS

BACCHETTA, Víctor. El periodismo ambiental. In: BACCHETTA, Vítor L. (org). **Ciudadanía Planetaria: temas y desafíos del periodismo ambiental**. Uruguai: Federación Internacional de Periodistas Ambientales / Fundación Fridrich Ebert, 2000

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo**. 4.ed. Revista e aumentada. São Paulo: Ática, 1990. v.2.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à Filosofia do Jornalismo**. – 2.ed – São Paulo : Editora da Universidade de São Paulo; Com Arte, 1992 – Clássicos do Jornalismo Brasileiro; 50

BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1998

BOURDIEU, Pierre. A influência do Jornalismo. In: Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Zahar, 1997

BOURDIEU, Pierre. Sobre o poder simbólico. In: O Poder Simbólico. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S. A., 1989

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 1994

CAPRA, Fritjof. **O ponto de mutação**. São Paulo; Cultrix, 1982

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em Rede**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1. (A era da informação. Economia, sociedade e cultura)

_____. **O poder da identidade**. 3.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.2. (A era da informação. Economia, sociedade e cultura). Tradução de Klauss Brandini Gehardt

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre, Tchê, 1987. P. 53-68

GENTILLI, Victor. Democracia de massas: jornalismo e cidadania: estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991. Tradução Raul Fiker

GIRARDI, Ilza Maria Tourino. O jornalismo ambiental nos cursos de jornalismo. In: JACKS, Nilda et al. **Tendências na Comunicação**: 4. Porto Alegre: L&PM, 2001

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004

GUARESCHI, Pedrinho. **Os construtores da informação**. Petrópolis: Vozes, 2001

LAUXEN, Ademar Antônio. **Desconsiderações das questões ambientais no ensino formal de ciências**: o caso das escolas de Ibirubá. Ijuí, RS: UNIJUÍ, 2002. --(Coleção trabalhos acadêmico-científicos. Série dissertações de mestrado; 4

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas : o livro reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. Barueri, SP: Manole, 2004

MEDINA, Nana Mininni. **Educação ambiental: uma metodologia participativa de formação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma Forma de Conhecimento?** BOCC - Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. In: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento-html. Acesso em 21 de agosto de 2005

MELLER, Cléria Bitencorte. **Educação Ambiental como possibilidade para superação da fragmentação do trabalho escolar**. Ijuí, RS: UNIJUÍ, 1997. -- (Coleção trabalhos acadêmico-científicos. Dissertação de Mestrado)

MIGUEL, Luís Felipe. **O jornalismo como sistema perito**. In Tempo Social; Ver. Sociol. São Paulo: USP, 1999

MORAES, Dênis de. O capital da mídia na lógica da globalização. In: MORAES, Dênis de (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização cultural e poder. 2a. ed. – Rio de Janeiro: Record, 2004

MORIN, Edgar. **Sete saberes necessários à Educação do Futuro**. 5. ed. – São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002. Tradução de Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya; revisão técnica de Edgard de Assis Carvalho

____ e Kern, Anne Brigitte. **Terra Pátria**. Porto Alegre: Sulina, 2002. Tradução de Paulo Azevedo Neves da Silva

PELIZZOLI, M. L. **A emergência do paradigma ecológico**: Reflexões ético-filosóficas para o século XXI. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999

SILVEIRA, Miguel Ângelo da. Comunicação Rural e sustentabilidade agrícola. In: DENKER, Ada de Freitas Maneti et. Al, orgs. **Comunicação e Meio Ambiente**. São Bernardo do Campo: Intercom, 1996. p. 139-143

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 1991.
Tradução Milton Camargo Mota

SODRÉ, Muniz. O globalismo como neobárbarie. In: MORAES, Dênis de (org.). **Por uma outra comunicação.** Mídia, mundialização cultural e poder. 2a. ed. – Rio de Janeiro: Record, 2004

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2004

VIEIRA, André Scharlau. **Saber Real.** In: Tendências em Comunicação. Porto Alegre: LPM&RBS, 1998

Modos de Endereçamento em diferentes segmentos do Jornalismo Impresso: uma análise de manchetes de O Globo e Extra

Carine Felkl Prevedello ¹

Resumo: Utilizando-se da concepção de Modos de Endereçamento, definida a partir da teoria do cinema, mas aplicada ao jornalismo como uma relação proposta pelo veículo de comunicação à sua audiência, o artigo observa a forma como os jornais O Globo e Extra reportam-se ao leitor, através da análise de quatro manchetes de uma mesma semana. O exame de representantes de diferentes segmentos do jornalismo impresso, sendo O Globo da vertente tradicional, e Extra considerado hoje o principal expoente da expansão do jornalismo popular no Brasil, objetiva também um olhar sobre essa nova forma de fazer jornalismo. Mesmo pertencendo a uma mesma empresa (Infoglobo), os dois jornais dirigem-se a públicos diferentes, questão a ser investigada exatamente na construção das formas como buscam interpelar seu leitor.

Palavras-chave: Modos de Endereçamento, jornalismo, leitor.

Modos de Endereçamento – Um conceito aplicado à análise do Jornalismo

Ao estudar o conceito de Modos de Endereçamento², originariamente utilizado no cinema, Elisabeth Ellsworth amplia a noção para outros campos, entendendo-a como uma forma de investigar a relação entre o social e o individual. Através da pergunta central desenvolvida junto ao conceito, “Quem esse filme pensa que você é?”³, Ellsworth introduz um método de estudo da recepção, imbricado ao reconhecimento da relevância das condições de

¹ Jornalista formada pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com Especialização em Direitos Humanos pelo Complexo de Ensino Superior de Santa Catarina (CESUSC) e Instituto de Filosofia Berthier (Ifibe), cursando Mestrado em Comunicação Midiática na UFSM.

² O conceito de Modos de Endereçamento, originário da análise do cinema, foi adaptado por Elisabeth Ellsworth, atingindo as reflexões sobre a Educação e Comunicação. Os Modos de Endereçamento, para o cinema, consistem basicamente em desenvolver o filme e a narrativa cinematográfica com identificação prévia dos interesses do público que se pretende atingir, para utilizar-se de mecanismos de identificação com esse público. Tal estratégia pode ser direcionada, como o foi em pesquisas posteriores, ao estudo dos textos e discursos, considerando-se o efeito que o locutor pretende produzir, segundo o que represente a respeito de seu público/leitor.

³ ELLSWORTH, Elisabeth. Modo de Endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Nunca Fomos Humanos: nos rastros do sujeito*.

produção. Aplicado ao jornalismo, possibilita materializar parte fundamental da construção implícita ao processo de produção do texto jornalístico, ou de qualquer outro produto midiático: a definição de estratégias de persuasão do leitor e/ou da audiência.

Em seu campo, os modos de endereçamento constituem um mecanismo que serve à mesma função: antecipar possíveis reações daquele a quem a mensagem vai se dirigir. São mecanismos que fazem uma previsão e, dessa forma, definem a sua mensagem com o objetivo de atingir o receptor da forma mais eficaz possível e influenciá-lo segundo suas expectativas de sucesso. (AUGUSTI, 2004, p.20).

Interessa-nos, neste estudo, avaliar, através de uma análise direcionada aos jornais O Globo e Extra, a forma como esses mecanismos de antecipação da recepção permitem a moldura acoplada à manchete principal, desvendando, simultaneamente, as razões para os divergentes modos de apreender o leitor em cada situação. Há uma gama considerável de nuances a interferir na forma de publicação das notícias, até mesmo a orientação editorial do veículo, o que faz com que um fato seja editado de uma determinada maneira, ao invés de outra. No caso de dois veículos representantes de uma mesma empresa (Infoglobo), teoricamente atrelados a um mesmo viés político-ideológico, essa influência é um elemento que provavelmente gerará menor impacto, em comparação à representação dos públicos para os quais é dirigida cada publicação.

O conceito de modo de endereçamento, quando aplicado aos estudos do jornalismo, nos leva a tomar como pressuposto que quem quer que produza uma notícia deverá ter em conta não apenas uma orientação em relação ao acontecimento, mas também uma orientação em relação ao receptor. Esta orientação para o receptor é o modo de endereçamento e é ele, em boa medida, que provê grande parte do apelo de um programa para os telespectadores (*ou de um jornal para os leitores*). (GOMES, 2004, p.3)

Mesmo pressupondo o estudo e reconhecimento prévios da recepção, o conceito de Modos de Endereçamento contempla também a noção de interação com o leitor, ou com as audiências (os estudos que consideram essa teoria no campo da Comunicação têm se dirigido prioritariamente aos programas de televisão), de maneira que se considere ativa a instância da leitura. Apesar de organizar-se para atingir determinado objetivo, nem sempre a estratégia “acerta o alvo”, como Ellsworth observa ao estruturar o conceito. Trata-se, portanto, não

somente de uma audiência ativa, pois sujeita a inúmeras influências, mas também da condição polissêmica das mensagens, que guardam em si uma infinidade de possibilidades de interpretação.

Um novo segmento no jornalismo impresso brasileiro

O final dos anos 90 marca a expansão no Brasil de um novo segmento da mídia impressa: os jornais populares. As empresas de comunicação já atuantes nesse mercado através dos jornais de referência⁴ passam a lançar, simultaneamente, um novo modelo de jornal, dirigido também a um público novo, diferenciado daquele que consome os exemplares tradicionais do jornalismo impresso: um leitor localizado preferencialmente nas classes B, C e D, com baixo poder aquisitivo, não habituado à leitura, mais familiarizado com as linguagens de apelo visual e velocidade características da televisão e do rádio, desconectado do acompanhamento dos “grandes temas”, como Política, Economia ou fatos internacionais.

Os jornais auto-intitulados populares baseiam-se na valorização do cotidiano, da fruição individual, do sentimento e da subjetividade. Os assuntos públicos são muitas vezes ignorados, o mundo é percebido de maneira personalizada e os fatos são singularizados ao extremo. (...) o público leitor, distante das esferas de poder, prefere ver sua cotidianidade impressa no jornal e a informação é sinônimo de sensação e da versão de diferentes realidades individuais em forma de espetáculo. (AMARAL, 2006, p.48).

De um nível social diferente do público consumidor dos jornais convencionais, prioritariamente incluído nas classes A e B, o leitor dos jornais populares é uma descoberta para o mercado do jornalismo impresso, já que não apresenta risco à manutenção da circulação e da credibilidade do segmento tradicional, também explorado pelas mesmas empresas que passam a lançar os novos jornais. O marco para o *boom* recente do lançamento de jornais populares no Brasil acontece com o surgimento do Extra, da Infoglobo, lançado no Rio de

⁴ Márcia Amaral, em “*Jornalismo Popular*”, conceitua como jornais “*de referência*” os grandes jornais consagrados econômica e politicamente ao longo da história, que dispõem de prestígio no país e são dirigidos às classes A e B. São também conhecidos como *quality papers* (jornais de qualidade) e considerados veículos de credibilidade entre os formadores de opinião” (p.22).

Janeiro em 1998 e hoje ocupando o terceiro lugar em circulação diária no país. Na sequência, são lançados o Agora São Paulo (SP), Primeira Hora (MS), Notícia Agora (ES), Expresso Popular (SP), Diário Gaúcho (RS), Aqui e Meia Hora (MG). Na Europa e América Latina, novos tablóides também surgem, sem concorrência com os jornais de referência. O surgimento do segmento denominado “popular” na grande imprensa brasileira, é tão recente e característico do país como no cenário mundial, como aponta a Associação Nacional de Jornais (ANJ). Entre 2000 e 2004, de acordo com pesquisa da ANJ, houve queda de quase 20% na circulação dos principais jornais brasileiros, recuperada a partir de 2004 com a sedimentação do novo segmento de jornais populares. Hoje, três dos oito jornais de maior circulação no país são representantes do segmento popular: Extra (RJ), O Dia (RJ) e Diário Gaúcho (RS). Com uma média de circulação de 264 mil exemplares nos dias úteis, o Extra é um fenômeno de vendas. O jornal chega a atingir 428 mil exemplares nos domingos ⁵, passando, com esta marca, a se configurar como jornal mais vendido do país em alguns finais de semana.

Ao comprovar, através do sucesso de circulação, a possibilidade de construção de um novo modelo de jornalismo, onde são tensionados, quando não ignorados, princípios básicos do jornalismo “de qualidade”, a expansão do segmento popular da mídia impressa apresenta também questionamentos sobre o que realmente interessa ao público leitor. Se a adaptação formal e de conteúdo possibilitou o surgimento de um novo grupo de leitores, que não tem ameaçado o espaço mercadológico dos jornais de referência, então havia certamente um conjunto de valores e motivações passíveis de serem explorados, mas que permanecia imperceptível para os produtores do jornalismo convencional.

Na sociedade atual, a figura do cidadão, como pessoa que busca seu bem-estar por intermédio do bem-estar de todos é cada vez mais rara. As pessoas querem, cada vez mais, resolver pragmaticamente seus problemas, o que corrói lentamente a cidadania, as causas coletivas e o bem comum. (...) Entre as explicações plausíveis para o sucesso de jornais e programas populares incluem-se o desencanto com a política, a inoperância do Poder Público e a noção de que as notícias estão fora do alcance das pessoas do povo. (...) Nessa

⁵ Dados fornecidos pela Infoglobo ao Instituto de Verificação da Circulação (IVC).

perspectiva, fica mais fácil entender porque os jornais populares fazem sucesso, pois correspondem a essas expectativas individuais. (AMARAL, 2006, p.50)

Leitores diferentes para uma mesma notícia

Ao buscar, aleatoriamente, um período para recolhimento das manchetes a serem analisadas em O Globo e Extra, um fator apresentou-se como coincidência: três das quatro manchetes entre os dias 05 e 08 de junho de 2006 dizem respeito a um mesmo assunto, situação surpreendente, mas talvez explicada pelo impacto da temática da violência urbana no RJ. Tal fato seria comum se estivéssemos analisando dois jornais de um mesmo segmento, mas se tratando de um jornal popular, que apresenta diferenciações bastante objetivas do segmento tradicional, a convergência de fatos a serem considerados os mais relevantes para cada público não é um acontecimento cotidiano. Com frequência, as manchetes de jornais desses dois segmentos não apresentam um mesmo assunto, exatamente por entender cada proposta editorial que seu leitor interessa-se por temas diferentes. No caso de O Globo, quase que obrigatoriamente as manchetes versam sobre fatos de Política e Economia, que não possuem sequer editoria específica no Extra.

Tradicionalmente associado aos estudos de interpretação de programas de televisão, os pesquisadores que utilizam o conceito de Modos de Endereçamento aplicado ao Jornalismo desenvolveram elementos operadores de análise específicos para esse caso. Em função da diferenciação objeto a ser analisado, consideraremos como elemento operacional para o presente estudo a verificação de três situações nas manchetes: assunto abordado, característica de impessoalidade e apresentação gráfica. Tais elementos embasarão uma pesquisa que privilegiará o conteúdo e considerará a identificação de marcas transparentes ao texto (em

oposição à noção de opacidade característica da Análise do Discurso⁶), utilizadas para posterior reflexão sobre um perfil mínimo do leitor para cada veículo de comunicação.

No período compreendido entre os dias 05 e 08 de junho de 2006, O Globo e Extra apresentaram as seguintes manchetes de capa:

Data	O Globo	Extra
05/06/06 – Segunda-feira	<i>“Guitarrista do Detonautas morre ao reagir a assalto”</i>	<i>“Guitarrista do Detonautas é morto em assalto no Rocha”</i>
06/06/06 – Terça-feira	<i>“STF investigará 15 deputados sem revelar os seus nomes”</i>	<i>“Advogados enrolam Justiça e Suzane vai ver a Copa em casa”</i>
07/06/06 – Quarta-feira	<i>“Vandalismo no Congresso”</i>	<i>“Eles são sem-terra, sem respeito, sem educação, sem vergonha”</i>
08/06/06 – Quinta-feira	<i>“Tiroteio fere 17 crianças em escola”</i>	<i>“17 crianças feridas – Tráfico do Alemão ataca PMs e escola fica na linha de tiro”</i>

05/06/2006

Na primeira data avaliada, ambos os jornais trataram de um mesmo fato policial: a morte do guitarrista do grupo musical Detonautas, durante um assalto no Rio de Janeiro. No entanto, a apresentação da manchete em cada um dos jornais apresenta contrastes visíveis. No Extra (*“Guitarrista do Detonautas é morto em assalto no Rocha”*), além de ocupar um terço da capa (o superior, portanto já localizando a notícia como mais importante), a manchete é acompanhada por um box preto e pela foto destacada do carro onde o guitarrista foi morto, sendo nítida a imagem do cadáver. Em O Globo (*“Guitarrista do Detonautas morre ao reagir a assalto”*), a manchete só pode ser identificada como principal por apresentar um corpo de texto maior do que as demais e destacado em negrito, pois concorre com vários outros boxes delimitados na capa, tratando de Copa do Mundo ao Governo Lula. O Globo localiza a

⁶ O método da Análise do Discurso, por considerar o texto opaco, isto é, o sentido não está presente numa leitura de associação direta, determina a necessidade de uma investigação aprofundada das relações histórico-ideológicas envolvidas com o tema, para que se aponte o conjunto de interferências capazes de constituir o sentido.

manchete em um box no canto direito da capa, equivalente à metade do espaço horizontal concedido ao box que fala sobre Copa do Mundo. A foto do carro onde morreu o guitarrista também aparece em O Globo, mas sem a visão do corpo do músico. A respeito da característica de impessoalidade, há uma evidência maior desse princípio em O Globo, que apresenta a manchete num tom mais objetivo, ressaltando a questão da reação ao assalto. O Extra busca um caráter de proximidade com o leitor, através da utilização do nome do bairro onde ocorreu o assalto (Rocha), e a dramatização maior do fato, com o acompanhamento de uma frase do pai do músico.

Neste caso, a notícia policial de uma morte violenta de uma pessoa ligada ao mundo artístico é considerada pelo Extra mais importante para o seu leitor, na comparação com O Globo, em razão do espaço e da forma de apresentação da manchete. Enquanto O Globo ressalta a interferência da reação ao assalto como decisiva, numa forma de buscar o exercício educativo orientando a população a evitar a reação, Extra desconsidera essa informação na manchete, priorizando o impacto visual-emocional, através do uso destacado da frase do pai do músico e de uma foto, além de maior, mais chocante visualmente por possibilitar a visão do corpo baleado.

06/06/2006

Nesta data, O Globo optou por uma manchete sobre Política (“*STF investigará 15 deputados sem revelar os seus nomes*”), enquanto Extra focaliza novamente um fato policial (“*Advogados enrolam Justiça e Suzane vai ver a Copa em casa*”). O Globo apresenta a manchete em box central horizontal, sem fotos, utilizando uma linguagem bastante direta, que fala da decisão do Supremo Tribunal federal em iniciar investigação sobre 15 deputados acusados de integrar a “máfia das ambulâncias”. Na capa do Extra, a manutenção da manchete no espaço superior, acompanhada de uma foto de Suzane Von Richtofen, acusada do

assassinato dos pais, junto ao advogado. O principal destaque a ser feito neste caso é a respeito da linguagem utilizada pelo Extra para apresentar o assunto: “*Advogados enrolam Justiça e Suzane vai ver a Copa em casa*”. Há um tom claramente debochado e identificado com a conversa coloquial e cotidiana, que possibilita identificar objetivamente a proposta do jornal em aproximar-se do vocabulário mais comum ao público que procura atingir, com um apelo também de tragicomicidade sobre um fato relevante. Há, ao mesmo tempo, uma crítica explícita ao Poder Judiciário, e o estabelecimento de relação com um assunto que pauta obrigatoriamente a mídia e o interesse dos leitores à época: a Copa do Mundo. É importante observar que O Globo também registra o resultado do adiamento do julgamento de Suzane na capa, mas como a sub-manchete menos destacada entre todas as demais.

Para O Globo, seu leitor interessa-se mais por um fato político de relevância nacional, enquanto que para o Extra, o resultado do julgamento de um dos casos policiais mais rumorosos no Brasil é mais importante, dado sobretudo o ineditismo da situação do adiamento. O Extra considera que seu leitor tem motivos para estar descrente na Justiça, e teria razões por isso para estar mais interessado no futebol. Para O Globo, a investigação de um escândalo de corrupção é obviamente um assunto de obrigatório impacto sobre a vida dos cidadãos e o cenário político brasileiro, portanto merece a atenção de um leitor preocupado com cidadania e com os rumos do país.

07/06/2006

Encontramos aqui um dos casos mais interessantes à análise que propõe o artigo. Para relatar um mesmo fato, a invasão do Congresso Nacional por um grupo de integrantes do Movimento pela Libertação dos Sem-Terra (MLST), O Globo e Extra usam de elementos contraditórios e, também por isso, significativos. A capa do Extra neste dia é dominada por um box em vermelho que ocupa dois terços do espaço (“*Eles são sem-terra, sem respeito, sem*

educação, sem vergonha”), e apresenta duas fotos de pessoas destruindo um carro e estilhaçando um vidro. As expressões “sem respeito, sem educação e sem vergonha” são usadas para separar linhas de apoio da manchete, e retratam mais uma vez, mas talvez de uma forma mais concreta, a busca do jornal pela proximidade com a linguagem popular. A impessoalidade é assegurada neste caso, quando o jornal prioriza a cobertura do vandalismo em detrimento de algum caso específico que pudesse estar envolto na situação. Em O Globo, o assunto ocupa também dois terços da página (“*Vandalismo no Congresso*”), mas não há o uso da cor, são apresentadas três fotos, mas em ângulos mais abertos e gerais. A manchete é curta e objetiva, mas o box é demarcado por um editorial do jornal, intitulado “Ataque à democracia”.

Esta é a única, entre as quatro situações analisadas, em que um assunto de Política é manchete do Extra. É importante ressaltar, contudo, que se trata não exatamente ou somente de uma notícia da Editoria de Política, mas de um fato relevante em si pelo inusitado, pelo significado institucional e pela repercussão nacional, e que também poderia ser considerado uma notícia policial. Ambos os jornais, assim como o restante da imprensa no país, renderam-se ao ineditismo e às proporções do fato ocorrido em Brasília. A diferenciação principal, contudo, está na forma de apresentar a situação ao leitor. Enquanto O Globo destaca, mas mantendo um padrão gráfico e ressaltando a posição editorial do jornal, o Extra escancara uma capa vermelha, possibilitando relação com sangue e, por conclusão, fato mais policial do que político. Ainda que também manifestando uma posição editorial, Extra utiliza expressões desrespeitosas e agressivas para talvez buscar a identificação e a apreensão do fato como também essencialmente desrespeitoso e agressivo.

08/06/2006

A mais localizada das quatro manchetes, por se tratar de um fato acontecido numa favela do Rio de Janeiro e sem repercussão nacional, é novamente ligada à editoria de Polícia.

O Globo (“*Tiroteio fere 17 crianças em escola*”) utiliza um terço da capa e apresenta duas fotos sem identificar o rosto das crianças, mas em imagens posteriores ao tiroteio e mais amenas, se comparadas às imagens selecionadas pelo Extra (“*17 crianças feridas – Tráfico do Alemão ataca PMs e escola fica na linha de tiro*”), que mostram um homem com a camisa ensangüentada e um pai carregando a filha baleada. Novamente, o Extra utiliza um box em preto para delimitar a manchete, desta vez no centro da capa, mas ocupando pouco mais de um terço do espaço. A objetividade da manchete de O Globo contrasta com a agressividade da linguagem adotada pelo Extra, que prioriza a frase “17 crianças feridas”, em amarelo destacado sobre o preto, seguida da explicação do ataque do tráfico, que põe a escola “na linha de tiro”. Novamente, linguagem adaptada às expressões populares, acompanhada de imagens chocantes. A impessoalidade parece não ser também dissociada de ambos os casos, onde o interesse público e o fato em geral prevalecem sobre alguma situação particularizada.

Enquanto O Globo evita sujar a capa de sangue, Extra não hesita quando isso é associado diretamente à notícia. Por se tratar de um fato envolvendo crianças, a preservação que O Globo busca para seu leitor, é desconsiderada pelo Extra, que relaciona diretamente a crueldade da violência com a fragilidade infantil, através das fotos. O Extra entende que seu leitor absorve com mais facilidade a realidade da violência, talvez por estar próximo dela, diferentemente de O Globo que, ao desprezar imagens chocantes, parece manter um limite do que deve ser mostrado ao leitor.

Indícios para os Modos de Endereçamento

Mesmo uma análise que se limita a buscar elementos associados à concepção de transparência das quatro manchetes de O Globo e Extra, permite identificar alguns indícios norteadores do Modo de Endereçamento adotado por cada jornal em relação ao seu público. Ainda que, se realizado posteriormente um estudo de recepção, as características delineadas

pelo veículo possam não coincidir com as efetivamente existentes entre o público, é relevante para o entendimento da produção da notícia a consideração de um perfil prévio de seu leitor.

O Extra identifica em seu leitor um integrante das classes de menor poder aquisitivo, acostumado ao cenário da violência urbana, mas nem por isso desinteressado dos fatos que revelam novas tragédias nesse campo. Um leitor sensibilizado por imagens que mostram mais diretamente essa cena, mas também sensibilizado pela dramaticidade, visível nas inovações, através da diagramação, para apresentação das manchetes. Para o Extra, seu leitor prefere a linguagem adaptada ao seu modo de falar, a expressões coloquiais e que façam críticas diretas, ao invés de subliminares, às instituições. É uma forma de expôr a fragilidade dos Poderes perante as necessidades de um público que muito pouco exerce a cidadania, pois prioriza outras preocupações e interesses. Em função disso, pouco lê sobre Política e Economia, prefere o retrato da crueldade da vida e dos constantes absurdos a que o homem pode chegar.

O Globo mantém um pacto de leitura adaptado aos princípios básicos do jornalismo. Entende que seu leitor interessa-se por Política, por ser também cidadão e participante do processo de desenvolvimento do país. Razão pela qual o jornal utiliza-se também dos editoriais pautando claramente discussões políticas. Seu projeto gráfico mantém um padrão de neutralidade, sem fazer concessões ao uso de cor ou alteração no corpo de fontes para ampliar o impacto visual, entendendo, portanto, que seu leitor é conservador, resistente a inovações que alterem a identidade do jornal. A objetividade, traduzida não somente pela linguagem direta, mas também pela prioridade por frases curtas, revela a busca pela impessoalidade e pela compreensão de que o leitor prioriza o interesse público, isto é, o fato central da notícia, ao invés de apelos de outra ordem.

Referências Bibliográficas

AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Contexto, 2006.

AMARAL, Márcia Franz. *Lugares de Fala do Leitor no Diário Gaúcho*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.

AUGUSTI, Alexandre Rossato. *Avaliando o destinatário a partir de vertentes teóricas diferentes*. In: Ecos Revista. Pelotas: Universidade Católica de Pelotas, EDUCAT, V.8, N.2, p.1-130, jul. - dez/2004.

ELLSWORTH, Elisabeth. *Modo de Endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também*. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Nunca Fomos Humanos: nos rastros do sujeito*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

GOMES, Itania. *Modo de Endereçamento no Telejornalismo do Horário Nobre Brasileiro: o Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão*. Trabalho apresentado ao NP 07 – Comunicação Audiovisual, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

GOMES, Itania. *Televisão, telejornalismo e recepção: o que a investigação sobre recepção pode ganhar no diálogo com os cultural studies e a semiótica*. Trabalho apresentado no NP 01 – Núcleo de pesquisa e teorias da comunicação, XXV Congresso Anual de Ciência da Comunicação. Salvador, 2002.

O leitor na primeira página

Carlos Alberto Zanotti ¹

Resumo: Este trabalho apresenta os primeiros apontamentos visando estimular debates em torno de um tema que, de certa maneira, tem sido negligenciado nas estruturas jornalísticas e nos encontros em que se discutem, no Brasil, os rumos e as tendências da imprensa escrita. Trata-se de registrar aqui uma experiência inusitada levada a efeito pelo jornal *Correio Popular*, do município de Campinas (SP), que passou a publicar chamada de primeira página, com duas pequenas fotos diárias, de leitores que escrevem para o “Correio do Leitor”, coluna que há 65 anos é editada na página 2 da publicação.

Palavras-chave: coluna do leitor, jornalismo e cidadania, sociedade midiaticizada, sujeitos da comunicação, mídia e sociedade.

Embora o hábito de publicar cartas de leitores tenha acompanhado o desenvolvimento da imprensa escrita ao longo dos tempos, foi a partir da adoção da Internet nos processos produtivos das redações que essas mensagens ganharam uma nova dimensão nos jornais. Até então, o leitor que se interessasse em ter uma carta publicada precisava datilografar o texto, envelopá-lo e remeter via Correios ao editor responsável; em alguns casos, dirigia-se até o jornal e a entregava pessoalmente, quase sempre a um funcionário da recepção, sem ter acesso ao jornalista. Com a rede de computadores e a publicação dos endereços eletrônicos dos respectivos editores, a tarefa ficou muito mais simples. Agora, basta digitar alguns poucos caracteres que a carta do leitor estará em poucos segundos ao alcance das mãos do próprio editor.

No *Correio Popular*, jornal com tiragem diária da ordem de 50 mil exemplares na cidade de Campinas (SP), a publicação de cartas de leitores mais que triplicou após a

¹ Professor e pesquisador da Faculdade de Jornalismo da PUC-Campinas, com doutorado em Ciência da Comunicação, pela Escola de Comunicações e Artes da USP; apresentador do quadro “Ciência no Dia-a-Dia”, da TVB-Campinas.

adoção da Internet. O dado pôde ser observado em pesquisa que comparou o volume de cartas publicadas no mês de dezembro de 1995, quando a Internet ainda não estava disponível para uso dos leitores da publicação, ao volume publicado em dezembro de 2001, quando da plena vigência da rede de computadores. Em 1995, a coluna “Correio do Leitor” acolheu 105 correspondências, contra 314 publicadas em 2001. O fato não se deveu a outro fator que não fossem as facilidades permitidas pela Internet, visto que em determinados dias de dezembro de 1995 apenas uma carta de leitor ocupou o tímido espaço que o jornal até então reservava a estas manifestações. “Simplesmente não tínhamos cartas para publicar”, recorda-se a editora da fase de transição, Kátia Fonseca.

Outro fator que indica o estímulo que a Internet trouxe ao hábito de enviar correspondência para publicação naquele jornal pôde ser medido pela forma de encaminhamento. Em dezembro de 2001, chegaram 21 cartas por fax e 83 pela agência de Correios, enquanto 210 foram recebidas em forma de e-mail. Nos dias atuais, praticamente 100% das cartas chegam via Internet.

Paralelamente à intensidade do tráfego de comunicação leitor-jornal, registrado no período pós-Internet, o jornal lançou mãos de recursos editoriais visando valorizar e estimular esta participação. Durante o mês de dezembro de 1995, o *Correio* dedicou 1.503 centímetros/coluna à publicação das cartas, contra os 2.578 verificados seis anos depois, com o detalhe de que, em 2001, a publicação se viu obrigada a impor limites ao tamanho das cartas, prática que até não precisava ser adotada. Nos anos recentes, além de ampliar ainda mais o espaço às cartas de leitores (tendo deslocado, da página 2, os artigos assinados e reduzido o número de editoriais), o jornal ainda passou a publicar, a cada edição, ao menos quatro fotos de leitores missivistas. A estratégia atingiu o ápice da sofisticação com a publicação diária, a partir de outubro de 2005, de duas pequenas

fotos de leitores na primeira página, com chamadas remetendo aos conteúdos de suas cartas na página interna.

Na página interna (2, do primeiro caderno), o jornal passou a publicar, a partir de sua última reforma gráfica, apenas um dos três editoriais que publicava anteriormente, ocupando duas das seis colunas na extremidade esquerda. Abaixo dele, a publicação reserva espaço para que um dos fotojornalistas da casa publique material relativo à “Cena Urbana” do dia anterior, onde se lê nome do autor, local e horário em que a foto foi feita. No alto da página, ocupando quatro colunas à direita, a publicação abre espaço para a charge, abaixo da qual estão reproduzidas ao menos dez cartas de leitores, das quais no mínimo quatro com fotografia dos autores, havendo a seguinte advertência aos missivistas:

“O Correio Popular publica as opiniões de seus leitores sobre temas de interesse coletivo, desde que acompanhadas de identificação, endereço, profissão e telefone de modo a permitir prévia confirmação. As cartas devem conter no máximo 15 linhas. A redação se dá o direito de resumir ou mesmo deixar de publicar os textos que ultrapassem esse limite. Fica a critério do jornal a seleção de cartas para ilustração com foto, que deverão ser produzidas exclusivamente pelos fotógrafos do Correio. As cartas para o *Correio do Leitor* devem ser enviadas para Rua 7 de Setembro, 189 – Vila Industrial – CEP 13035-350 ou por e-mail: *leitor@rac.com.br*”

A publicação de retratos na coluna, bem como a posterior publicação do mesmo recurso na primeira página, atendeu orientação do Conselho Editorial do jornal, segundo informa a editora que implantou o recurso, jornalista Kátia Fonseca. De acordo com ela, a procura pelo espaço “aumentou muito” depois que as fotos começaram a ser publicadas, principalmente porque teria estimulado a existência de um fórum para o debate de temas relativos à vida na cidade. “Acho que promovemos uma maior identificação entre os leitores e o jornal; fortalecemos os laços comunitários entre os que escrevem e demarcamos melhor a feição regional, que é o diferencial do jornal” (FONSECA, 2006).

Receptividade

Um dos poucos autores a debater o tema é o falecido professor Mário L. Erbolato, na obra “Jornalismo Especializado: Emissão de textos no jornalismo impresso”, lançada pela Atlas em 1981. Com larga experiência no jornalismo diário, esse ex-professor da PUC-Campinas afirmava que as cartas de leitores são extremamente úteis aos pauteiros, uma vez que “um bom diretor de jornal encontra em qualquer carta algo aproveitável” (ERBOLATO, 1981, p. 88) para sua equipe de reportagem. No livro, Erbolato refere-se a uma entrevista em que o então diretor do *Asai Shimbun*, de Tóquio, informava que a publicação japonesa recebia mais de cem mil cartas anuais de seus leitores. Ao procurar um conceito para a seção de cartas, o autor pondera:

“A seção de Cartas dos Leitores é a tribuna do povo. O modesto operário, que jamais teria condições para ser recebido por uma autoridade, redige a seu modo o que pretende, defende seu ponto de vista e, dessa forma, os serviços de recortes de jornais levarão suas aspirações até o gabinete do prefeito, do governador, do secretário ou do ministro. Pode mesmo acontecer que a idéia seja adotada ou que o esclarecimento do Setor de Relações Públicas da repartição encarregada de estudar o problema proporcione contentamento ao trabalhador missivista, ao informar ao jornal que o assunto irá ser devidamente considerado”.

Outro aspecto que merece atenção na obra de Erbolato é que o autor associa o volume de correspondências que chegam ao jornal ao grau de aceitabilidade da publicação junto ao público leitor. Diz ele (p. 87):

“Saber até que ponto um jornal está sendo bem recebido pelo público é a indagação constante de seus diretores e redatores. Não é preciso recorrer sempre às agências especializadas em pesquisas, mas existe um índice seguro que pode levar um órgão da imprensa a adotar alterações e a manter sua linha intelectual e seus padrões gráficos: as cartas dos leitores. (...) Quanto maior o volume de correspondência, mais crescente é a receptividade do jornal”.

Embora exista uma certa idealização nas afirmações de Erbolato –que não viveu para conhecer o implemento que a Internet trouxe a este espaço editorial–, não deixam de ser procedentes suas observações com relação à receptividade da publicação. Afinal, ninguém se preocuparia em enviar uma carta para um jornal que não tenha bons índices de leitura ou que não seja minimamente influente junto à comunidade onde circula.

Ainda sob o aspecto da influência do jornal ou da condição de “tribuna” da qual se reveste o espaço do leitor, vale ressaltar que a empresa que edita o *Correio Popular*

em Campinas, a RAC – Rede Anhanguera de Comunicação, mantém na Internet o portal “Cosmo On Line”, no qual reproduz boa parte de suas notícias impressas e nelas realiza atualizações ao longo do dia. Junto a estas notícias, o portal oferece *links* para que os internautas deixem registradas suas opiniões acerca dos temas que cobre. No entanto, a demanda pelo espaço virtual, que não impõe limites ao tamanho dos textos deixados pelos interessados, é muito inferior ao volume de cartas que chegam ao jornal, o que denota uma clara preferência dos leitores pela publicação das cartas na versão impressa, mesmo que limitadas no espaço.

Quatro questões

Sob nosso ponto de vista, as cartas de leitores podem contribuir para um estudo aprofundado não apenas a respeito dos aspectos relativos aos interesses diretos de uma parcela dos leitores, mas também na composição de um cenário mais amplo de estudos da sociedade, o que Kientz (1973) chamou de “culturanálise”. Na obra, o autor propõe: “Dize-me o que lêes e te direi quem és”, ao que se poderia aduzir: “Dize-me quem te lê e te direi quem és”. De certa forma, essa relação dialógica só vem a confirmar o relativo papel que os meios de comunicação exercem hoje no sentido de fixar a agenda dos debates públicos, mesmo porque, cada vez mais os jornais vêm sendo feitos fora das redações, em função do que Chaparro (2004) denominou de “quarta revolução do jornalismo”. Vamos ao autor:

“(…) estou convencido que o jornalismo vive agora a sua quarta grande revolução, cada uma delas vinculada a um determinado momento tecnológico ou político-cultural da civilização moderna: a revolução da notícia, que o telégrafo viabilizou; a revolução das tiragens, na fase da industrialização, com a rotativa, a linotipo e a zincogravura; a revolução da reportagem literária, nos ventos democráticos do pós-guerra; e, agora, a revolução das fontes, sob o impulso das tecnologias de difusão (as tais que criaram a possibilidade da notícia em tempo real, com instantaneidade universal) e da acelerada institucionalização das sociedades”.

Uma espiada nos quadros reproduzidos mais ao final deste texto oferece uma clara indicação de que procede, com segurança cada vez maior, a leitura que Chaparro faz da qualificação das fontes de informação no sentido de que, ao dominarem a lógica das coberturas jornalísticas, habilitaram-se a cavar espaços onde inserem seus discursos nos meios de comunicação. O fenômeno, contudo, não decorre do trabalho cada vez mais procurado junto a assessores de imprensa, mas também das estratégias articuladas por profissionais ligados ao *marketing* e à publicidade, ou aqueles que se capacitaram em cursos rápidos de leitura dos meios ou ainda que, por intuição, desenvolveram a habilidade de entender a lógica dos discursos midiáticos (ZANOTTI, 2000). Boa parte destes novos sujeitos da comunicação ocupa hoje os espaços institucionalmente dedicados às contribuições dos leitores, o que se faz refletir na página 2 do *Correio Popular*, jornal que encontra no estímulo ao exercício da cidadania uma salutar ferramenta do *marketing* editorial.

Diante do exposto, propomos que qualquer análise de imprensa ou da sociedade em que circule uma dada publicação não despreze as cartas de leitores –principalmente após o advento da Internet– como fonte indispensável para a caracterização do meio ou da comunidade enquanto objeto de estudos. Afinal, como pondera Franco (2005, p. 13),

“(...) torna-se indispensável considerar que a relação que vincula a emissão das mensagens (que podem ser uma palavra, um texto, um enunciado ou até mesmo um discurso) estão, necessariamente, vinculadas às condições contextuais de seus produtores. Condições contextuais que envolvem a evolução histórica da humanidade; as situações econômicas e socioculturais nas quais os emissores estão inseridos, o acesso aos códigos lingüísticos, o grau de competência para saber decodificá-los, o que resulta em expressões verbais (ou mensagens) carregadas de componentes cognitivos, afetivos, valorativos e historicamente mutáveis (...)”

Em relação às cartas dos leitores, propomos que, mais que revelar seus emissores, tais documentos nos ajudam também a melhor compreender os meios que as contém, visto que toda comunicação comporta em si traços do emissor e do receptor propriamente dito. Afinal, para escrever ao jornal, o leitor se apropria de elementos do jornalismo, como o uso da língua, a estrutura e tamanho do texto, o universo temático

etc. Além disso, é obrigado a imaginar-se na condição de receptor de sua própria mensagem, buscando saber qual a melhor abordagem e quais recursos deverá usar para se tornar mais convincente em sua argumentação.

Diante dos contornos que o tema carta de leitores vem adquirindo no estágio atual da imprensa escrita –quando se destacam o advento dos *ombudsmen*, a experiência aqui descrita do *Correio Popular* e o universo de preocupações gerado pela Internet–delineia-se um quadro com quatro diferentes ângulos de abordagem. Enquanto uma questão social, o tema sugere uma clara exposição do universo de demandas e conflitos que se estabelecem na sociedade institucionalizada, via organização política possibilitada pelos novos aparatos tecnológicos. Como pondera Silverstone (2002, p. 58),

“A política que aparece ou que pode ser defendida em torno da mídia é uma política de acesso e regulamentação, e a política que pode ou não ser possibilitada dentro da mídia é uma política de participação e da representação, em ambos os sentidos da palavra, em que novas formas de democracia podem surgir; ou, de fato, novas formas de tiranias”.

Enquanto uma questão de caráter ético, as cartas de leitores, na relação dialógica que mantém com os jornais, podem revelar os juízos de valor cultuados na sociedade, bem como a lógica dos procedimentos sobre os quais se assentam as práticas jornalísticas. Neste sentido, não se ignora a existência de um processo de seleção/filtragem por parte dos editores, o que suscita questões de caráter ético compartilhadas na relação que se estabelece entre empresa jornalística, profissional de imprensa e leitor missivista. Neste sentido, não custa lembrar que o Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos do Homem estabelece um princípio de caráter universal no que diz respeito ao tema:

“Todo homem tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras”.

Enquanto questão de caráter cultural, as cartas de leitores oferecem elementos que também podem suscitar estudos que ajudem a compor o cenário acerca do quadro

sócio-antropológico em que se insere a mídia jornal, entendida aqui como uma estrutura de caráter coletivo. Uma rápida consulta aos signatários de tais documentos permite observar que boa parte deles é constituída por sujeitos que se expressam em nome de instituições e de movimentos organizados que usam a estrutura midiática para dar visibilidade às suas causas. Ao comentar estudos desta natureza, Santaella (p.63) explica:

“Embora reunidos em torno de diferentes temas de trabalho, tais como etnografia, *media studies*, teorias da linguagem e subjetividade, literatura e sociedade, todos esses estudos encontravam e continuam encontrando uma linha comum de atuação tanto na concepção da cultura como conjunto de todas as práticas sociais e como soma de suas interações, quanto na vinculação de seus trabalhos a questões suscitadas por movimentos sociais, o feminismo, por exemplo”.

Por fim, uma quarta questão relativa aos estudos das cartas de leitores sugere a apropriação do tema por parte da mercadologia, entendida aqui como uma estratégia de garantia da sobrevivência do jornalismo impresso no universo cada vez mais bombardeado pela diversidade e personalização dos bens culturais. Caso ofereça bons resultados em termos de aumento de circulação e vendas, a hipervalorização do espaço destinado aos leitores –prática adotada no *Correio Popular*– enseja em si o recado de que o jornalismo, diante da atual realidade tecnológica, conta com novos atores reivindicando o papel de protagonistas de suas histórias.

Primeiras impressões

Os dados coletados para este estágio inicial da pesquisa com os leitores do jornal *Correio Popular*, após a adoção da estratégia de publicação de suas fotos na primeira página deste jornal de Campinas, referem-se apenas ao primeiro mês de plena vigência da medida, ou seja, outubro de 2005. A estratégia foi adotada a partir do domingo de 4 de setembro do ano passado, com a publicação dos retratos dos leitores Mônica Delfraro, uma psicóloga, e Marcos Roberto Boni, advogado, coloridos, no tamanho 3x4,

no alto da metade inferior da primeira página, logo acima da seção “Tempo”. Por ordem de aparição, foram estes os trechos de suas cartas, selecionados para funcionar como breves chamadas:

“Pelo que vemos do PT, não me espantaria ver parte dele ou alguém dele envolvido no crime do Toninho”. [prefeito assassinado em Campinas]

“Enquanto milhares sofrem nas filas do INSS, Waldemar Costa Neto ganha uma aposentadoria de R\$ 5,5 mil”. [o ex-dirigente do Partido Liberal, cassado por envolvimento no episódio que ficou conhecido por “escândalo do mensalão”]

Desde então, o jornal vem mantendo o mesmo formato de edição de fotos e de produção das chamadas, com remissão à coluna destinada aos leitores. Visando apurar o perfil sócio-cultural dos leitores que escrevem para a coluna, bem como seu universo de preocupação e a relação de tais temas com os conteúdos do jornal, produzimos três quadros distintos. No primeiro, apontamos o gênero e a profissão dos missivistas; no segundo, indicamos os conteúdos do número mais significativo de cartas, reservando uma linha para o item “demais temas”, onde foram agrupados os de menor incidência; e no terceiro quadro apontamos os temas que foram objeto das principais reportagens publicadas no jornal.

Quadro 1: Sexo e Ocupação

SEXO		
	Nº Absoluto	%
Masculino	254	74%
Feminino	66	26%
TOTAL	320	
OCUPAÇÃO		
Empresário/Administrador	40	12,5%
Aposentados	37	11,5%

Comunicador	37	11,5%
Estudante	27	8,5%
Engenheiro	22	7%
Advogado	20	6%
Professor	20	6%
Vendedor	14	4,5%
Servidor	12	4%
ONG	9	3,5%
Político	6	2%
Dona de casa	4	1,5%
Demais ocupações	68	21,5%

Quadro 2: Conteúdos das cartas

Temas	Volume	%
É contra referendo das armas	47	14,5%
Comenta coberturas do jornal	40	12,5%
Critica políticos em geral	32	10,0%
Pede obras na cidade	29	9,0%
Comenta carta de leitor	26	8,0%
Aborda tema da semana	25	8,0%
Critica serviços públicos	23	7,0%
Critica governo Lula	22	7,0%
Elogia poder público local	6	2,0%
É a favor do referendo	5	1,6%
Pede recursos em segurança	5	1,6%
Defende governo Lula	1	0,3%
Outros	59	18,5

Quadro 3: Temas que dominaram coberturas do mês:

01	Envenamento mata cães em bairro local
----	---------------------------------------

02	Assassinato de professor em distrito
03	Venda de armas e munição no pré-referendo
04	Repórter perde 37 Kg pós-cirurgia do estômago
05	Terremoto mata 30 mil na Ásia
06	Aftosa fecha portas do exterior à carne brasileira
07	Torcedor morre em confronto de torcidas
08	Granjas adotam medidas contra gripe aviária

Embora o universo pesquisado seja demasiadamente pequeno para permitir uma análise ampla do conjunto dos leitores que se manifestaram na publicação, entre os quais se incluiriam dados como condição sócio-econômica, universo de preocupações, preferências e relações com o jornal, as tabelas acima fornecem alguns indícios para o estágio inicial de um trabalho que se pretende completo a partir de uma investigação metodologicamente menos sujeita a imprecisões, a ser complementada por pesquisa de caráter qualitativo. Entre esses indícios estão as evidências de que:

- 1) O leitor que se aventura em escrever para o jornal é predominantemente masculino, adulto, situando-se nos estratos mais elevados da pirâmide social local. Entre eles destacam-se os que atuam no comércio e indústria, na condição de proprietário ou administrador. Há também uma grande incidência de aposentados, estudantes, professores e gente ligada à área de comunicação (jornalistas, assessores, gráficos, desenhistas, incluídos nesta categoria). Profissionais liberais, que por força de suas atividades se obrigam à leitura de jornais, como advogados e engenheiros, também têm presença marcante neste universo.
- 2) O leitor que escreve para a publicação necessariamente não se manifesta a respeito dos temas locais cobertos pelo jornal. O fato de ter existido uma grande

incidência de comentários a respeito do referendo do desarmamento, levado a efeito naquele mês, evidencia o elevado grau de polêmica que o tema ensejou junto à opinião pública – é assunto legislado no âmbito federal, com repercussões na vida de cada cidadão, independentemente de sua localização territorial.

- 3) Nem sempre o assunto da véspera é objeto da preocupação do leitor, embora a leitura do jornal domine o total de comentários, se somados os que fazem referência às coberturas, os que replicam cartas de leitores e os que se prendem à agenda da semana.
- 4) De um modo geral, quando se referem diretamente à política, os missivistas o fazem para criticar seus governantes, o quadro político e a ineficiência dos serviços públicos. De 23 manifestações que, naquele mês, fizeram referência ao governo Lula, 22 foram para tecer críticas ao presidente da República.
- 5) A coluna é usada para pedir ou sugerir que a Prefeitura faça obras na cidade, seja para tapar buracos, seja para defender a instalação de um impossível (para as circunstâncias) metrô que ligue um bairro distante à região central;
- 6) Entre os oito temas que dominaram as coberturas noticiosas do mês, quatro estavam voltados para ocorrências ligadas à segurança pública, com destaques para dois assassinatos, a venda de armas e munição no período imediatamente anterior à realização do referendo e o envenenamento de cães num bairro distante do centro da cidade.

Em etapa posterior de pesquisa, espera-se que o cruzamento de um número maior de elementos forneça indícios sobre o grau de satisfação do público leitor em relação à repercussão de suas cartas – se serviram para resolver problemas, mobilizar a comunidade, proporcionar crescimento intelectual, ampliar as relações sociais ou

simplesmente extravasar sentimentos, entre os quais a insatisfação com a organização social e política do país parece ser o que predomina. Em relação à empresa jornalística, será fundamental descobrir se a estratégica trouxe ganhos significativos, seja no aumento de receita, na maior circulação ou no grau de influência do qual o veículo desfruta na comunidade local.

Referências:

- CHAPARRO, Manuel Carlos. Quarta revolução, a das fontes. Publicado no portal **Comunique-se**, em 16 Jan., 2004. Disponível em: < http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/comentarios_mural8.htm>. Acesso em 25 jun., 2006.
- ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo especializado**: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1981.
- FONSECA, Kátia. Entrevista concedida ao autor. Campinas, 20 jun., 2006.
- FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de Conteúdo**. Brasília: Liber Livro Editora, 2005.
- KIENTZ, Albert. Da análise de conteúdo à culturálise. **Comunicação de Massa – Análise de Conteúdo**. Rio de Janeiro: Editora Eldorado, 1973, p. 115-153.
- SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.
- ZANOTTI, Carlos Alberto. O índio que leu Enzensberger. **Correio Popular**, Campinas, 12 dez., 2000, p. 3. Disponível em: < <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/aspas/ent20052000a.htm>>

Digitalização, flexibilidade e reordenação dos processos jornalísticos

César Ricardo Siqueira Bolaño* e Valério Cruz Brittos**

Resumo: O objetivo deste texto é fornecer alguns elementos para a sistematização de um modelo teórico e analítico para o estudo do jornalismo *online*, considerando-o como um dos vetores da convergência audiovisual-informática-telecomunicações, que se realiza na internet, elemento chave do processo de digitalização geral do mundo, fruto da mudança estrutural por que passa o capitalismo desde o início da crise dos anos 70 do século passado. Para isso, realiza-se uma abordagem a partir da Economia Política da Comunicação, discutindo a reorganização do mundo jornalístico, tendo em vista a passagem para o patamar digital.

Palavras chave: Economia política da comunicação; processos midiáticos; jornalismo digital e trabalho cultural; trajetórias tecnológicas; lógicas sociais.

Introdução

Com a digitalização, os processos midiáticos, em geral, são alterados, tanto no que se refere à organização dos mercados culturais, quanto às rotinas empresariais, à criação, produção e disponibilização de conteúdos, quanto à relação com os consumidores. Ao lado do potencial que tem o desenvolvimento tecnológico, de criação de novas estruturas, mercados, indústrias, trajetórias tecnológicas (concorrência intermídia), há uma série de decorrências que devem ser analisadas, notadamente envolvendo o ingresso de novos agentes relevantes, aliados ou não a outros, não hegemônicos, já presentes em um determinado mercado ou setor já existente, com potencial de desestabilização (concorrência intramídia).

A convergência tecnológica estimula fusões e acordos entre corporações, gerando novos negócios e, inclusive, provocando a necessidade de convivência entre modelos de gestão. Enquanto grupos empresariais buscam potencializar seus arquivos, digitalizando-os, atores não-hegemônicos tentam, através da digitalização, alterar a arena midiática. Para ambos, o conteúdo jornalístico funciona como instrumento importante para a atração e fidelização do público.

* Professor da Universidade Federal de Sergipe (UFS) e do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Jornalista pela Universidade de São Paulo (USP) e doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Bolsista de produtividade (nível 1) do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

** Professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Presidente do Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Brasil).

Progressivamente, a partir de 1995, quando se abriu o período de explosão comercial da internet comercial, com a linguagem HTML (Hypertext Markup Language) servindo de base para a maioria dos sítios, a notícia, segmentada ou generalista, da própria organização, de um dado setor, de uma cidade, ou de tudo um pouco, tem sido um recurso importante para conquistar acessos regulares, o que pode redundar em verbas de publicidade, cada vez mais presentes na rede, perante o aperfeiçoamento dos processos de mensuração da audiência.

Isso é imprescindível para o mercado publicitário, que busca o maior retorno a partir do menor custo por mil possível, premido pelos enxugamentos generalizados de verbas, num momento, como o atual, de reestruturação empresarial generalizada. O controle do número de acessos e outros dados facilmente disponíveis para os veículos digitais aumentam sua credibilidade junto aos clientes. A publicidade *online* permite inclusive a condução do internauta à própria página do anunciante, além de conhecer o seu tempo de exposição à peça.

O jornalismo é um produto histórico, resultado de influências econômicas, políticas, tecnológicas e sociais. Sendo assim, tem sido alterado através do tempo, como produto transversal, adequável às várias mídias, o que o fez passar do impresso para o rádio, depois para a TV e agora para a internet, não esquecendo o jornalismo cinematográfico, para não falar em todo o cinema documentário. A mídia impressa, especificamente, passou, ao longo do tempo, de eminentemente política a empresarial, centrando-se mais na cobertura dos fatos cotidianos e menos interessada no chamado artigo de fundo, voltando-se para públicos mais focados.

Mais recentemente, as empresas jornalísticas buscam formas de rentabilização heterodoxas, centradas na distribuição de outras mercadorias, como revistas, vídeos, livros, CDs, DVDs, coleções de selos, brinquedos ou moedas. A situação pode parecer esdrúxula, mas encontra uma explicação simples e clara na teoria do ciclo de vida dos produtos, aplicada aos bens culturais:¹ a imprensa é uma indústria velha, em fase de declínio, dominada pela distribuição, que se vale do controle que tem sobre as redes capilarizadas de venda direta ao público para comportar-se muitas vezes mais como capital comercial do que industrial.

Economia política e jornalismo on-line

Outro fenômeno afeta também o setor: a sua passagem para o patamar digital. A informatização da imprensa brasileira, por exemplo, teve seu maior impulso nos anos 80 do século XX, espalhando-se para quase todos os veículos na década seguinte. O primeiro jornal brasileiro a informatizar suas redações, no começo daquele decênio, foi a *Folha de S. Paulo*. Em todo o mundo, a chegada dos computadores à mídia impressa implicou logo em reduções

¹ SALAÜN, Jean Michel. **A qui appartient la télévision?** Paris: Res-Babel, 1989.

de quadros funcionais, levando a demissões, primeiramente de profissionais como montadores e revisores.

Além da informatização da redação e dos processos produtivos em geral do jornalismo impresso, radialístico e televisivo, os principais veículos desses meios incorporaram a internet como espaço de monitoramento e mesmo de visibilidade de suas organizações e estratégias, contando com sítios próprios, onde não só reproduzem parte dos materiais já disponibilizados em seus canais tradicionais, mas também ofertam conteúdos diferenciados, sobre a organização, suas atrações e também gerais, em certos casos. No caso dos jornais, a questão é mais complexa e a mudança de maior monta, ainda que não necessariamente o *on-line* substitua o impresso, embora sempre o reposicione, já que as duas mídias passam a conviver.

Mais do que a teoria do ciclo de vida, vale aqui a das trajetórias tecnológicas, aplicada às indústrias culturais. Há muita versão na internet de jornais impressos, mas, ao lado disso, o jornalismo *on-line*, como conteúdo capaz de exercer forte atrativo para o público, também tem sido incorporado por um conjunto de sítios e portais com origem não jornalística. Deve-se acrescentar ainda o fenômeno dos *blogs* e de um conjunto de periódicos que sobrevivem exclusivamente na internet, via de regra voltados a tópicos de interesse específico. Tudo isso torna bastante complexa a tarefa de traçar classificações e periodizações, questão que é retomada posteriormente neste artigo.

Não só os resultados, mas os padrões de produção cultural são afetados pela nova dinâmica da produção jornalística, requerendo, de um mesmo profissional, habilidades para manipular formatos diferentes no tratamento de uma temática. Relativamente ao jornalismo, a passagem para o *online* também acarreta mudanças, representando a digitalização a convergência de vários formatos (vídeo, áudio, texto) numa solução tecnológica para a distribuição de um produto único, o que requer capacidade ampliada para processar todos esses materiais.

Flexibilidade é a palavra de ordem no mundo dos negócios de hoje. O jornalismo digital amplia “o rumo atual da flexibilização em geral, que, espraiando-se sobre todos os setores da vida social, incluindo sociabilidade, política e emprego, chega à produção e consumo comunicacional, imbricando-se tecnologias, formas organizacionais, meios e formas de recepção”.²

O jornalista *on-line*, por exemplo, pode ser um profissional capaz de transportar as informações de outras mídias para a *web*, mas também alguém que simultaneamente atue em

² BRITTOS, Valério. **Políticas de comunicação, videodifusão e democracia no Brasil**. São Leopoldo: Unisinos, 2006. Mimeografado.

vários meios, uma característica solicitada pelos conglomerados com negócios em vários setores culturais. Assim:

Há uma forte flexibilização do trabalho e uma tendência ao apagamento das fronteiras entre as especialidades jornalísticas, com o repórter exercendo, por exemplo, a função de fotógrafo. As atividades próprias do jornalista vão-se, assim, de um modo geral, esvaziando, sendo simplificadas, enquanto outras, antes ligadas a áreas como a informática, ganham relevância e passam a fazer parte das ferramentas intelectuais que o jornalista é obrigado a dominar. O resultado é um amplo processo de desqualificação e re-qualificação, em detrimento do instrumental crítico, anteriormente vinculado à formação desses profissionais.³

A não limitação de espaços para ocupar com conteúdos e de horários para o fechamento de edições (o *deadline* convencional) ampliam a flexibilidade do tempo de trabalho do jornalista. Mesmo não havendo, em princípio, limites de espaço nas plataformas digitais, permanece a exigência de recursos necessários para garantir o volume e a qualidade do serviço, inclusive no que se refere ao aperfeiçoamento da convergência e das relações de interação com o consumidor. Além do mais, há horários específicos de maior interesse em disponibilizar conteúdos, variando quanto ao tipo e quantidade de material, ou hábitos de audiência, o que impede a inovação constante, nas atuais condições de desenvolvimento dos sistemas de jornalismo *on-line*.

A maioria dos espaços jornalísticos digitais funciona muito mais como lugares para a disponibilização de informações já apuradas por outros meios, não raro do mesmo conglomerado empresarial. O trabalho desses novos veículos tem sido muito mais o de reaproveitamento de informações, que são apenas tratadas para sua utilização na internet.⁴ A reciclagem de textos passa a ser amplamente utilizada, o que, segundo Steinberger, insere a

³ BOLANO, César. Jornalismo Online: reflexões a partir da Economia Política da Comunicação. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, n. 43, jan.-maio 2006. Disponível em: <<http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=7&s=9&a=60>>. Acesso em: 20 maio 2006. À referida deterioração do instrumental crítico na formação dos jornalistas soma-se o fato de que o jornalismo digital traz novos problemas éticos, como os relativos à digitalização da imagem. “Ora, se bem que o retoque, a alteração, a supressão e a inclusão de elementos nas imagens fotojornalísticas sejam procedimentos relativamente comuns ao longo da história, o que é novo é o facto de a manipulação digital de fotografias ser fácil e de difícil ou virtualmente impossível detecção por um observador que não tenha visto o acontecimento fotograficamente representado. Por outro lado, embora a fotografia seja sempre uma forma de manipulação visual da realidade – recordemos a focagem ou o controle da profundidade de campo, da velocidade e da exposição– as tecnologias digitais exponenciaram esse fenómeno, pois transformam as imagens em impulsos electrónicos processáveis em computador. Tornou-se fácil, por exemplo, alterar, na imagem, as cores do cabelo, da roupa, dos olhos e da pele, alterar penteados, colocar frente a frente pessoas que nunca se viram, inserir pessoas e objectos em ambientes diferentes, criar imagens virtuais e combiná-las com imagens indiciáticas da realidade, etc”. SOUSA, Jorge Pedro. A tolerância dos fotojornalistas portugueses à alteração digital de fotografias jornalísticas. **Bocc** – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Covilhã, 1998. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/_texto.php?html2=sousa-jorge-pedro-qualidade-on-line.html>. Acesso em: 5 maio 2006.

⁴ Conforme Fabrizzia Bocaccio Cinel, as notícias do portal Globo.com constituem-se, basicamente, de uma transposição de conteúdo de outras mídias. CINEL, Fabrizzia Bocaccio. **Portais de conteúdo jornalístico na internet sob o olhar da complexidade**. 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

informação jornalística em “uma cadeia de reconversões do valor de troca especialmente larga e veloz, em seu potencial de propagação”.⁵ Esse fenômeno não foi inaugurado pela internet, como demonstra a atuação de emissoras de rádio interioranas, mas que é expandido com a digitalização, pelo acesso aos materiais alheios, pela facilidade de fazer a transposição e pela escassez de profissionais para dar conta do preenchimento de todos os espaços com celeridade.

Limitações e experiências

Ao mesmo tempo, se a internet tornou-se um importante recurso de informação para o jornalismo em geral, inclusive pela possibilidade de acesso às fontes através do correio eletrônico, também resulta em conseqüências negativas qualitativas, não por alguma característica inata desta tecnologia, mas pela forma como é incorporada nas organizações midiáticas. Conforme Fernando Correia, com a internet “abriram-se também as portas para o ‘esquecimento’ da prática do contraditório e da configuração das fontes, assim como para a sedentarização profissional e o reforço do ‘jornalismo sentado’”.⁶

A imprensa *on-line* apresenta um conjunto de mudanças na forma de organização empresarial, na sua relação com o mercado em geral e com as rotinas de trabalho. Algumas se destacam como inerentes ao momento atual das indústrias culturais, inseridas nesta fase do desenvolvimento capitalista. Um desses traços é a interatividade, que repercute no fazer jornalístico, na participação do público (que é chamado a colaborar fornecendo conteúdos) e na possibilidade de rentabilização.⁷

Estudando o caso dos jornais *on-line* de Sergipe, Danielle Souza aponta, na prática cotidiana dessas empresas, o acúmulo de atividades por parte de um mesmo profissional, a exploração das possibilidades de sinergia entre diferentes meios e a predominância de estratégias de redução de custos, com a incorporação de estagiários.⁸ Estes, na prática, desenvolvem atividades de profissionais, funcionando como mão de obra barata, atuando em

⁵ STEINBERGER, Margarethe Born. El periodista como consumidor de información en la economía de las representaciones digitales. **Eptic Online** – Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Aracaju, v. 8, n. 2, mayo-ago. 2006. Disponível em: <www.eptic.com.br>. Acesso em: 25 maio 2006.

⁶ CORREIA, Fernando. **Jornalismo, grupos económicos e democracia**. Lisboa: Caminho, 2006. p. 116.

⁷ Como estratégia para otimizar o investimento publicitário dos anunciantes, o Google lançou um sistema em que os anúncios de vídeo do portal aparecem primeiramente como imagens estáticas, semelhantes a pequenas telas de TV. “Só quando o consumidor clica na tela o anúncio começa a ser exibido – em lugar de saltar da página sem aviso, como muitos comerciais *online* em vídeo fazem –, o que dá aos usuários o controle sobre o quanto desejam ver a publicidade”. GOOGLE reinventa publicidade online com vídeos clicáveis. **Telecom Online**, São Paulo, 23 maio 2006. Disponível em: <http://www.telecomonline.com.br/>. Acesso em: 28 maio 2006.

⁸ SOUZA, Danielle A. **A internet como suporte jornalístico em Aracaju**: adaptação dos jornais impressos à nova realidade tecnológica e econômica da mídia. 2005. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Centro de Artes, Universidade Federal de Sergipe, Aracaju.

equipes cada vez mais reduzidas, onde todos têm que fazer de tudo um pouco, em algum momento. Para fugir dos regramentos do ofício, jornalistas e outros profissionais são agrupados sob a denominação genérica de produtores de conteúdo.

Se os custos de produção e difusão de notícias são reduzidos, por não haver gastos com compra de papel, estrutura industrial e distribuição em rede física, isso não corresponde a uma igualação de condições de competitividade, entre agentes de tamanhos e forças diversas. Nesse caso, o que ganha um papel preponderante são os arquivos, os profissionais renomados e as sinergias entre empresas de um mesmo conglomerado, que garantem conteúdos, jornalísticos inclusive, de fácil reconhecimento pelo público, o qual identifica um valor superior nesses materiais, motivo para consumi-los, em detrimento de outros.

Claro, no caso da internet, pela facilidade de navegação, no imenso mar de sítios disponíveis, a fidelização é relativa, podendo haver mudanças rápidas. No entanto, não há dúvida de que o retorno aos sítios de organizações com tradição midiática é mais constante, fator que deve ser analisado juntamente com o papel dos portais de busca e das relações entre os sítios (através de *links*). A própria marca (Globo, CNN, etc.) vale como reputação, sendo a vantagem de precedência um sinal de distinção nesse ramo de negócios também.

É no âmbito dessa problemática que devem ser analisados os *blogs*, assim classificados por Raquel Recuero:

Muitas vezes, os weblogs atuam como “diários virtuais”, limitando-se a relatar as experiências pessoais do dia-a-dia de alguém. Em outras, são um apanhado de informações coletadas do ciberespaço, simplesmente “linkadas” e comentadas. Em outras tantas ainda, são tentativas de ficções. Em outras ainda, uma espécie de “revista eletrônica”, mesclando informações variadas discutidas do ponto de vista crítico do autor. Muitas vezes ainda, os weblogs são uma mescla de todos esses estilos. Alguns weblogs são escritos através de várias mãos (embora todas devidamente identificadas). Outros são escritos apenas por um autor. Como se vê, trata-se de um fenômeno extremamente complexo. [...] Os weblogs, inicialmente identificados como uma nova tendência de diarismo na Internet, entretanto, têm representado uma violenta quebra de paradigmas no jornalismo e o mais importante: têm influenciado muito a maneira através da qual o jornalismo é praticado.⁹

Conforme André Lemos, os *blogs* oferecem um fluxo de comunicação alternativo ao das mídias de massa, de modo que “a Internet serve, assim, como uma forma de escoamento de discursos pessoais que foram há muito tempo inibidos pelos *mass media*”.¹⁰ Não obstante, é sabido que os *blogs* têm sido cada vez mais incorporados pelas indústrias culturais, que abrem espaços para análises detalhadas e informações pormenorizadas de seus jornalistas,

⁹ RECUERO, Raquel da Cunha. Warblogs: os blogs, a Guerra do Iraque e o jornalismo online. **Bocc** – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Covilhã, 2003. Disponível em: <<http://bocc.unisinos.br/pag/recuero-raquel-war-blogs.pdf>>. Acesso em: 3 maio 2006.

¹⁰ LEMOS, André L. M. A arte da vida: diários pessoais e webcams na internet. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 10., 2002, Rio de Janeiro. **Anais ...** Belo Horizonte: Compós, 2002. 1 CD.

estabelecendo *links* a partir de seus portais, desta maneira agregando valor a eles. Jornais como o brasileiro *O Globo*, do conglomerado Organizações Roberto Marinho, contam com 32 *blogs*, onde alguns de seus colunistas tratam de suas especialidades, diferencial que é anunciado nas próprias páginas da publicação, o que atesta a captura desse recurso pela mídia hegemônica, como, aliás, tem ocorrido com toda a internet, a qual assimila cada vez mais a forma das indústrias culturais.

Os *blogs* independentes e espaços alternativos em geral têm, evidentemente, mais liberdade para ousar, inovando nos modos comunicativos e revelando-se menos influenciados pelos formatos tradicionais das indústrias culturais, até porque seus realizadores não vêm desta tradição. Por isso, tendem a ser acompanhados com atenção, pois funcionam como laboratórios, sendo suas práticas mais exitosas copiadas e adaptadas pelos meios hegemônicos no espaço dito virtual.

Na verdade, o uso das experiências alternativas como laboratório pelas grandes companhias é um traço comum na história das indústrias culturais. Nos setores de edição, especialmente o cinema e a edição fonográfica, a estrutura de mercado típica é caracterizada pela existência, ao lado de um número extremamente reduzido de *majors*, de um enorme contingente de pequenas empresas que assumem os riscos da inovação. O fenômeno é normalmente considerado, pela Economia Política da Comunicação (EPC), como conseqüência da dinâmica inovação-estandardização, decorrente da aleatoriedade, característica fundamental das indústrias culturais.¹¹

Também é possível interpretá-lo, de forma semelhante ao que ocorre com os *softwares* livres,¹² como produção de conhecimento ou informação realizada fora dos mecanismos convencionais do mercado de trabalho, apontando, é certo, para um modo de produção alternativo e, portanto, para a superação da exploração capitalista da força de trabalho intelectual, mas que serve, concretamente, nas condições atuais, para reduzir os custos salariais com os quais a empresa teria que arcar caso incorporasse aquela produção alternativa, subsumindo realmente o trabalho intelectual em questão.

Fica clara por um lado, a contradição, inerente ao desenvolvimento capitalista, entre o avanço das forças produtivas, com seu potencial liberador, e a manutenção, em essência, das relações de produção alienadas. Assim, nos espaços alternativos do jornalismo *on-line*, ao

¹¹ Ver, por exemplo, BEAUD, Paul; FLICHY, Patrice; SAUVAGE, Monique. **Geomètre contre saltimbanque:** la prédominance de la programmation dans la télévision française. In: SOCIOLOGIE de la Télévision. France. Paris: Cnet, 1991.

¹² BOLAÑO, César Ricardo; HERSCOVICI, Alain. Economia da informação e conhecimento: uma abordagem em termos de Economia Política. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA POLÍTICA, 10., 2005, Campinas. **Anais ...** Campinas, SEP, 2005. 1. CD.

maior controle dos processos produtivos por parte do jornalista, que lhe garante maior liberdade para criar, corresponde carga superior de trabalho, tendo que dominar mecanismos como programação básica para construção de páginas *web* e produção digital de áudio e vídeo, características crescentemente exigidas pelos grandes portais.

Foi desencadeado tempo de enriquecimento e intensificação da exploração, exercida sobre o trabalho cultural, comunicacional, informacional, criativo, intelectual. Ampliam-se as potências do homem e, progressivamente, reduzem-se seus poderes dos homens, submetendo-o mais ainda, em todos os níveis da sociabilidade, às imposições do sistema de dominação do capital. Isto tem a ver, por outro lado, com a característica do atual desenvolvimento das redes, que articula lógicas mercantis e não mercantis, para reduzir custos salariais, o que se traduz em formas renovadas de acumulação primitiva do conhecimento.

Classificação e periodização

A discussão está, portanto, na origem do fenômeno. Os estudos de jornalismo fazem periodizações específicas. Cita-se a de Pavit, que fala em três fases: “na primeira, dominam os sítios que publicam o material editorial produzido, em primeira mão, para as edições em outros meios” (“modelo-mãe”); na segunda, os jornalistas usam o *hyperlink* para ampliar a chamada interatividade e criam conteúdos originais, mobilizando inclusive a criatividade do público.¹³ Segundo se depreende da descrição que faz Luciana Mielniczuk, o jornalismo *online* está entrando em uma nova fase, caracterizada pela “produção de conteúdos noticiosos originais desenvolvidos especificamente para a *web*, como o reconhecimento desta como novo meio de comunicação”.¹⁴

Interessante, mas não vale como periodização. Qual a lógica dessa seqüência de fases? Na verdade, vive-se um momento único de construção de algo em nível global na área do jornalismo. O quê? A definição da terceira fase aponta para a idéia de constituição de uma nova trajetória tecnológica, uma indústria cultural nova, em concorrência com as anteriores, mas todos sabem que se trata de algo muito mais complexo.

Não se pode, evidentemente, falar em gerações, para um arco de tempo tão curto. Afonso da Silva Júnior destaca, ao contrário, corretamente, a unidade, representada pela grande influência da forma jornal impresso no jornalismo da internet, o que é justificável, pela história dessa mídia e pelo fato de que os principais espaços informativos na *web* foram implantados por corporações que já atuavam na mídia tradicional. Assim, “se dentro do

¹³ PAVLIK, John. **Journalism and new media**. New York: Columbia UP, 2001.

¹⁴ MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre o jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. p. 37-54. p. 46.

ambiente da Internet, temos a progressão [...], de estágios da criação, adaptação e gestão de conteúdos, vemos que em boa parte a metáfora do jornal impresso persiste enquanto sistema organizacional das informações baseadas em meio eletrônico”.¹⁵

Não obstante, de forma progressiva começam a surgir formas alternativas, efetivamente próprias da internet, de disponibilizar conteúdos jornalísticos e de buscar a interação do público, um dos grandes diferenciais da *web*, cujas possibilidades de exploração devem crescer ao longo da expansão tecnológica e do conhecimento propiciado pelo uso da rede. Pondera-se, ainda, que a construção paulatina de sua própria forma organizativa é característica do processo midiático, recordando-se que a TV também copiou o rádio (inclusive no jornalismo) nos seus primeiros anos, até ter suas lógicas firmadas.

Mas o fundamental é que não se pode falar em uma trajetória do *webjornalismo* separada da trajetória da internet, esta ainda em fase extremamente jovem, mas na qual o problema do conteúdo se coloca já como crucial. O *webjornalismo* é parte das possibilidades de solução para esse problema atual da economia política da internet. Um vetor surgido na confluência entre diferentes trajetórias tecnológicas: da imprensa, do rádio, da televisão, do acesso a bancos de dados, das diferentes formas de comunicação interativa, todas remetendo a uma história concreta, que tem na digitalização um momento fundamental de ruptura.

A Economia Política da Comunicação oferece essa perspectiva de conjunto da Indústria Cultural e das indústrias culturais particulares nos marcos do capitalismo monopolista e na transição atual do sistema. No concernente a este tema, a idéia de lógicas sociais tem já uma longa tradição,¹⁶ no interior da qual vêm sendo feitos estudos sobre o jornalismo digital.¹⁷

Mas, no âmbito das classificações que circulam nos estudos de jornalismo, Mark Deuze, por exemplo, apresenta uma que tem por base como se processam a interatividade e o conteúdo, classificando o jornalismo *on-line* em: *sites* noticiosos de referência, *sites* de índice e categoria, *sites* de comentários e meta-*sites*, *sites* de partilha e de discussão.¹⁸ Os primeiros

¹⁵ SILVA JÚNIOR, José Afonso da. A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 11., 2002, Rio de Janeiro. **Anais do GT Estudos de Jornalismo ...** Porto Alegre: UFRGS, 2005. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2002/silva_jr2002.doc>. Acesso em: 25 maio 2006.

¹⁶ Ver, entre outros, MIÈGE, Bernard; PAJON, Patrick; SALAÛN, Jean-Michel. **L'industrialisation de l'audiovisuel**. Paris: Res. Babel, 1986; BOLAÑO, César Ricardo. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

¹⁷ Notadamente ALBORNOZ, Luis. **Los diarios online de información general**: el caso de los grandes periódicos en español. 2005. Tese (Doutorado em Comunicación Audiovisual y Publicidad) – Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madri.

¹⁸ DEUZE, Mark. A internet e os seus jornalismo: teoria, pesquisa e estratégia da produção de notícias *on-line*. In: OLIVEIRA, José Manuel Paquete de; CARDOSO, Gustavo Leitão; BARREIROS, José Jorge.

são os sítios noticiosos das indústrias culturais estabelecidas, como CNN e Warner. Os segundos são aqueles em que “os jornalistas on-line oferecem *links* aprofundados para outros *sites* na *World Wide Web*, os quais são algumas vezes categorizados e até anotados por equipas editoriais”, como Yahoo e Paperboy.¹⁹ Na terceira categoria estão os sítios relativos a jornalismo e mídia em geral, a exemplo do Mediachannel e do Observatório da Imprensa. Já os *sites* de partilha e de discussão trabalham essencialmente para o intercâmbio de idéias e relatos, como os centros de mídia independente. Deuze enquadra os *weblogs* como *sites* temáticos ou de comentários.²⁰

Pode-se sugerir aqui novos instrumentos para a construção de taxonomias e periodização, na perspectiva da EPC defendida e da análise da dinâmica concorrencial dos mercados culturais. Primeiro, lista-se tipos de produtos encontrados na rede, que utilizam o jornalismo:

+ Versão de periódicos impressos: está na origem do *webjornalismo*, reproduzindo o material jornalístico do produto vendido a assinantes e compradores avulsos, como os sítios do *Jornal do Brasil* (o primeiro a lançar sua versão *online* no país, em 1995) e do *Washington Post*.

+ Versão de produtos telejornalísticos: disponibiliza programas jornalísticos de televisão, através do material em vídeo. Pode ser complementada com textos escritos originalmente para o próprio produto televisivo. A Globo e a CNN, dentre outros canais televisivos, disponibilizam alguns produtos jornalísticos na internet.

+ Versão de produtos radiojornalísticos: oferece programas jornalísticos de rádio, em áudio ou texto escrito original. É o caso dos sítios das rádios CBN e Band News, cujas programações são eminentemente jornalísticas.

+ Jornais eletrônicos: trabalham com atualizações constantes, trazendo sempre as notícias mais recentes. Pode ser uma versão atualizada de um jornal existente como edição impressa, mas na maioria das vezes trata-se de um produto específico para internet, como os mantidos pelos grandes provedores, a exemplo do Terra. Deu-se em 1996 o lançamento do primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa da América Latina, o Brasil Online, do Universo Online (Uol), com informações de agências noticiosas e próprias.

+ Conteúdos jornalísticos de sítios e portais em geral: a maioria dos espaços na internet dispõe informações jornalísticas, de sua área de atuação (um sindicato, por exemplo)

ou generalistas, produzidas por equipes próprias ou captadas de páginas de outras organizações, através de mecanismos de captura.

+ Blogs: são como blocos de notas sobre um tema específico ou diversos. Aqui, analisa-se sua concepção jornalística, mas os *weblogs* podem ter outros conteúdos, como o diário íntimo, que está na sua origem.

Outra classificação oportuna é aquela ligada às quatro características do jornalismo *online*, reconhecidas por Deuze e Bardoel (interatividade, personalização/customização de conteúdo, hipertextualidade e multimedialidade),²¹ às quais Palacios acrescenta duas, memória e instantaneidade de acesso/atualização contínua.²² Estas definições merecem uma ampliação em outra oportunidade.

Considerações finais

No agregado, há já um conjunto de elementos que, apoiados no referencial teórico aqui defendido, e articulado a desenvolvimentos anteriores, expostos em outros trabalhos, permitirão a construção de um rico quadro de análise para o debate não apenas do jornalismo *online*, mas de outros objetos ligados à digitalização geral do mundo, atualmente em curso, vinculada às transformações do sistema no final do século XX e início do XXI. Propôs-se, em outra ocasião, que, para a articulação geral desse quadro analítico, é importante considerar a convergência e as lógicas sociais por camadas:

Num nível mais geral, encontra-se a classificação tradicional editorial/onda/imprensa. Logo abaixo, podemos definir os setores da TV segmentada, radio *on line*, ou imprensa *on line*, operadores, na prática, da convergência. Todos estes apresentam uma semelhança com a onda: não oferecem um bem individualizado, mas um conjunto de elementos que podemos classificar, em terceiro lugar, como partes de uma programação, paginação ou algo equivalente. O “fluxo” de que fala Franciscato [referência ao texto FRANCISCATO, Carlos Eduardo. As novas configurações do jornalismo no suporte on line. **Eptic Online** – Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Aracaju, vol. 6, n. 3, sep./ dic. 2004. Disponível em: <www.eptic.com.br>. Acesso em: 12 jan. 2006.], por exemplo, ao referir-se à operação do jornalismo *on line* em “tempo real”, enquadra-se neste terceiro nível, menos abstrato, de análise.²³

Assim, tem-se também um método que garante a coerência do modelo, no interior do qual devem ser pensadas as lógicas sociais, as trajetórias tecnológicas, os ciclos de vida dos produtos culturais e o que é aqui chamado de vetores da convergência. Uma descrição mais detalhada da dinâmica do modelo extrapola os limites deste artigo, ficando para futuras

²¹ BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism: converging competences of old and new media professionals**. Disponível em: <http://home.pscw.nl/deuze/pub/9.htm>. Acesso em: 28 jun. 2001.

²² PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. p. 15-36.

²³ BOLAÑO, César Ricardo. Jornalismo Online: reflexões a partir da Economia Política da Comunicação. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, n. 43, jan.-maio 2006. Disponível em: <http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=7&s=9&a=60>. Acesso em: 20 maio 2006.

abordagens.

Referências

- ALBORNOZ, Luis. **Los diarios online de información general**: el caso de los grandes periódicos en español. 2005. Tese (Doutorado em Comunicación Audiovisual y Publicidad) – Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madri.
- BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism**: converging competences of old and new media professionals. Disponível em: <<http://home.pscw.nl/deuze/pub/9.htm>>. Acesso em: 28 jun. 2001.
- BEAUD, Paul; FLICHY, Patrice; SAUVAGE, Monique. Geomètre contre saltimbanque: la prédominance de la programmation dans la télévision française. In: **SOCIOLOGIE de la Télévision**. France. Paris: Cnet, 1991.
- BOLAÑO, César Ricardo. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.
- _____. Jornalismo Online: reflexões a partir da Economia Política da Comunicação. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, n. 43, jan.-maio 2006. Disponível em: <<http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=7&s=9&a=60>>. Acesso em: 20 maio 2006.
- BOLAÑO, César Ricardo; HERSCOVICI, Alain. Economia da informação e conhecimento: uma abordagem em termos de Economia Política. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA POLÍTICA, 10., 2005, Campinas. **Anais ...** Campinas, SEP, 2005. 1. CD.
- BRITTOS, Valério. **Políticas de comunicação, videodifusão e democracia no Brasil**. São Leopoldo: Unisinos, 2006. Mimeografado.
- CINEL, Fabrizia Bocaccio. **Portais de conteúdo jornalístico na internet sob o olhar da complexidade**. 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- CORREIA, Fernando. **Jornalismo, grupos económicos e democracia**. Lisboa: Caminho, 2006.
- DEUZE, Mark. A internet e os seus jornalismo: teoria, pesquisa e estratégia da produção de notícias *on-line*. In: OLIVEIRA, José Manuel Paquete de; CARDOSO, Gustavo Leitão; BARREIROS, José Jorge. **Comunicação, cultura e tecnologias de informação**. Lisboa: Quimera, 2004. p. 161-189.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. As novas configurações do jornalismo no suporte on line. **Eptic Online** – Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Aracaju, vol. 6, n. 3, sep./ dic. 2004. Disponível em: <www.eptic.com.br>. Acesso em: 12 jan. 2006.
- GOOGLE reinventa publicidade online com vídeos clicáveis. **Telecom Online**, São Paulo, 23 maio 2006. Disponível em: <<http://www.telecomonline.com.br/>>. Acesso em: 28 maio 2006.
- LEMONS, André L. M. A arte da vida: diários pessoais e webcams na internet. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 10., 2002, Rio de Janeiro. **Anais ...** Belo Horizonte: Compós, 2002. 1 CD.

- MIÈGE, Bernard; PAJON, Patrick; SALAÛN, Jean-Michel. **L'industrialisation de l'audiovisuel**. Paris: Res. Babel, 1986.
- MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre o jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. p. 37-54.
- PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. p. 15-36.
- PAVLIK, John. **Journalism and new media**. New York: Columbia UP, 2001.
- RECUERO, Raquel da Cunha. Warblogs: os blogs, a Guerra do Iraque e o jornalismo online. **Bocc** – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Covilhã, 2003. Disponível em: <<http://bocc.unisinos.br/pag/recuero-raquel-war-blogs.pdf>>. Acesso em: 3 maio 2006.
- SALAÛN, Jean Michel. **A qui appartient la télévision?** Paris: Res-Babel, 1989.
- SILVA JÚNIOR, José Afonso da. A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 11., 2002, Rio de Janeiro. **Anais do GT Estudos de Jornalismo ...** Porto Alegre: UFRGS, 2005. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2002/silva_jr2002.doc>. Acesso em: 25 maio 2006.
- SOUSA, Jorge Pedro. A tolerância dos fotojornalistas portugueses à alteração digital de fotografias jornalísticas. **Bocc** – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Covilhã, 1998. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/_texto.php?html2=sousa-jorge-pedro-qualidade-on-line.html>. Acesso em: 5 maio 2006.
- SOUZA, Danielle A. **A internet como suporte jornalístico em Aracaju**: adaptação dos jornais impressos à nova realidade tecnológica e econômica da mídia. 2005. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Centro de Artes, Universidade Federal de Sergipe, Aracaju.
- STEINBERGER, Margarethe Born. El periodista como consumidor de información en la economía de las representaciones digitales. **Eptic Online** – Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Aracaju, v. 8, n. 2, mayo-ago. 2006. Disponível em: <www.eptic.com.br>. Acesso em: 25 maio 2006.

Jornalismo cultural no Rio Grande do Sul: o Modernismo na efêmera passagem da revista *Madrugada* (1926)

Cida Golin¹ e Paula Ramos²

Resumo: O jornalismo cultural dinamiza, documenta, age na formação de públicos e fornece parâmetros para a interpretação da sociedade de um determinado local e época. O presente artigo discorre sobre uma das mais interessantes e menos conhecidas publicações culturais surgidas no Rio Grande do Sul no século XX, a revista *Madrugada*. Nascida em 1926, com apenas cinco edições e tendo à frente nomes como Theodemiro Tostes, Augusto Meyer e Sotero Cosme, *Madrugada* propunha-se ser o veículo da modernização da literatura e das artes visuais no Estado.

Palavras-Chave: revista *Madrugada*, jornalismo cultural, revistas ilustradas, Modernismo no Rio Grande do Sul

Pontualidade é defeito de burgueses. [...] Ninguém, absolutamente ninguém, que se preze de ter bom-gosto, entrará antes das 11 num baile que principie às 9 horas. *Madrugada* é assim. Perfeitamente civilizada e revista de linha, não quis sair no dia fixado. Fez-se mais desejada, mais preciosa. Sai hoje, catorze dias depois do que marcara³.

Foi dessa forma, explicando o atraso do lançamento apenas por um capricho de estilo boêmio, que a revista dos modernistas gaúchos se apresentou em seu primeiro editorial. Chamava-se *Madrugada*. Trazendo na capa uma ilustração de Sotero Cosme, um dos melhores traços art-déco da época, o magazine ganhou as ruas em 25 de setembro de 1926. Não durou três meses. Seu último número, com texto laudatório prevendo o epitáfio, circulou com data de 4 de dezembro daquele mesmo ano. Foram apenas cinco edições.

¹ Jornalista, Doutora em Letras pela PUCRS, Professora-Adjunta do Departamento de Comunicação da FABICO/UFRGS.

² Jornalista, Doutoranda em História, Teoria e Crítica de Arte pela UFRGS.

³ Todos os textos de época aqui reproduzidos foram transcritos em português contemporâneo, a fim de facilitar o fluxo da leitura.

O precoce padecimento não fugiu ao que parecia ser uma regra naqueles idos: a vida curta das publicações. Isso se dava ora devido ao reduzido público, ora à falta de anunciantes, ora ao primitivo sistema de distribuição. No Rio Grande do Sul, em particular, apesar de todas essas dificuldades, desde o século XIX havia um histórico de investidas no setor. Athos Damasceno Ferreira aponta 72 títulos de jornais e revistas de conteúdo literário que circularam na capital gaúcha entre 1856 e 1899 (FERREIRA, 1975). Quase todos estavam ligados a agremiações que buscavam não apenas uma legitimidade social, como uma identidade (MARTINS, 2001). Muitos não chegavam a completar um ano, mas é interessante perceber que havia empreendedores e condições, mesmo que precárias, para o lançamento de impressos.

A situação melhorou com a entrada do século XX e o surto de industrialização⁴ e modernização que veio com ele. Gradativamente a população brasileira passou a ter acesso não apenas a novos meios de transporte e comunicação, como experimentou, no âmbito privado, produtos que mudariam para sempre seu modo de viver, a exemplo da pasta dentifrícia e do papel higiênico. No campo gráfico, o advento da linotipo, o desenvolvimento de maquinários para impressão e a progressiva melhora do papel produzido no país asseguraram o crescimento que a indústria editorial experimentaria entre as décadas de 10 e 30 (HALLEWELL, 1985). Foi nesse período que o Brasil viu surgir as grandes casas editoras e publicações que marcaram gerações, como as revistas *Fon-Fon!* (Rio de Janeiro, 1907-1958), *Careta* (Rio de Janeiro, 1908-1960), *O Cruzeiro* (Rio de Janeiro, 1928-1975) e a *Revista do Globo* (1929-1967). Um dos fatores que mais contribuiu para a significativa expansão desse segmento foi a escalada de um

⁴ Um dado, acerca disso, é ilustrativo: em 1907, o Rio Grande contava com 314 estabelecimentos industriais, passando este número, em 1920, para 1773 (PESAVENTO, 1980).

balbuciante público leitor, o feminino. Beneficiadas com as políticas de alfabetização⁵, as mulheres, antes alijadas do sistema de consumo, transformaram-se no público-alvo da maioria dos magazines da primeira metade do século XX, que passaram a divulgar informações, serviços e produtos de interesse desse novo consumidor. Tais revistas constituem, portanto, documento imprescindível para se compreender esse momento de profundas transformações não somente econômicas e políticas (com a consolidação do modelo republicano), mas sociais. Talvez por isso elas sejam fonte privilegiada para o historiador que, num simples folhear de páginas, sente-se envolvido por um tempo pretérito que procura reconstruir.

A Porto Alegre dos anos 20 era o centro econômico e político do terceiro estado brasileiro mais industrializado⁶. Modernizou-se, sobretudo, a partir das reformas empreendidas pelos intendentos Otávio Rocha (1924-1928) e Alberto Bins (1928-1937), que incluíam desde campanhas de saneamento e higiene, passando por intervenções no desenho urbano. Nessa época, afora a construção do viaduto Otávio Rocha, avenidas foram abertas, becos foram extintos, praças e parques, criados. A remodelação exigiu aumento de impostos e o deslocamento das classes populares para os arrabaldes. Atendeu aos ideais de consumo de novos grupos sociais emergentes, advindos do surto

⁵ Tomemos o caso do Rio Grande do Sul: de acordo com o brasilianista Joseph Love, em 1872 o Rio Grande era a terceira província, entre as demais, na taxa de alfabetizados, com 21,9%, tendo galgado, em 1891, para o primeiro lugar, com 25,3%. Em 1920, essa taxa subiu para 38,8%, 9% a mais do que a verificada em São Paulo, e 14% a mais do que a média nacional de alfabetização, que era de 24,5%. Já na década de 30, esse índice era de 46% da população. Segundo Love, os colonos alemães e italianos contribuíram para colocar o Estado nesta posição: São Leopoldo, por exemplo, o principal município de população alemã, tinha 62% de alfabetizados em todas as idades e, em Caxias do Sul, com sua população predominantemente italiana, esse número era de 46% (LOVE, 1975).

⁶ Segundo Charles Monteiro, a Porto Alegre da época tinha uma população de mais de 200 mil habitantes, cerca de 10 mil operários e assumia a liderança industrial do Estado, consolidando-se como eixo de ligação entre a região serrana, a depressão central, a região do Alto Uruguai, o porto de Rio Grande e os outros grandes portos comerciais nacionais e estrangeiros (MONTEIRO, 1995).

de crescimento da capital, com o estabelecimento de indústrias e grandes casas de comércio, além de bancos nacionais e estrangeiros (MONTEIRO, 1995).

O apogeu da burguesia local “inventou” também a Rua da Praia (CRUZ, 1994). Ela era a grande vitrine, o ponto de encontro da “boa sociedade” porto-alegrense, celebrado por meio de crônicas e memórias da geração modernista. Sobre ela, o poeta Augusto Meyer nos diz:

O passeio infalível, da esquina do Café Colombo à esquina da Casa Masson, ainda reproduzia o encontro marcado numa praça ou na rua central de uma pequena cidade do interior. A Rua da Praia era como se fosse um salão de clube, de portas abertas para uma festa semanal, e onde, em obediência a um rito profano, que não devia nada aos mandamentos da sinagoga, todos iam sabadear um pouco. Todos ali se conheciam de vista ou de palavra e, se em conjunto não chegavam a constituir uma tropilha de mesmo pêlo, davam ares de primos ou contraparentes de vários graus – pelo menos de sócios ou convidados do mesmo grêmio (MEYER, 1996: 180-181).

A revista “do Grupo”

É nesse contexto que surge *Madrugada*. Em 1926, quando desponta, circulavam no Rio Grande do Sul títulos como *A Ilustração Pelotense*, *Máscara* e *Kosmos*. Os dois últimos eram editados em Porto Alegre, então a cidade com o maior número de publicações no Estado, sendo também a maior importadora de papel⁷. Apesar do aparecimento de fábricas de papel no país, elas ainda não supriam a demanda interna, o que obrigava muitas gráficas a importar a matéria-prima. A crise do papel e o seu alto preço foram muitas vezes motivo de queixa e denúncia junto às próprias revistas, como aparece em artigo de *Máscara*, em sua edição nº 21, de 1919:

Já se tornou bem um estribilho o clamor da imprensa brasileira sobre a falta crescente de papel para impressões [...]. As revistas do Rio, de São Paulo, do Brasil inteiro, lutam com dificuldades extremas para manter a sua feição e o seu formato, umas havendo que alteraram já fundamentalmente uma e outro. As revistas de Porto Alegre não constituem uma exceção. *Máscara*, no entanto, sente-se feliz – de uma felicidade misturada de orgulho – em saber que pode enfrentar com desassombro a carência atual de papel, sem que deformações venham

⁷ Enquanto a importação feita por Rio Grande entre 1920 e 1921 passava de 7.130 para 29.564 quilos e a de Pelotas ia de 46.560 para 42.891 quilos, a capital estendia o seu consumo de papel no mesmo período de consideráveis 340.227 para espantosos 1.177.692 quilos (TRUSZ, 2002).

mutilar-lhe o aspecto e alterar-lhe a feição. Lamenta, porém, que o pouco escrúpulo de alguns fornecedores deste material ameace, constantemente, a estabilidade e a vida de publicações que mereciam bem ser tratadas, já não dizemos com carinho, mas com seriedade, ao menos.⁸

A tensão em torno do papel era uma realidade. Foi devido a ela que *Kodak*⁹, surgida em Porto Alegre em 1912, encerrou suas atividades no princípio dos anos 20¹⁰. Embora em nenhum momento tenha havido qualquer manifestação, por parte de *Madrugada*, em relação à carência e à cotação do material, é publicada na segunda edição, sob a chamada *O que se disse da Madrugada*, uma carta assinada pelo leitor “C”, teoricamente vinculado ao jornal *Diário de Notícias*, que assim se manifesta:

Temos esperanças que *Madrugada* vingue. É de admirar que sendo Porto Alegre uma capital de população avultada, onde a cultura literária tem se desenvolvido admiravelmente, todas as publicações do gênero aqui lutem com os maiores embaraços. A própria vida de imprensa está restringida entre nós a quatro jornais diários, dois da manhã e dois da tarde, quando em muitíssimas outras cidades do país, até mesmo algumas de população menor, há muito mais órgãos de publicidade que Porto Alegre. Vencendo todas essas injustificadas dificuldades, *Madrugada* aí está com seu belo gesto de audácia, em caminho do dia radioso de amanhã. Esperamos que assim seja. – C. (Do *Diário de Notícias*).

Havia, portanto, uma notória incredulidade em relação ao lançamento de novas revistas no mercado. O que não significa que *Madrugada* tenha sido recebida com descaso. Pelo contrário. Foram vários os elogios, muitos dos quais reproduzidos na seção de “cartas” da revista. Na edição nº 5, ênfase para a manifestação enviada pelo prestigiado magazine carioca *Para Todos* (1918-1932):

⁸ Edição nº 21, 1919. Na edição nº 5, de 03/07/1920, novamente a revista comentaria a falta de papel para impressão.

⁹ É interessante perceber os nomes com os quais as revistas eram batizadas. *Kodak*, por exemplo, é uma significativa apropriação da famosa marca de filmes, equipamentos e produtos fotográficos criada por George Eastman e que era, por si só, um signo de modernidade. Já a carioca *Fon-Fon!* utilizava uma onomatopéia de um som de buzina de carro, enquanto o título da modernista *Klaxon* (1922-1923) também era uma apropriação da palavra francesa para “buzina”. Sobre o título dado a *Kodak*, há um esclarecimento no editorial do primeiro número da revista, de 21 de setembro de 1912: “O nome com que a batizamos lhe define previamente a feitura e a destinação: ela será a fotografia semanal do Estado e, particularmente, da cidade. Vida intelectual e mundana, vida industrial e artística, vida comercial e esportiva, todas as manifestações de nossa existência moderna, tudo ela registrará com sua objetiva pluriforme e adequada. KODAK será revista de poucas palavras e de muitas ilustrações; de poucas palavras porque nos elétricos tempos que decorrem, de cinematografia e de vertigem, tudo deve ser breve, instantâneo, sintético, de muitas ilustrações, porque, como instrumento de luta e propaganda, nada há de mais eficaz e eloqüente que a figura geométrica de uma caricatura ou de um clichê”.

¹⁰ A ausência de uma coleção completa da revista junto a acervos públicos dificulta a precisão quanto a datas.

Moderna, elegantíssima, com um jeito de rapariga que nem está ligando a morte de Rudolph Valentino, apareceu em Porto Alegre uma revista. Chama-se *Madrugada*. E vem lindamente acompanhada. Pertence à turma na qual sorriem, pensam, dizem e fazem coisas J. M. de Azevedo Cavalcanti, Theodemiro Tostes, Augusto Meyer, João Sant’Anna, Dr. Miranda Netto, Sotero Cosme. *Madrugada* é tão bonita, tão inteligente, que excita o bairrismo dos seus patrícios afastados das cismas do Guaíba e dos crepúsculos daquele céu sem fim. Vendo-a, mostrando-a aos outros, cada um diz, vaidoso: “É da minha terra... Ela nasceu lá onde eu nasci!”.

O nascimento conceitual de *Madrugada* se deu na mesa cativa que um grupo de velhos amigos e jovens literatos mantinha no Café Colombo¹¹. Todos vinham das camadas média e alta da sociedade porto-alegrense, e estavam interessados no investimento intelectual erudito e cosmopolita (BOHNS, 2005). Havia entre eles uma consciência coletiva, de envolvimento com a cidade, que os levava a detectar os ritmos e mudanças do urbano, numa atitude característica da modernidade, desde o *flâneur* de Baudelaire. Faziam parte do “grupo” Augusto Meyer, Theodemiro Tostes, João Santana e J.M. de Azevedo Cavalcanti, que assinavam a direção do semanário, além de Sotero Cosme, responsável pela edição de arte. Um sexto elemento do “grupo” foi Paulo de Gouvêa, que não chegou a trabalhar na revista, tendo publicado apenas *O Poema da Raça* na edição nº 3. De acordo com Gouvêa, foi o cronista Theodemiro Tostes quem sugeriu a feitura do hebdomadário:

A idéia foi recebida com toda a reserva de que era capaz a natural propensão de fugir a mais e maiores encargos intelectuais, pois que dos materiais JM se encarregaria. Mas o JM tanto insistiu, tanto batalhou, que saiu vencendo. E o problema foi discutido às avessas, pois começou pela escolha do título. E ela ficou batizada de *Madrugada*, nome pelo qual Peregrino Júnior e Afrânio Coutinho designaram o nosso grupo em seus livros (básicos) sobre o Modernismo no Brasil. [...] Era impressa nas oficinas da Escola de Engenharia. Um primor gráfico, digam o que disserem, inclusive o gênio do Modernismo – o senhor Alcântara Machado (vocês conhecem esse nome?) – que a tacha de ‘revisteca’. Pois essa revisteca foi a mais bem feita, a mais perfeita que até hoje se imprimiu no Rio Grande do Sul. Seu pecado foi inserir em seu conteúdo perfeito algumas crônicas sociais e tantas outras esportivas. Mas era uma concessão obrigatória, o *sine qua non* dramático das suas possibilidades de sobrevivência: uma publicação puramente literária não tinha chance. Olhem para os dias de hoje e me digam quantas delas existem no Brasil inteiro. E se hoje é assim, como seria tantos anos atrás? (GOUVÊA, 1976: 51).

¹¹ O antológico café ficava justamente na esquina da Rua dos Andradas com a General Câmara, endereço da vida mundana e comercial dos gaúchos, a poucos metros da redação da revista, situada na General Câmara, nº 23.

Madrugada surge, então, como a revista do “grupo”. Nos três primeiros números, foi semanal; depois, passou a ser publicada quinzenalmente¹². Em sua proposta editorial, pouco destoava dos magazines ilustrados e de forte apelo mundano que circulavam na cidade, como *Máscara* e *Kosmos*. A concessão à crônica social estava expressa desde o início, no slogan que a definia: *Revista Semanal de Literatura, Artes e Mundanismo*. E, de certa forma, ela realmente era uma mistura de tudo isso. Folheando-a, o leitor encontraria desde poemas e imagens de caráter francamente modernizantes, até farto material visual, como ilustrações e caricaturas, fotos das mais belas moçoilas, reclames de profissionais liberais e do comércio local, que iam de joalherias, automóveis, tecidos, alfaiatarias e confeitarias, passando pelo Clube dos Caçadores, a principal casa noturna masculina da capital.

Pela atuação reduzida, porém pertinente de *Madrugada*, pode-se imaginar que os seus diretores percebiam nesse convívio franco entre a literatura, as artes visuais e o ambiente festivo uma possibilidade de mudança de mentalidade. Já na edição de estréia havia um comentário sobre o primeiro sarau promovido pela revista, ocorrido antes mesmo de ela existir. O acontecimento tivera lugar no Club Caxeiral, no dia 5 de setembro de 1926, e designava-se como *feira artístico-social*. No programa, entre outros, a leitura do texto sobre a vida-jazz-band, de Theodomiro Tostes:

[...] A nossa alma arlequinal (cada losango é uma alma diferente) tem no jazz-band um símbolo, uma perfeita representação. Haverá seqüência mais absurda e arlequinal que a de um jazz-band moderno? [...] Arlequinal. Arlequinal. Como a alma de todos nós. Nós mudamos de alma a cada instante. Temos agora uma alma fútil, superficial, quase vazia. É a alma *fox-trot*. Temos daí a pouco uma alma ordeira, sentimos necessidade de disciplina e método. É a alma *one-step*. [...] É assim como eu digo. Cada um de nós tem tantas almas quantos minutos tem um dia. Todo homem moderno é um jazz-band infatigável de almas. Ninguém é assim: unicamente isto ou

¹² Em nota explicativa, a direção afirma: “Atendendo a razões inesperadas, entre elas a da organização tipográfica da nossa revista, resolvemos que, do seu quarto numero em diante, ‘*Madrugada*’ passará a sair quinzenalmente, em lugar de uma vez por semana como até agora. Dispondo assim de mais tempo para sua feitura material, trataremos de melhorar as diversas seções, especialmente as reportagens fotográficas de atualidade. As assinaturas que já foram pagas serão validas por um ano e não por seis meses, como anteriormente fora determinado”.

aquilo. Não há almas sentimentais, nem frívolas, nem graves, nem maliciosas ou brejeiras. Há tudo isto num todo. Alma complexa. Número 1, número 2, número 3...¹³

Na edição nº 4, a revista anunciava outro grande sarau, a realizar-se no dia 6 de novembro no Theatro São Pedro e tendo como destaque a apresentação, pela primeira vez, do poema lírico *As Máscaras*, de Menotti Del Picchia. No número seguinte, ampla reportagem dava conta do *acontecimento*, que havia tido o próprio Theodomiro Tostes no papel de Arlequim, Oscar Daudt Filho no de Pierrot, e a estrela do tro-lo-ló, Iracema Alencar, como a Colombina. Vale a pena reproduzir parte desse texto, uma vez que ele permite entrever alguns dos objetivos do “grupo”, ao promover tanto a revista, quanto os saraus.

[...] Em Porto Alegre, todas as tentativas generosas que visem intercalar na cotidianidade prosaica da vida uma expressão superior de arte e de beleza, costumam perecer de início, estarecidas, sobre a estepe gelada da indiferença geral. Os aplausos quentes que saudaram a execução do programa da nossa festa autorizam-nos a esperar um destino melhor para a longa série de tentativas audaciosas que premeditamos. [...] Talvez isto pareça pretensão, coisa escusável em rapazes que sabem prezar em todo o seu valor a virtude excelsa de serem jovens. Mas pode ser que não. Afeitos ao desporto emocionante de jogar cabeçadas contra o impossível, com a faculdade de resistência ao desânimo desenvolvida até ao exagero, na infatigável pertinácia de fazer, apesar das dificuldades quase insuperáveis de toda sorte, uma revista popular de arte e literatura, temos o direito de ousar alguma coisa mais. E era preciso tentá-lo. Uma revista por si só não bastava para a realização do nosso objetivo, que devia apresentar, reunidos, num único feixe, todo o trabalho intelectual e artístico da nossa geração. E à ação da revista escapavam todas as artes que não comportam suficiente expressão gráfica ou literária. *Madrugada* devia ter um suplemento cênico, há de tê-lo [...].

Há, nesse depoimento, um certo aspecto *bauhausiano*, digamos assim, no sentido de que um dos pressupostos da escola alemã de design era justamente a integração total das artes. Para muitos críticos do período, parecia tolo investir em teatro dentro de uma escola de arquitetura e desenho industrial, mas os idealizadores da Bauhaus (1919-1933) assim o fizeram, pois acreditavam que havia manifestações que só podiam ser verdadeiramente apreendidas pelo homem por meio da relação cênica. Não se sabe se tais idéias tinham repercussão entre os integrantes do grupo de *Madrugada*, mas é no mínimo curioso perceber a sintonia de propósitos.

¹³ Excerto do texto.

O texto acerca do grande sarau promovido por *Madrugada*, manifestando as dificuldades, mas também as vontades do grupo de ir adiante, parecia sustentar muitas outras edições. Quem, contudo, iria imaginar que aquele seria o último suspiro da revista? Quem, lendo-lhe os textos, vendo a chamada para o número especial sobre o Natal, poderia prever o seu fim iminente? Talvez apenas um leitor mais atento, observando nas primeiras páginas o reclame do próprio Sotero Cosme, oferecendo seus préstimos como professor de violino, poderia deduzir que algo não ia bem...

Oxigenando os Sentidos

No corpo da revista, os autores trataram de promover as manifestações culturais de sua geração por meio de instigantes textos e de um planejamento visual que primava pelo não convencional. A qualidade dos escritos era sem dúvida um ponto fortíssimo de *Madrugada*. Em sua terceira edição, seguindo o sucesso das reportagens do carioca João do Rio, pseudônimo de Paulo Barreto, surgiu em *Madrugada* a página *A Alma encantadora das Ruas*, numa clara referência e homenagem ao cronista falecido em 1921 e que havia mudado o modo de fazer jornalismo no país. A página trazia diminutos textos e muitas fotos do vicejante tráfego de transeuntes pelo centro de Porto Alegre, flagrando os trejeitos e ares de modernidade que respirava a capital gaúcha.

De tom geralmente jocoso, os artigos não deixavam de satirizar os hábitos provincianos da sociedade brasileira, como transparece no texto relativo à morte do astro de cinema Rodolfo Valentino:

As mocinhas cinéfilas levantaram no Rio a idéia da ereção de uma estátua a Rodolfo Valentino. Muitos rapazes invejosos farão crítica forte ou talvez brincadeiras pesadas. Nada mais injusto! [...] Criticaram as inocentes pelas missas que mandaram rezar. Ora, para que tanta dureza! Elas são religiosas, e quiseram denotar uma alma piedosa, caritativa. Ele era tão bonito! Outros dirão:

a estátua de Machado de Assis, que foi um grande cultor da nossa língua, que foi um dos nossos homens de letras mais distintos, ainda não foi levantada. Por esta elas não se importaram. Pudera! O Machado foi um escritor elegante, de um humor fino, que levantou alto a nossa literatura, mas não tinha aquele olhar do Valentino. Credo! Parece que furava a gente. Pessoas hão de dizer: a estátua do general Osório há dez anos que está para ser levantada aqui, mas não sai porque a subscrição paralisou. Ora, Osório era um general ilustre, levou muitas vezes as nossas armas à vitória, arriscou mil vezes a vida pela pátria, mas não sabia dar um beijo como Valentino. Oh, o beijo do Valentino! Como será bom nas noites de luar, no verão, enroscar os braços no pescoço da estátua. No inverno ainda melhor, porque a praça está deserta [...].¹⁴

Mas o elemento de maior impacto residia em seu tratamento visual. Colorida, impressa em papel couché e medindo 31 x 22,5 cm, variava entre 28 e 36 páginas. A capa da primeira edição, assinada por Sotero Cosme, já mostrava uma audaciosa composição: centralizada, no espaço branco da página, apenas a estilização geométrica de uma figura humana, bem ao gosto *art-déco*, em cores chapadas; no alto, o logotipo da revista, que nunca mudou. O choque da primeira edição se mostrou um padrão: nos números seguintes, sempre o fundo alvo, com uma imagem essencialmente gráfica e a levíssima logotipia. As três últimas capas (edições 3, 4 e 5) são dedicadas à figura feminina, leitora suposta da revista, a jovem urbana do *footing*. Funciona como uma espécie de espelho de uma elite seduzida pelo seu próprio retrato construído na revista modernista.

Todo o grafismo era de Sotero Cosme, inclusive a identidade visual. Num tempo em que o logotipo de capa mudava de acordo com o humor e os gostos do ilustrador, sendo adequado ao espaço de página que “sobrava”, Sotero criou uma padronização que era percebida não somente na capa, mas na página de rosto e nos rodapés, ao lado da indicação do número de página. Ao criar essa identidade, Sotero assumiu o precoce papel do designer gráfico, numa época *antes do design*, para usar a expressão de Rafael Cardoso (CARDOSO, 2005).

¹⁴ Reproduzido na página 6 da edição nº 4.

Na realidade, essa era uma prática comum às redações e editoras brasileiras. Aline Haluch, em artigo sobre o design da revista *A Maçã* (Rio de Janeiro, 1922-1929), e Julieta Costa Sobral, em ensaio sobre o J. Carlos designer, apontam essa constância (CARDOSO, 2005). O fato é que os primeiros designers gráficos brasileiros acabaram sendo os artistas plásticos contratados pelas casas editoriais para a elaboração de capas e planejamento de livros e revistas. Foi o que aconteceu com Tomás Santa Rosa, que assumiu e revolucionou, nos anos 30-40, a direção de arte da Livraria José Olympio (CARDOSO, 2005). Foi o que também aconteceu com a extinta Editora Globo, sediada em Porto Alegre. Como negar que se desenvolveu na Secção de Desenho da editora, coordenada por Ernst Zeuner, uma escola de design gráfico, lembrando que essa era formada substancialmente por artistas plásticos, a exemplo de João Fahrion, Edgar Koetz e Nelson Boeira Faedrich (GOMES, 2001; RAMOS, 2002)? Embora nascido de forma quase espontânea, sem arcos e tampouco normas, houve um padrão gráfico criado pelos artistas da Globo que influenciou a visualidade e o imaginário de toda uma geração no Rio Grande do Sul.

Em *Madrugada*, Sotero Cosme antecipou, de certa maneira, a ousadia gráfica que a Globo, nos dez anos seguintes, assumiria como uma de suas bandeiras¹⁵. O seu desenho de linhas angulosas, traço requintado e gosto orientalizante define a revista, dando forma aos personagens-síntese daqueles anos: bailarinas, palhaços, dândis, melindrosas. Da quarta edição em diante, Sotero passa a dividir o trabalho com outro

¹⁵ Foi de Sotero, inclusive, a paradigmática capa da primeira edição da *Revista do Globo*, de 5 de janeiro de 1929. O artista ainda assinou outras capas, muitas das quais feitas já no seu período parisiense, a partir de 1931.

jovem talentoso artista, João Fahrion¹⁶, nome essencial das artes rio-grandenses, há pouco citado. Assim como o que aconteceu com Di Cavalcanti e Osvaldo Goeldi, Fahrion iniciou sua trajetória como ilustrador, tendo feito carreira junto à Editora Globo. Mais tarde, foi absorvido pelo sistema das artes local, ao ser convidado a trabalhar como professor de pintura junto à Escola de Belas Artes (EBA), atual Instituto de Artes da UFRGS (RAMOS, 2002).

Cosme e Fahrion foram os artistas de *Madrugada*. A revista, no entanto, também abriu espaço para a divulgação das esculturas de Antônio Caringi e das pinturas de Libindo Ferraz e Francis Pelichek, todos com apelo regionalista e forte carga acadêmica em suas poéticas. Nesse ponto reside um paradoxo. Ora, de um lado, o magazine investia na modernização visual, claramente perceptível por meio da linha gráfica adotada e pela atuação preponderante de Cosme; de outro, sustentava a tradição, ao reproduzir obras de viés oitocentista. Essa contradição é melhor compreendida quando tomamos a conjuntura cultural do país e do Estado na época e os embates estabelecidos entre o modernismo e o sistema acadêmico vigente.

O Modernismo nos limites de *Madrugada*

Em 1922, ano da Semana de Arte Moderna, o Rio Grande do Sul preparava-se para mais um confronto armado das elites divididas entre o projeto modernizador castilhistaborgista e o ideário assisista de cunho liberallatifundiário. O ruidoso evento de São Paulo teve pouca repercussão intelectual na capital sulina, resumindo-se a raros artigos em jornais, na sua maioria condenando a “baderna” de “jovens futuristas” (LEITE, 1972). No final do mesmo ano, porém, já havia uma discreta e crescente

¹⁶ Fahrion surge na edição de nº 4 da revista, tendo produzido as capas para as edições nº 4 e nº 5. Porém, seu nome somente aparece como diretor de arte, dividindo essa função com Sotero Cosme, na edição nº 5.

movimentação em torno da nova corrente. Ao contrário da experiência paulista, não houve razão para o rompimento radical com tradições poéticas precedentes, uma vez que o Parnasianismo não havia consolidado uma escola significativa no Rio Grande do Sul, ao contrário do Simbolismo, que apontava um caminho mais natural para as questões modernistas.

Em 1925, segundo Lígia Chiappini Leite (1972), uma série de acontecimentos culturais articulados expressou o interesse por novas perspectivas de criação. Em março, foi fundado o *Diário de Notícias*, jornal que, aos poucos, agregaria o grupo modernista na sua prestigiada *Página Literária*, surgida em 1927, após a breve existência de *Madrugada*. Em 24 de maio de 1925, foi aberto o I Salão de Outono, reunindo artistas plásticos veteranos e jovens, congregando uma diversidade de estilos, do acadêmico às tendências de adesão à arte moderna. O contraste das propostas estéticas, mesmo em coexistência pacífica, provocou discussões e preferências entre a crítica, os artistas e o público. O paulista Ângelo Guido, primeiro crítico profissional na área de artes em Porto Alegre e que seria um agente importante na modernização e futura organização do sistema cultural gaúcho, avaliou o evento como uma transição entre o academicismo “e uma produção artística mais moderna, que não chegava a ser ousada” (BOHNS, 2005: 144). Em agosto, a polêmica expressa nas páginas do *Correio do Povo*, entre Paulo Arinos (pseudônimo de Moysés Vellinho) e Rubens de Barcellos, acerca de Alcides Maya (autor regionalista até então inquestionável), configura uma tentativa de redefinição da identidade rio-grandense. Naquele mesmo ano, surgiram obras significativas de caráter regionalista, como *No Galpão*, de Darcy Azambuja, e *Tropilha Crioula* de Vargas Netto, editados pela Livraria do Globo.

Quando o poeta Guilherme de Almeida visita Porto Alegre em setembro, dentro da sua turnê de divulgação do Modernismo no Brasil, encontra um grupo atualizado de escritores, conscientes e críticos em relação às propostas de renovação estética. Em sua maioria, estavam inseridos no circuito jornalístico e editorial que tinha a Livraria do Globo como referência. Theodemiro Tostes, um dos principais integrantes daquela geração, escreveu nas suas memórias:

[...] A verdade é que a turma lia tudo o que o clã literário podia importar e que os navios descarregavam por estas bandas. Um *vient-de-paraître* francês chegava com um ou dois meses de viagem. Não havia tarifas protecionistas e o livro ainda era livre e custava pouco. Daí que a turma estivesse mais ou menos a par das correntes literárias que circulavam pelo mundo. E que o chamado Modernismo (em sua versão indígena, principalmente) tenha chegado aqui como uma simpática mensagem, mas com aquele jeito usado e um tanto precário de artigo de segunda mão (TOSTES, 1989: 48-49).

A passagem de Marinetti pelo Brasil, em 1926, repercutiu em Porto Alegre por meio de artigos e comentários nos jornais e revistas. A discussão em torno do Futurismo, porém, teve o crivo do distanciamento e senso crítico, sem radicalismos. Em âmbito sulino, 1926 aponta o lançamento de um primeiro conjunto de obras modernistas¹⁷ e registra a correspondência assídua entre Augusto Meyer e Mário de Andrade. Outro marco foi o relançamento das obras de Simões Lopes Neto, acentuando o quanto o sistema literário sul-riograndense promoveu a perspectiva regionalista, defendendo a possibilidade de produzir uma literatura nacional a partir do regional (LEITE, 1978). De acordo com Lígia Chiappini Leite, que pesquisou as condições de produção desse discurso literário, os escritores do período teriam explorado a visão romântica do gaúcho, sintonizados com o discurso ideológico da Revolução de 30. Por outro lado, a obra de Simões Lopes Neto, uma década antes do modernismo, antecipara questões formais do próprio movimento, como a estilização do discurso e do foco

¹⁷ Entre elas, *Coração verde* de Augusto Meyer, *Minha Terra*, de Ruy Cirne Lima, e *Trem da Serra*, de Ernani Fornari (LEITE, 1972).

narrativo (LEITE, 1978). Havia, assim, inovação e tradição, o que fazia com que o regionalismo se mostrasse uma opção segura e adequada, amortizando os conflitos.

Em linhas gerais, pela sua curta duração, a revista *Madrugada* oferece um panorama circunstancial do movimento modernista no âmbito da literatura. Sabe-se que o apogeu do processo situa-se mais adiante, em 1928, pela profusão de publicações e, em 1929, quando Augusto Meyer lança *Poemas de Bilu*, considerada a obra mais significativa daquela fase. Mesmo assim, ao longo dos cinco números, é possível perceber as linhas mestras do Modernismo no Sul. O interesse pelo regionalismo, aliado ao intercâmbio com os países do Prata, estão expressos numa secção fixa, a *Página da Querência*, em que novos literatos como Vargas Neto e Ruy Cirne Lima dialogam com autores consagrados como Roque Callage, Alcides Maya ou Simões Lopes Neto. A influência da escola simbolista persiste na profusão de poemas publicados pela revista, em especial sob a cartola *Anthologia*, com traduções de Baudelaire, poesias de Alphonsus de Guimaraens, Alceu Wamosy e citação constante ao expoente do simbolismo sulino, Eduardo Guimaraens, amigo e contemporâneo do jovem grupo modernista porto-alegrense.

Os debates culturais na Porto Alegre dos anos 20, portanto, pareciam estar no limite entre a modernização e a manutenção de práticas e de valores estabelecidos. Essa atmosfera dúbia pairou no sistema cultural gaúcho e brasileiro, como um todo, até os anos 50, quando a proposta modernista tomou a frente. No campo das artes visuais, um dos fatores que definiu a sua consolidação foi o surgimento da Bienal Internacional de São Paulo, em 1951 (BULHÕES, 1991). *Madrugada*, tanto em seus artigos, quanto em suas opções visuais, mostra esse limbo. Ao longo de seus cinco números, expressou as

características refratárias e pouco radicais do modernismo no Estado e buscou ampliar seu público ao enfatizar a interlocução direta com as mulheres. Na liberdade editorial de uma publicação ilustrada, misturou crônica social e literatura, informação cosmopolita e aspectos regionais. Expôs, ainda, a articulação do incipiente sistema de cultura local e o quanto o exercício diletante do jornalismo era uma estratégia segura para a visibilidade dos novos grupos de escritores e artistas.

Referências

A Revista no Brasil. São Paulo: Editora Abril, 2000.

BOHNS, Neiva Maria Fonseca. Continente Improvável. Artes Visuais no Rio Grande do Sul do final do século XIX a meados do século XX. Tese de Doutorado. Porto Alegre: Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da UFRGS, 2005.

BULHÕES, Maria Amélia. *O Modernismo e as Transformações no Sistema das Artes*. In: BRITES, Blanca; CATTANI, Iceia Borsa; KERN, Maria Lúcia Bastos (org.). Modernidade – IV Congresso Brasileiro de História da Arte CBHA. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS/Instituto de Artes, 1991.

CARDOSO, Rafael (org.). O Design Brasileiro antes do Design – Aspectos da História Gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CRUZ, Cláudio. Literatura e Cidade Moderna. Porto Alegre: Instituto Estadual do Livro/EdiPUCRS, 1994.

FERREIRA, Athos Damasceno. Imprensa Literária de Porto Alegre no Século XIX. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1975.

GOMES, Leonardo Menna Barreto. Ernst Zeuner: Artista e Designer. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: Faculdade dos Meios de Comunicação Social da PUCRS, 2001.

GOUVÊA, Paulo de. O Grupo – Outras Figuras – Outras Paisagens. Porto Alegre: Instituto Estadual do Livro; Editora Movimento, 1976.

HALLEWELL, Laurence. O Livro no Brasil: sua História. São Paulo: T.A. Queiroz/Edusp, 1985.

LEITE, Lígia Chiappini. Modernismo no Rio Grande do Sul: materiais para o seu estudo. São Paulo: IEB, 1972.

LEITE, Lígia Chiappini. Regionalismo e Modernismo (O “caso” gaúcho). São Paulo: Editora Ática, 1978.

LOVE, Joseph. O Regionalismo Gaúcho. São Paulo: Edusp, 1975.

MARTINS, Ana Luiza. Revistas em Revista – Imprensa e Práticas Culturais em Tempos de República Velha (1890-1922). São Paulo: Edusp, 2001.

MEYER, Augusto. Segredos da Infância/No Tempo da Flor. Porto Alegre: Instituto Estadual do Livro; Editora da Universidade/FRGS, 1996.

MONTEIRO, Charles. Porto Alegre: Urbanização e Modernidade – A Construção Social do Espaço Urbano. Porto Alegre: EdiPUCRS, 1995.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Memória Porto Alegre – Espaços e Vivências. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1999.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. RS: A Economia e o Poder nos Anos 30. Porto Alegre: Editora Mercado Aberto, 1980.

RAMOS, Paula. A Experiência da Modernidade na Secção de Desenho da Editora Globo – Revista do Globo (1929-1939). Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da UFRGS, 2002.

SCARINCI, Carlos. A Gravura no Rio Grande do Sul (1900-1980). Porto Alegre: Mercado Aberto, 1982.

TORRESINI, Elisabeth Rochadel. Editora Globo. São Paulo: Edusp: Com-Arte; Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1999.

TOSTES, Theodemiro. Nosso Bairro – Memórias de Theodemiro Tostes. Porto Alegre: Fundação Paulo do Couto e Silva, 1989.

THORSTENBERG, Valdéria. A Tessitura da Modernidade Literária – Diário de Notícias de Porto Alegre no ano de 1925. Tese de Doutorado. Porto Alegre: Curso de Pós-Graduação em Letras da PUCRS, 2003.

TRUSZ, Alice Dubina. A Publicidade nas Revistas Ilustradas – O Informativo Cotidiano da Modernidade: Porto Alegre, anos 1920. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: Programa de Pós-Graduação em História da UFRGS, 2002.

Encontros e desencontros entre história e jornalismo: uma reflexão sobre a entrevista

Clarice Gontarski Esperança ¹

Resumo: Campos de conhecimento diversos, história e jornalismo vivem um momento de aproximação. Ele se traduz no sucesso da publicação, por jornalistas, de livros de história, e na apropriação do passado recente como objeto de estudo pelos historiadores, além do uso da entrevista. A prática da chamada história oral, no entanto, guarda diferenças muito grandes em relação à entrevista jornalística, devido inclusive ao entendimento sobre o que é fato nos dois campos. Discutir essas aproximações e esses distanciamentos é o objetivo desta comunicação.

Palavras-chave: Jornalismo, entrevista, história, história oral, interdisciplinaridade

Esta comunicação busca esclarecer pontos de contato e de distanciamento entre práticas jornalísticas e historiográficas. Como profissional com uma razoável experiência prática em jornalismo gráfico e com uma formação interdisciplinar, minha intenção é tentar compreender os pressupostos de ambos os campos no sentido de enriquecer o diálogo entre eles. Para tanto, escolhi focar um dos métodos basilares de obtenção da informação pelos jornalistas – a entrevista –, que cada vez mais é utilizada no campo da história, a partir da perspectiva da história oral.

Vivemos uma época de constantes encontros entre jornalismo e história. Pode-se apontar como indício desta tendência o interesse crescente e o sucesso de títulos de história produzidos por jornalistas, do qual a série de Eduardo Bueno iniciada com o livro *A viagem do descobrimento* é o mais flagrante exemplo. Mas há outros que ratificam esta afirmativa como *Nau capitânia*, de Walter Galvani, ou os quatro volumes sobre a ditadura militar de Elio

¹ Jornalista formada pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, mestranda do PPG em História da UFRGS. Bolsista CNPQ.

Gaspari. No campo histórico, esta aproximação aparece com o advento da história do presente, que legitimou o passado contemporâneo como objeto de estudo do historiador.

Outro sinal desta convergência é a boa receptividade encontrada por um recém-criado curso de pós-graduação com visão interdisciplinar no Rio Grande do Sul – a especialização em História, Comunicação e Memória do Brasil Contemporâneo do Centro Universitário Feevale. O que indica uma relação profícua e ansiada por uma parcela importante dos profissionais de ambas as áreas.

Mas nem sempre foi assim. Como observa Jean-Pierre Rioux, as profissões de historiador e jornalista cresceram lado a lado “e, pouco a pouco, delimitaram seus respectivos territórios numa indiferença recíproca”². O presente e o efêmero cabiam ao jornalista, que se resignava a uma crônica apressada pelos imperativos industriais da produção de seu ofício. O passado, os arquivos, a observação das permanências e das durações, o *status* de cientista pertenciam ao historiador, cuja atuação pressupunha um distanciamento maior das exigências do presente. De qualquer forma, o mesmo século XIX no qual a história afirmou-se como ciência foi o momento em que a imprensa começou a estabelecer-se como fenômeno de massas.

Tal demarcação temporal das áreas de conhecimento – que deixa entrever um certo menosprezo em relação à prática jornalística – é citada *en passant* por um dos pais da moderna teoria historiográfica, Marc Bloch, que fundou a Escola francesa dos *Annales* ao lado de Lucien Febvre. A menção ocorre quando Bloch discute justamente a relação entre passado e presente no livro *Apologia da história*, escrito em 1944, durante a II Guerra Mundial, e publicado postumamente, pela primeira vez, em 1949:

“A partir de 1830, já não é mais história”, dizia-nos um de nossos professores de liceu, que era velho quando eu era muito jovem: “é política”. Não diríamos mais hoje “a partir de 1830” – as Três Gloriosas, por sua vez, envelheceram – nem “é política”. Antes, num tom respeitoso: “é sociologia”; ou, com menos consideração, “jornalismo”. Muitos porém repetiriam de bom grado: a partir de 1914 ou 1940, não

² RIOUX, Jean-Pierre, Entre História e Jornalismo. IN: CHAUVEAU, Agnès e TÉTART, Philippe (org). *Questões para a história do presente*. Bauru: Edusc, 1999. p. 120.

é mais história. Sem, aliás, entenderem-se muito bem sobre os motivos desse ostracismo.³

Os territórios temporais começaram a ter seus limites questionados com mais vigor há algumas décadas. De um lado, os historiadores passaram a ver no presente um âmbito valioso para seus estudos. A história do presente, no entender de Rioux, “tomou emprestado e interiorizou” receitas da imprensa, ao privilegiar o “contato permanente com a exigência dos vivos e a impetuosidade do atual”⁴. Irmã gêmea da história do presente, a história oral surgiu com a adoção da prática de entrevistas pelos historiadores para alicerçar suas pesquisas. Por outro lado, jornalistas começaram a aventurar-se mais seguidamente por temas antes considerados “históricos”, aplicando sobre eles técnicas usadas para os acontecimentos contemporâneos, em especial a reportagem.

Não há como negar que esta invasão mútua por fronteiras antes aparentemente pacíficas tornou-se possível, em última instância, devido a elementos comuns nas duas práticas. Afinal, ambas elaboram uma representação escrita do passado (distante ou imediato) a partir de testemunhos, buscando um efeito de verdade. Tal qual policiais e juízes, historiadores e jornalistas localizam e dão voz às testemunhas, submetendo-as ao tribunal da história ou da mídia.

Seus trabalhos partem, porém, de pressupostos muito diversos e nem sempre bem compreendidos por ambas as partes. O principal deles é, a meu ver, o entendimento dos fatos em si.

Na definição de Nilson Lage, a notícia é “o relato de uma série de *fatos* a partir do *fato* mais importante ou interessante; e de cada *fato*, a partir do aspecto mais importante ou interessante”⁵. Portanto, antes mesmo do conceito inicial de notícia, o jornalismo se confronta com a noção de *fato*. A dificuldade e os impasses trazidos por essa necessidade de reproduzir

³ BLOCH, Marc. *Apologia da história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. p. 61.

⁴ RIOUX, *op. cit.* p. 125.

o real acontecido – os *factos* –, alimenta a discussão sobre a validade ou não da ideia de objetividade em jornalismo. Seremos, pois, capazes de sermos *fiéis aos factos*?

Na área do jornalismo, o debate a respeito da objetividade fomenta, ao menos, duas correntes: a dos adeptos da tese da mediação espaço-temporal e os construcionistas⁶. Para os primeiros, a atividade jornalística torna conhecidos do público factos reais, ou seja, o jornalismo é um espaço de mediação entre os indivíduos e a realidade⁷. Já os construcionistas defendem que “o susposto trabalho de mediação é, na verdade, um processo ativo de construção de realidade, através da notícia”⁸. A realidade é vista, por estes últimos, de dois modos: de forma fenomênica, como eventos, que motivam um segundo nível de realidade, a realidade social, uma forma ideologizada e naturalizada que é reconstruída cotidianamente⁹.

Ao contrário do que popularmente se acredita, o objeto da história não são os factos, pelos menos não os factos compreendidos na sua acepção jornalística. Um dos cavalos-de-batalha dos *Annales*, no início do século XX, foi justamente a história *evenementielle* (centrada nos eventos), como foi alcunhada a escola metódica e positivista vigente no século XIX. Em contraponto a uma história que se preocupava em identificar e estabelecer factos, surgiu uma história-problema, que enxerga o passado não como algo dado, mas sim “inventado e fabricado, com a ajuda de hipóteses e de conjeturas, através de um trabalho delicado e apaixonante”¹⁰ – o trabalho do historiador. A partir daí, tornou-se ponto pacífico nesta área do conhecimento que o historiador não só “fabrica” a história (ele não a reproduz e sim a “inventa”), bem como é por seu trabalho que surgem os documentos. O documento não

⁵ LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 1985. p. 16. Grifo meu.

⁶ GUERRA, Josenildo Luiz. O contrato fiduciário entre o jornal e o público. Paradoxos da crítica à objetividade. *Comunicação e Política*, n. s., v. 5, nº 1, p. 197-214.

⁷ *Idem, ibidem*, p. 201.

⁸ *Idem, ibidem*, p. 203.

⁹ GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide*. Porto Alegre: Ortiz, 1989 *apud* GUERRA, J. *op.cit.* p. 205.

¹⁰ FEBVRE, Lucien. Exame de consciência de uma história e de um historiador. In: _____. *Combates pela história*. Lisboa: Editorial Presença, s/d. p. 23.

o é em si, ele assim se torna pela ação do historiador. Nas palavras de Paul Veyne, “o fato é o que o fazemos ser”¹¹.

Portanto, é senso comum na teoria historiográfica atual dizer que o *fato* é algo constituído, em seus contornos, pelo homem. E pelo homem histórico, marcado pelos limites e possibilidades de sua época. Assim, se o passado é algo, que por definição, não muda mais, dele só tomamos conhecimento a partir de suas diferentes “interpretações”, que estão sempre em modificação. Estudar o suicídio de Getúlio Vargas é muito mais do que definir a marca do revólver cuja bala acertou seu peito, a que hora exata, o local preciso. É preciso compreender como este *fato* foi constituído historicamente e de forma diversa em diferentes épocas, e como esta constituição deixa entrever o modo de pensar, as relações sociais e econômicas, os sistemas de valores, ou seja, buscar significados a partir do diálogo entre as evidências empíricas e as referências teóricas.

Assim, não há diferença de *status*, para um historiador, entre *fato* e versão. Toda a versão – mesmo “mentirosa” – é também *fato*.

Esta diferença de concepção se torna flagrante no âmbito da prática, por ambas as áreas, de uma mesma sistemática: a entrevista, ao mesmo tempo instrumento de produção dos documentos na história oral e alicerce do trabalho jornalístico. Buscando primeiramente as semelhanças, podemos dizer que, sob as duas óticas, trata-se de uma produção de conhecimento por meio da relação entre, basicamente, duas pessoas: quem pergunta e quem responde. Tais papéis obviamente, não são estanques. Isso se deve ao caráter dinâmico da entrevista, que é uma experiência com repercussões claras sobre a subjetividade do historiador e do jornalista.

É na forma como essa relação se estabelece ou como ela é compreendida que, me parece, se pode buscar as primeiras especificidades de cada área. A percepção da entrevista para um

¹¹ Citado por KRAVETZ, Marc. Os jornalistas “fazem” a história. In: Duby, G. *História e nova história*. Lisboa: Teorema, s/d. p. 106.

jornalista integra sua experiência cotidiana. O repórter a entende como um meio de acesso a uma informação, que tem como que um guardião: o entrevistado. Cabe ao profissional, através do contato com a fonte, *extrair* a informação e divulgá-la.

Esta concepção fica clara quando alguns dos mais conhecidos jornalistas brasileiros, talentosos entrevistadores, falam sobre seu trabalho. Segundo Armando Nogueira, por exemplo, “a entrevista é um verdadeiro duelo que você trava com o entrevistado”, e o objetivo do repórter é “tentar extrair a verdade dele”¹². Ricardo Kotscho coloca o contato com a fonte nos termos de “uma arte da conquista”, porque “o entrevistado tem que ser conquistado para dizer aquilo que você quer saber”¹³.

Campo predominantemente prático, o jornalismo obedece, no entanto, a critérios narrativos definidos e onipresentes: atualidade, universalidade, periodicidade e difusão, que são assim explicados por Cremilda de Araújo Medina:

Por mais ambição de historiador que tenha o entrevistador, ele estará implicado em *tocar o presente* (atualidade); por mais psicólogo que queira ser diante de um interlocutor confessional, ele terá de se ater a traços significativos para muitas outras pessoas que, na *comunicação anônima*, se identifiquem com o entrevistado (universalidade); por mais profundo que queira ser no tempo e no espaço, tal qual um artista ao pintar seu modelo, não poderá se desvincular do timing “24 horas ou menos” (periodicidade); e por mais vanguardista que seja, seus ímpetos de ruptura artística não poderão colidir com a legibilidade da comunicação coletiva (difusão).¹⁴

Desta forma, a prática jornalística procura adequar imediatamente a palavra da fonte a modelos narrativos e mentais a partir mesmo da própria entrevista, enquadrando-o numa expectativa. Quase instintivamente, o profissional tenta adequar as linhas gerais do depoimento a um molde construído a partir de “concepções culturais prévias do que é notícia”, conforme notou Robert Darnton¹⁵. Tal paradigma serve-se, no entender do historiador norte-americano (que teve uma breve experiência como repórter do *The New York*

¹² CRIPPA, Marcos (org). *Entrevista e ética. Uma introdução*. São Paulo: Educ, 1998. p. 16.

¹³ *Idem, ibidem*, p. 92.

¹⁴ MEDINA, Cremilda de Araújo. *Entrevista – O diálogo possível*. São Paulo: Ática, 1990. p. 19. Grifos da autora.

¹⁵ DARNTON, Robert. Jornalismo: Toda notícia que couber a gente publica. IN: *O beijo de Lamourette – Mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990. p. 96.

Times), de modelos antigos de contar histórias, inspirados na cultura popular. Os elementos valorizados pelo jornalista em seu relato dos *fatos* bebem em formas de narrar arcaicas, que são cada vez mais renovadas estilisticamente, porém mantendo o caráter de estereótipo, facilmente assimilável pelo leitor.

A entrevista jornalística pressupõe assim, de modo geral, um controle estrito do entrevistador sobre a fonte. Controle que possibilita não só enquadrar o relato do entrevistado nos modelos narrativos adequados à sua larga difusão, assegurando uma comunicabilidade, mas que é também requisitado pelas condições materiais da profissão e sua inserção na indústria de massa. Para o repórter americano Hugh Sherwood, a entrevista precisa ser “produtiva” e é lícito um jornalista forçar uma declaração “fundamentada”.¹⁶ Especializado em reportagem investigativa, o brasileiro Gilberto Nascimento afirma que não hesita em interromper o entrevistado em caso de divagações: “Falo que ele está desviando, fugindo do assunto e que aquela não é a resposta para o que eu perguntei”¹⁷.

Este é um pressuposto completamente diverso do da história oral. Neste campo, a entrevista não visa *extrair* uma informação de uma fonte, mas *construir um documento sobre um passado* . Um documento a ser produzido oralmente, de forma controlada, com um distanciamento razoavelmente racional que lhe assegure credibilidade científica. O historiador entende que, na fala da testemunha, o que se passou é elaborado pela memória; é ela o fio que liga o ontem e o hoje, o que insere o depoimento numa temporalidade específica. Esta reconstrução torna a memória um ponto de partida obrigatório para que se inicie a reflexão teórico-metodológica da história oral¹⁸, hoje muito abundante.

Instância privilegiada ao estudo da memória, o depoimento oral também é visto como um caminho capaz de revelar *muito mais significados do que eventos* , conforme Alessandro

¹⁶ SHERWOOD, Hugh. *A entrevista jornalística* . São Paulo: Mosaico, 1981. p. 79.

¹⁷ CRIPPA, *op.cit.* , p.37.

¹⁸ AMADO, Janaína e FERREIRA, Marieta de Moraes, Apresentação. In: Idem. *Usos e abusos da História Oral* . Rio de Janeiro: FGV, 1996. p. XV.

Portelli¹⁹. Os valores, crenças e interpretações relacionadas a um determinado acontecimento seriam assim fatos históricos, tão *reais* quanto o que aconteceu concretamente. Em tal perspectiva, silêncios, esquecimentos, divagações e inclusive a inclusão de elementos comprovadamente falsos (no sentido factual) num relato oral podem se transformar em pistas reveladoras de influências culturais remotas, de medos não-confessados, de rejeições do grupo social. Os significados são fornecidos não só pelas palavras, mas também pela própria construção da narrativa, os caminhos pelos quais se conta o que se fez ou o que se pensa que se fez. A subjetividade do entrevistado é, pois, o fator fundamental.

Danièle Voldman afirma que o historiador deve saber que o “não-dito, a hesitação, o silêncio, a repetição necessária, o lapso, a divagação e a associação são elementos integrantes e até estruturantes do discurso e do relato”²⁰. Para Chantal de Tourtier-Bonazzi, não se deve impedir a testemunha de perder-se em digressões e tampouco insistir quando o depoente evita uma recordação dolorosa²¹. Se a postura jornalística se permite um controle e até uma pressão sobre o entrevistado, no sentido de tirar dele as informações que se deseja, o historiador busca deixar o diálogo com o depoente aberto a suas divagações e a seus desejos.

Estes caminhos diversos saltam aos olhos, porque, como já ressaltamos, são muitas as intersecções entre os trabalhos de jornalistas e de historiadores atualmente. Ao analisar aproximações e afastamentos das biografias produzidas por estes dois tipos de profissionais, por exemplo, o historiador Benito Bisso Schmidt estranha que Fernando Morais, autor de *Chatô*, não investigue os locais e mecanismos de produção do depoimento. Para o historiador, o jornalista, dessa forma, “não leva em conta os complexos processos de recriação do passado, das relações entre o lembrar e o esquecer, que marcam o funcionamento da

¹⁹ PORTELLI, Alessandro. O que torna a história oral diferente. *Projeto História*, São Paulo, nº 14, fevereiro de 1997, p. 31.

²⁰ VOLDMAN, Danièle. Definições e usos. In: AMADO, Janaína e FERREIRA, Marieta (org), *op. cit.* p. 38.

²¹ TOURTIER-BONAZZI, Chantal de. Arquivos: propostas metodológicas. In: *Idem, Ibidem*; p. 234.

memória”²². É difícil para um historiador entender que a maioria dos jornalistas busca o passado como *aquilo que ocorreu*, e acredita que chegará a ele por meio da inquirição cuidadosa da fonte, pelo levantamento minucioso dos detalhes, pela atenção à verossimilhança do relato e pelo cruzamento de dados. É um desafio para os jornalistas compreenderem que os historiadores vêem o passado rememorado oralmente não como o relato de *algo que ocorreu*, mas como uma reconstrução do passado feita no presente, a partir de uma narrativa que tenta estabelecer uma lógica e uma explicação para a experiência e cuja análise dá pistas sobre os valores de uma sociedade e de um tempo.

Sendo a relação estabelecida com a pessoa entrevistada e a própria apreensão do depoimento tão diversa, a fase de transcrição guarda ainda mais distanciamentos. No cotidiano do trabalho jornalístico não é apenas permitido, mas recomendado “arrumar” o depoimento, corrigindo eventuais erros de português ou redundâncias praticadas por entrevistados na fala. Em entrevistas publicadas em jornais no estilo pingue-pongue, muitas vezes a ordem das questões é alterada na transcrição, para facilitar o entendimento.

Como todos nós sabemos, o gravador também não é o instrumento inevitável em uma entrevista jornalística. Boa parte delas, principalmente em jornalismo gráfico, ainda é feita hoje somente com o auxílio do bloco de notas e da memória do repórter. Conheço repórteres mais antigos que fazem longas entrevistas e depois as publicam em estilo pingue-pongue só usando a memória e alguma anotação.

Por outro lado, a história oral só se desenvolveu depois do advento do gravador. Os historiadores discutem formas de *trair menos* a fala na sua transposição para o papel, discutindo se é adequado ou não manter interjeições literais ou como representar as simbologias narrativas da narrativa oral na linguagem escrita. Portelli ressalta, por exemplo, que o necessário uso de sinais de pontuação já insere o discurso “dentro de regras gramaticais

²² SCHMIDT, Benito Bisso. Construindo Biografias... Historiadores e Jornalistas: Aproximações e Afastamentos. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, vol.10, nº 19, 1997, p. 9.

e lógicas não necessariamente seguidas por ele”²³. Alguns autores, como José Carlos Sebe Bom Meihy, defendem a transcrição como solução para o texto final do depoimento, que consiste em, por exemplo, eliminar repetições e palavras sem peso semântico, preservando o sentido deste depoimento²⁴.

Diante de tantos estranhamentos, é lícito perguntar: o que temos de comum, afinal de contas? Talvez uma busca em relatar fatos, sejam eles entendidos desta ou daquela forma. Talvez compartilhemos uma relação mal resolvida com a verdade e outra com a literatura. Devo confessar que não sei a resposta definitiva.

Mas gostaria de encerrar esta comunicação lembrando a experiência de um jornalista que nunca se adaptou aos limites estreitos da busca pela notícia e que teve uma convivência próxima com a história oral. Não era, por certo, a história oral praticada hoje pelos historiadores, mas uma outra história oral.

Num mundo onde a produção de uma reportagem se conta em horas, Joseph Mitchell chegou a levar dois a três anos para escrever certos artigos na revista *New Yorker*, na década de 50. Ao cuidado extremado com o texto e a um padrão de convívio íntimo com suas fontes, Mitchell acrescentava a observação minuciosa do mundo material. Em suas matérias, falava de sensibilidades, humores, afetos. “A descrição do que ia dentro das pessoas sempre foi o que mais lhe interessou”²⁵, escreveu sobre ele o cineasta documentarista João Moreira Salles.

Em 1938, Mitchell conheceu Joe Gould, um graduado por Harvard que havia se tornado um boêmio maltrapilho em Nova York. Logo Gould tornou-se o principal personagem de Mitchell. Certa vez, ouviu-o durante 10 horas seguidas. Gould dizia estar produzindo há 26 anos um livro monumental chamado “Uma história oral de nossa época”, cujos originais eram três centenas de cadernos escolares que conteriam milhares de

²³ PORTELLI, *op. cit.*, p. 28.

²⁴ MEIHY, José Carlos Sebe Bom. *Manual de História Oral*. São Paulo: Loyola, 2002. p. 232-240.

²⁵ SALLES, João Moreira. O homem que escutava. In: MITCHELLS, Joseph. *O segredo de Joe Gould*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003. p. 150.

depoimentos colhidos de pessoas comuns. Contava ter sido despertado pela necessidade de escutar pessoas pelas ruas da cidade por uma frase de W.B. Yeats²⁶. No futuro, afirmava Gould, sua história seria estudada por críticos e sábios.

Mas as suas andanças guardavam um grande segredo. A relação entre o repórter e o boêmio rendeu duas belas reportagens, com 20 anos de diferença. A segunda, publicada depois da morte de Gould, revelou o segredo de sua vida e de sua história oral, encerrando como epílogo a relação destes dois homens que dedicaram suas vidas a escutar.

No texto que escreveu sobre Mitchells, Moreira Salles definiu sua forma de entrevistar:

(...)nossa idéia de entrevista está irremediavelmente comprometida pela noção que temos da entrevista jornalística, o repórter aproximando-se do entrevistado munido de uma pauta específica de perguntas, cada qual feita com o propósito de elucidar determinado aspecto do mundo em questão. Nesse modelo, o entrevistador está à procura de respostas exatas; a entrevista é um espelho de suas dúvidas. Mitchell não trabalhava assim. Não buscava nenhum fato específico, não queria nenhum tipo de precisão. Não era detetive. Era um curioso.²⁷

Com esta história e esta citação, quero ressaltar justamente a importância da *curiosidade*, essencial no diálogo, na entrevista, na construção do documento oral, na produção do jornalismo e, por que não, na pesquisa científica. Talvez seja ela o que mais aproxima historiadores e jornalistas.

Bibliografia:

AMADO, Janaína e FERREIRA, Marieta de Moraes. *Usos e abusos da História Oral*. Rio de Janeiro: FGV, 1996.

BLOCH, Marc. *Apologia da história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

²⁶ Conforme reproduzido em MITCHELLS, *op.cit.*, p. 58: “A história de uma nação não está nos parlamentos e nos campos de batalha, mas no que as pessoas dizem umas às outras em dia de festa, e na maneira como trabalham a terra, como discutem, como fazem romaria”

²⁷ *Idem, ibidem*, p. 151.

CAPUTO, Stela Guedes. *Sobre entrevistas – teoria, prática e experiências*. Petrópolis: Vozes, 2006.

CHAUVEAU, Agnès e TÉTART, Philippe (org). *Questões para a história do presente*. Bauru: Edusc, 1999.

CRIPPA, Marcos (org). *Entrevista e ética. Uma introdução*. São Paulo: Educ, 1998.

DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette – Mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

FEBVRE, Lucien. *Combates pela história*. Lisboa: Editorial Presença, s/d.

GUERRA, Josenildo Luiz. O contrato fiduciário entre o jornal e o público. Paradoxos da crítica à objetividade. *Comunicação e Política*, n. s., v. 5, nº 1, p. 197-214.

KRAVETZ, Marc. Os jornalistas “fazem” a história. In: Duby, G. *História e nova história*. Lisboa: Teorema, s/d.

LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 1985.

MEDINA, Cremilda de Araújo. *Entrevista – O diálogo possível*. São Paulo: Ática, 1990.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom. *Manual de história oral*. São Paulo: Loyola, 2002.

MITCHELLS, Joseph. *O segredo de Joe Gould*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

PORTELLI, Alessandro. O que faz a história oral diferente. *Projeto História*, São Paulo, PUCSP, nº 14, fev. 1997, p 25-39.

SCHMIDT, Benito Bisso. Construindo Biografias... Historiadores e Jornalistas: Aproximações e Afastamentos. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, vol.10, nº 19, 1997, p. 3-21.

SHERWOOD, Hugh. *A entrevista jornalística*. São Paulo: Mosaico, 1981.

TV Educativa, Canal 3: desafios à implementação da televisão pública em Alagoas

Clayton Santos ¹

Resumo: O artigo “*TV Educativa, Canal 3: Desafios à Implementação da Televisão Pública em Alagoas*” buscar traçar um perfil do sistema público estatal alagoano de rádio e televisão, em especial da TV Educativa. Reunido em uma autarquia do Poder Executivo Estadual – Instituto Zumbi dos Palmares (IZP) – um sistema público de rádios AM e FM e uma emissora de televisão foi estruturado pelo governo alagoano. Focado no caso da TV Educativa, este artigo reflete sobre questões referentes à implementação desta emissora em Alagoas, a partir de desafios em relação à gestão e a produção de conteúdo noticioso para a televisão do complexo estatal. Como considerações finais, aponta-se a necessidade de repensar o modelo de televisão pública implantado em Alagoas, a fim de que este alcance seus objetivos de desenvolver o estado, seja sócio-educacional, seja culturalmente.

Palavras-Chave: Alagoas; Televisão; Televisão Pública; IZP; TV Educativa.

Alagoas é um Estado pobre. Em pouco mais de vinte e oito mil quilômetros quadrados arruma-se quase um milhão de habitantes. Para bem dizer, não se arruma: na praia há charco, mosquito, sezão; na catinga há seixo, cardo, fome. Entre as duas zonas aperta-se a mata, com algodão e cana-de-açúcar, mas aí não se consegue terra facilmente, o salário é baixo – e para lá das cancelas o despotismo do proprietário vale o mosquito e os cardos juntos. Em toda a parte o amarelão – desânimo, gordura fofa. Homens cor de cera, indecisos entre a vida e a morte; raparigas velhas, uns cacos de mulheres na adolescência; meninos ramelosos, de pernas finas como cambitos, barrigas enormes, grávidas de lombrigas. E muita porcaria: falta de água no sertão, excesso no litoral, o solo empapado, lama. Nessa penúria, os que têm restos de energia emigram; outros olham os pontos cardeais, esperando um milagre.

Graciliano Ramos

O histórico da monocultura canavieira aliado à herança patriarcal-escravocrata originou a Alagoas atual, repleta de desigualdades sócio-culturais e econômicas. Passado de desenvolvimento limitado que se reflete hoje, principalmente, em um desempenho pífio no campo da educação, configurando uma das maiores dívidas sociais alagoanas. Dados revelados pela pesquisa Radar

¹ Jornalista (UFAL/99) e Mestre em Ciências Sociais (PUCSP/03). Repórter da TV Educativa de Alagoas, professor de Telejornalismo da UFAL e de Teoria da Comunicação da ESAMC/AL.

Social 2005 do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), mostram o estado com os mais altos índices de analfabetismo do Brasil: 17,5% da população alagoana branca de 15 anos de idade ou mais e residente em áreas urbanas era analfabeta, contra média nacional de 5,7%. Entre a população negra nesta faixa etária e moradora nas mesmas áreas, o número era ainda mais grave, chegando a 26,6% contra média nacional de 12,9%.

Neste cenário, são de extrema importância iniciativas de inclusão social, que promovam, sobretudo, a mobilização, a conscientização e a autonomia dos quase 3 milhões de alagoanos. E como veículo tido como de grandes audiências, supõe-se que a televisão pode ser vista como uma das protagonistas neste processo. Com base neste princípio e mesmo diante de alegadas dificuldades financeiras, o Governo de Alagoas vem estruturando desde 2001 um sistema público de rádio e televisão, aglutinando veículos novos e alguns à época já em funcionamento em uma autarquia vinculada ao Poder Executivo Estadual.

Denominado Instituto Zumbi dos Palmares (IZP)², o órgão foi criado pela Lei Estadual nº 6.224 de 8 de janeiro de 2001, sendo atrelado à Secretaria Executiva de Educação. Atualmente o IZP conta com 3 rádios FM, sendo uma na capital e duas no interior (Rádios Educativa FM Maceió, FM Arapiraca e FM Porto Calvo), uma rádio AM (Rádio Difusora, emissora existente há 57 anos e integrada ao instituto em 2001) e uma emissora de televisão, a TV Educativa (TVE), canal 3 VHF (e canal 33 pelo sistema local de TV a cabo Big TV). Também faz parte do Instituto um teatro batizado com o nome da atriz alagoana Linda Mascarenhas.

Há décadas Alagoas obtivera concessão para instalação de uma emissora de televisão pública com fins educativos, sendo que em 1984 a TV Educativa foi lançada no estado, retransmitindo a programação da então TVE do Rio de Janeiro, mas logo saindo ar. Entretanto, em quase 17 anos o mínimo ou quase nada foi feito, mas a situação começou a se reverter com a estruturação do IZP e a determinação governamental de implementar uma política de comunicação pública e para o grande público. Em menos de 5 anos, as rádios FM e AM da capital ganharam

² Site disponível em <http://www.izp.com.br>.

prédios e equipamentos novos. Em um processo de expansão, duas outras emissoras Educativa FM foram lançadas e estão em pleno funcionamento no interior do estado.

Mas a grande inovação se deu com a consolidação do projeto da TV Educativa de Alagoas. Os equipamentos que antes se deterioravam, mesmo hoje ainda em muito defasados, ganharam utilidade. A emissora passou a ocupar prédio e estúdio novos, contar com veículos e, principalmente, com dotação orçamentária própria³. Até 2004 a emissora estatal empregava mão-de-obra entre pessoal de apoio, técnicos, e jornalistas contratados pela administração estatal em cargos de comissão, sendo que a partir de julho do mesmo ano todo o corpo funcional do IZP – leia-se rádios e televisão – passou a ser efetivo. Um concurso público para 333 vagas selecionou servidores⁴, de auxiliares de serviços gerais a maquiadores, repórteres e apresentadores de televisão. Grande parte dos aprovados já foi nomeada e empossada.

Atualmente, um ano e meio após estas alterações estruturais, a TV Educativa produz programas jornalísticos e um telejornal diário. O sinal da emissora ainda é deficitário e não atinge toda a cidade de Maceió, capital do estado, que se aproxima dos 1 milhão de habitantes. No interior, cidades de grande porte para os parâmetros alagoanos como Arapiraca, no agreste, e Delmiro Gouveia, às margens do rio São Francisco, recebem o sinal de forma precária. Deficiência técnica que reiteradas vezes o Governo do Estado promete reparar e que até o momento continua a impedir a melhor recepção e conhecimento do canal por parte dos maceioenses e demais alagoanos.

Entre os principais programas produzidos, a maioria semanal, estão o Escola Viva, com entrevistas e reportagens sobre educação infantil, ensinos médio, fundamental e superior; Balançando o Ganzá, nos moldes de mini-documentários sobre folguedos alagoanos como Guerreiro, Coco de Roda e Pastoril; Matéria Assinada, informativo com reportagem temática de assuntos variados; Informação Direta, espécie de *talk show* diário; e o telejornal Última Edição, que vai ao ar das segundas às sextas-feiras às 21:40 horas, propondo-se a fazer um resumo dos fatos do

³ De acordo com a presidência do IZP, na Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) do Estado de Alagoas estão destinados a todo o Instituto, para o ano de 2006, recursos na ordem de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais). As despesas mensais de custeio do Instituto giram em torno de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

⁴ Registre-se aqui grande pressão exercida à época pela Procuradoria Regional do Trabalho de Alagoas. Em se tratando de autarquia vinculada ao Poder Executivo Estadual, entendeu a Procuradoria que o IZP deveria contratar funcionários unicamente pelo regime estatutário, mediante realização de concurso público.

dia, de acordo com critérios mistos entre os de *noticiabilidade*⁵ do jornalismo diário e os apregoados pela visão do *jornalismo público*⁶.

Programas que dispersos na programação do canal fazem com que a maior parte das produções veiculadas seja oriunda das “cabeças de rede” do sistema público brasileiro de televisão. Desta forma, por meio da TV Educativa de Alagoas, a TV Cultura de São Paulo e a TVE Rede Brasil do Rio de Janeiro são vistas em canal aberto, por quem consegue captar o sinal da emissora local. Programas como Sem Censura, Observatório da Imprensa e Roda Viva podem ser vistos no canal 3, além de telejornais e dos infantis – e talvez os que mais sucesso fazem de toda a programação da emissora.

De fato, como Graciliano Ramos advertira, Alagoas é um estado pobre. O maior jornal em circulação, a Gazeta de Alagoas da família Collor, alcança tiragem média nas edições de domingo de aproximadamente 40 mil exemplares, o que é pouco em se traçando um paralelo com o número local de habitantes. As baixas taxas de alfabetização e o restrito acesso à mídia impressa fazem do rádio e da televisão veículos extremamente presentes no cotidiano da sociedade, inclusive das comunidades localizadas no interior, mas que têm acesso, mesmo com limitações localizadas, ao sinal de emissoras comerciais. Neste cenário, Alagoas possuir um sistema público de rádio e televisão é motivo de orgulho, e o discurso oficial aponta as rádios e a televisão pública como instrumentos auxiliares de emancipação sócio-cultural e, por tabela, política.

Mas o relativo avanço em termos de novas opções para ouvintes e telespectadores exige posturas de reflexão. E isto é posto porque se por um lado a criação e estruturação da TV Educativa,

⁵ “[...] A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas –, para adquirir a existência pública de notícia. Tudo o que não responde a esses requisitos é “selecionado”, uma vez que não se mostra adequado às rotinas de produção e aos cânones da cultura profissional: não conquistando o estatuto público de notícia, permanece simplesmente um evento que se perde na “matéria-prima” que o aparato informativo não consegue transformar e que, portanto, não deverá fazer parte dos conhecimentos de mundo, adquiridos pelo público por meio da comunicação de massa” (WOLF, 2003, p. 195-196).

⁶ “Trata-se de buscar uma programação própria e alternativa que não priorize os critérios da lógica de mercado, mas, que assuma a defesa do interesse público em que esteja a serviço da promoção da cidadania. Para tanto, a prática do jornalismo exige novos parâmetros, mais voltados à reflexão permanente dos critérios éticos de formulação da notícia. A esse conjunto de procedimentos deu-se o nome de Jornalismo Público, conceito adequado a uma emissora não-comercial, capaz de tratar os temas da nossa realidade de uma forma mais questionadora, reflexiva e, ao mesmo tempo, conseqüente e responsável, sem as imposições imediatistas da ditadura da audiência. No momento em que se questiona a qualidade da Televisão Brasileira, optamos por uma programação que faça sentido inverso ao baixo nível verificado. Assim, educar, entreter e informar compõem uma missão única e homogênea, tanto do ponto da qualidade quanto dos valores éticos a serem promovidos pela Televisão Pública” (PASSOS, 2002, p. 5).

independentemente de motivações políticas, é conquista comunicacional e cultural de todo os alagoanos, por outro tal empreendimento enfrenta desafios ao seu desenvolvimento e real inserção na sociedade local. Ao optar pelo modelo autárquico-estatal, ao se propor a contribuir para a mudança de uma situação social em muitos pontos adversa, e ao buscar a disseminação de suas mensagens em uma perspectiva de *agendar*⁷ o debate público com foco em temáticas regionais e no enalço de um *jornalismo público*, a TVE, simultaneamente, entra em uma condição de eterno retorno. A fundação do IZP fecha um ciclo rumo ao fortalecimento da comunicação pública, embora, mais robusto, o Instituto revela-se em mazelas, estas capazes de retardar o alcance das metas de comunicação pública estabelecidas.

Entre os desafios deste processo que objetiva converter a TV Educativa na televisão dos alagoanos, no mínimo uma dupla se apresenta de maneira mais acentuada: os referentes à gestão administrativa, financeira e de pessoas do IZP, e em primeiro plano da TV Educativa; e os relativos à produção do conteúdo noticioso, fato intrinsecamente ligado aos conceitos de jornalismo arraigados nos jornalistas e na cultura profissional destes, aliado as suas rotinas produtivas. Perspectivas que necessitam olhar crítico, já que constatáveis em um estado brasileiro no qual as condições sociais são em muito frágeis quando comparadas às de outras unidades da federação. Mais ainda, que requerem observância se a meta é fazer uma televisão, como a publicidade da mesma alardeia, “*com a cara e o jeito de Alagoas*”.

Desafios à Gestão – No IZP e na TV Educativa, os aspectos referentes à gestão administrativa, financeira e de pessoas, principalmente diante das peculiaridades e dinamicidade exigidas por uma emissora de televisão, constituem-se em desafios iniciais à implementação do sistema público alagoano de teledifusão. E neste horizonte, a adoção do modelo autárquico pelo órgão criador do Instituto – o Governo do Estado de Alagoas – representa um primeiro desafio ao pleno alcance dos ideais almejados pelo complexo comunicacional. Ao optar por instituir um

⁷ “As pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula. É o que sustenta a hipótese do agenda setting. Trata-se de uma das formas possíveis de incidência da mídia sobre o público. É um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá” (BARROS FILHO, 2003, p. 169).

organismo autárquico para gerenciar e executar os serviços de suas rádios e televisão, o estado deu um significativo passo rumo à consolidação do sistema, mas, paralelamente, fomentou de forma inconsciente o engessamento de uma estrutura que exige maior flexibilidade para o efetivo cumprimento de suas metas.

Como autarquia, o IZP foi criado por lei, somente por lei podendo ser extinto, tendo seu funcionamento regulado por decreto governamental. E como autarquia, sua imagem, mesmo estando situada no movimento rumo à descentralização dos serviços públicos por parte do governo, é a mesma do governo, compartilhando com este a sua própria face. Ou seja, trata-se de um organismo do serviço público, integralmente estatal, mantido em princípio por dotação orçamentária do Poder Executivo e sujeito às limitações administrativas instituídas por este mesmo poder público, que se alterna ainda como gestor supremo, norteador de ações em nível macro e, sobretudo, provedor técnico, material e financeiro.

Mesmo criada para executar atividades de fins específicos, a autarquia IZP deve se submeter em última escala ao chefe do Executivo Estadual. Ora, é fato que a natureza de gerenciamento dos veículos de comunicação diante de características como fatores políticos e imaterialidade do produto final – cultura e informação –, necessidade constante de inovações tecnológicas ou possibilidade de direcionamento político-ideológico, entre várias outras, requer estruturas capazes de dar respostas ágeis às mais variadas demandas impostas cotidianamente. E o caso da TV Educativa mostra que mesmo com ares de descentralização do serviço público, o modelo estatal do IZP é incapaz de responder com maleabilidade a estas questões, tanto circunstanciais quanto constantes.

Estatizado, há ocasiões nas quais o IZP se torna refém da burocracia e da tendência à lentidão próprias do organismo público brasileiro. Acordos, contratações, compras, parcerias e iniciativas individuais ou coletivas, pelo regime adotado, podem enfrentar obstáculos legais e administrativos. Necessário pontuar que tais restrições podem ser vistas sob o crivo da necessária preservação de direitos e objetivam, em tese, à defesa do patrimônio público material e intelectual.

Portanto, não se trata de aqui fazer apologia à amplificação do neoliberalismo privatizador, ao mito da livre concorrência privada, ou mesmo às supostas vantagens gerenciais e representativas encontradas por setores da sociedade articulados no chamado Terceiro Setor. Mas, é importante que a televisão pública tenha condições de, alinhada ao ordenamento legal e de acordo com suas prerrogativas sociais, educativas e culturais, garantir modelos mais autônomos e eficazes de gestão.

Mas, infelizmente, a estrutura do Estado, não só alagoano como brasileiro, não imprime este ritmo. Daí a TV Educativa ser exemplar de situações as mais excêntricas: abastecimento de carros de reportagem do IZP, em sua maior parte, feito no único posto de combustível pertencente ao governo; movimentos de profissionais da televisão para a não veiculação da produção local nos feriados e finais de semana, uma vez que o pagamento de adicionais por horas-extras não está regularizado; nomeações de funcionários, novos ou em substituição a exonerados, somente após a vagarosa publicação de decreto no Diário Oficial do Estado, assinado pelo governador.

Ainda em virtude do modelo adotado, o IZP deve contratar funcionários mediante realização de concurso público de provas e títulos, ou somente de provas⁸, salvo em casos de contratação por prazo determinado ou diante da alegação de excepcional interesse público. Portanto, no caso do IZP, seus funcionários são servidores públicos estaduais, estando sujeitos ao cumprimento dos trâmites e restrições legais, e tendo direito aos direitos conferidos aos trabalhadores do regime jurídico estatutário civil estadual.

Acreditar que o modelo estatizante tradicional é o melhor a ser adotado quando o objetivo é materializar e responder às inúmeras demandas da população significa limitar o potencial de presença e articulação do Estado junto à sociedade. O caso da TV Educativa de Alagoas é sintomático deste dilema: ao apostar no modelo autárquico, o estado julgou ser este o mais apropriado a implementar as iniciativas capazes de fazer funcionar o sistema público alagoano de televisão.

⁸ O concurso de 2004 foi realizado por instituição pernambucana, sendo unicamente de provas, e para alguns cargos – determinadas funções técnicas como operadores de equipamentos de áudio e vídeo – exigiu-se testes práticos. Embora sejam desconhecidas irregularidades ou fraudes, a metodologia do concurso suscitou debates e questionamentos entre os profissionais alagoanos, devido a não ocorrência de exames práticos para cargos como repórteres, apresentadores de televisão ou cinegrafistas.

Só que a experiência vem apontando que o formato da Administração indireta via autarquia não é o melhor para a gestão da emissora, assim como dos demais veículos do IZP. Apesar dos avanços que o sistema público de comunicação conquistou nesta década – extremamente válidos e significativos, registre-se –, o molde autárquico que o viabiliza é o mesmo que neste caso específico vem reduzindo a capacidade de desenvolvimento do órgão. Como resultados, para além dos já apontados, surgem contingenciamentos nos repasses ou limitações nos recursos investidos no Instituto pelo Executivo, fazendo a televisão operar com precariedade em se tratando de equipamentos para captação, edição e transmissão de imagens.

Escassez de verba que se converte em obstáculo à gestão do IZP rumo, especialmente, à expansão do sinal da emissora para outras regiões do estado além da Grande Maceió. Na capital, bairros inteiros não conseguem receber o sinal da TV Educativa, fazendo com que a televisão dos alagoanos seja desconhecida de muitos conterrâneos, especialmente os moradores das periferias ou os pertencentes a faixas menos favorecidas da população. Por restringir a finalidade lucrativa e por ter objetivos educativos, a emissora é impossibilitada de comercializar, na forma tradicional, espaços em sua grade programação⁹, assim como fazem as televisões abertas comerciais. Este expediente, que poderia se converter em verba a ser revertida em investimentos para a própria emissora, restringe a capacidade de aporte de capital no Instituto.

Submetidos aos desígnios do Executivo Estadual, o gerenciamento do IZP e da TV Educativa se tornam vulneráveis às ingerências políticas verificáveis em menor ou maior escala na gestão da máquina pública nacional. Descentralizada do Estado, mas atrelada a este, a emissora corre o risco de ficar a reboque do jogo político da situação atual e futura, com cargos de comando suscetíveis de serem preenchidos por critérios de indicação – nem sempre técnicos – como chefias, diretorias e presidência. Por outro lado, a manutenção do vínculo estatal pode possibilitar a interferência do poder público na produção de conteúdo da emissora, fazendo com que a cobertura

⁹ Entretanto, o IZP e a TV Educativa podem veicular material publicitário em sua grade de programação desde que acordado no formato de Apoio Cultural, sendo vedadas publicidades cujos conteúdos são considerados incompatíveis com a natureza da emissora, como os que divulgam bebidas alcoólicas, cigarros, jogos de azar, entre outros.

jornalística de tais programas seja levada a um estilo tendencioso em apoio às ações e aos ocupantes do governo alagoano.

Ao lado das limitações administrativas e financeiras, a configuração de uma televisão-autarquia também impõe obstáculos à gestão de pessoas no Instituto. Mesmo mediada pela administração da autarquia, a relação entre o empregador Estado e o profissional comunicador, aqui servidor público, sofre os efeitos do distanciamento, frustrando iniciativas de interação e de negociação capazes de aprimorar relações trabalhistas e de propiciar um melhor ambiente de trabalho, mais aprazível e produtivo. Por outro lado, há a mentalidade burocrática que se instala em alguns destes funcionários, especialmente os admitidos pós-concurso e, portanto, servidores públicos *lato sensu*.

Desafios à Produção – Em outra abordagem, o segundo desafio aqui elencado à implementação da TV Educativa em Alagoas diz respeito à produção dos conteúdos noticiosos, fato este relacionado com os conceitos arraigados nos comunicadores da emissora sobre a atividade jornalística – notadamente produtores, repórteres, editores, chefias e diretorias –, com a cultura profissional e com as rotinas produtivas destes jornalistas. Forjadas por concepções e orientações diversas sobre o objeto da comunicação, a produção, e o resultado materializado na programação local, em muito carecem de referenciais, não obstante até consigam, por vezes, disseminar mensagens diferentes das tradicionais.

Entre este complexo de idiossincrasias, rotinas e cultura profissional, está o conceito de *jornalismo público*, adotado de modo difuso na emissora e, muitas vezes, confundido com *jornalismo de serviço público* – ou no jargão jornalístico, *chapa branca* –, tanto pela abordagem do conteúdo noticioso como pela recorrente postura de parte dos profissionais na redação. A exemplo de outras emissoras do país e como sistema público de televisão, a TV Educativa vem procurando alinhar-se à interface do *jornalismo público*.

O desenvolvimento do chamado *jornalismo público* em Alagoas via TV Educativa tem sido meta do complexo de comunicação estatal. Entretanto, este modelo de jornalismo, na prática, é

passível de sofrer interferências que por vezes comprometem a sua plena efetivação. Por seu elo com a máquina administrativa estadual, o jornalismo da TV Educativa acaba por noticiar com mais frequência que o habitual as ações do governo, com mais de dirigentes da burocracia alagoana do que o verificável em outras emissoras. É fato que há a perspectiva de tornar públicos os atos do governo em prol de estimular a participação popular, mas o uso genérico deste recurso pode desembocar no objetivo de processar o *agendamento* junto à opinião pública de fatos positivos para a administração estatal.

Se o foco recai sobre o telejornal Última Edição, é notória a presença constante de reportagens e notas referentes às ações que envolvam o Governo do Estado. Existem oportunidades em que o conteúdo noticioso produzido no Última Edição estabelece uma abordagem não alinhada aos padrões convencionais em termos de formatos e temas. Porém, há ocasiões em que o *jornalismo público* da TV Educativa é palco para o *jornalismo de serviço público*. Naturalmente, são veiculados de forma simultânea conteúdos como prestação de serviços e com fins de estabelecer debates sobre questões sociais, mas **há com frequência o expediente de a TV Educativa transformar em reportagens o material divulgado pela Secretaria Executiva de Comunicação ou demais assessorias de imprensa do Governo de Alagoas.**

Em alguns programas, como o semanal Escola Viva, também é constante a presença de material informativo e de entrevistados que fazem parte da equipe da Secretaria Executiva de Educação, ao lado de informações provenientes de outras fontes. No *talk show* diário Informação Direta é forte o debate de temas e a aparição de personagens ligados à administração estatal. Mas, é importante frisar que, em parcela desta cobertura oficial, o ato de pautar assuntos referentes ao Governo do Estado na programação é fruto da ação do próprio corpo de jornalistas do IZP. Existem concretamente sugestões, pedidos e ordenamentos de coberturas por parte do Governo, as popularmente conhecidas *matérias recomendadas*. Mas, há situações em que inexistente pressão para a abordagem governamental e veiculação de notícias com este enfoque, sendo que os próprios jornalistas se sentem, ou se imaginam, como que compelidos a efetivá-la.

O fazer jornalístico e o conteúdo noticioso desenvolvido pelos profissionais da TV Educativa, desta forma, é direcionado voluntária ou involuntariamente a uma cobertura mais expressiva dos fatos governamentais, o que não exclui, a princípio, temas estranhos a esta temática ou ainda menções de grupos politicamente não alinhados ao discurso oficial. Aliás, na própria concepção da atividade jornalística da emissora é visível que os critérios de *noticiabilidade* se fazem presentes, delimitando o que deve ou não ser produzido e assim convertido em produto para a televisão, seja no telejornal ou nos demais programas. Ao lado da idéia esparsa da produção de um *jornalismo público*, a produção de conteúdo para a TV Educativa obedece às rotinas produtivas estabelecidas pelas hipóteses do *newsmaking*. Por isso, ao obedecer à lógica de que o conteúdo final do telejornalismo é determinado por sucessivas rotinas inerentes à prática cotidiana e à cultura profissional dos jornalistas, a produção da emissora se encontra diante de um horizonte limitador.

Explica-se: para os teóricos do *newsmaking*, “noticiar é um processo organizado que implica uma perspectiva prática dos acontecimentos, uma série produtiva que vai da pragmaticidade à factibilidade, num processo múltiplo de descontextualização e recontextualização de cada fato, enquanto narrativa jornalística” (HOHLFELDT, 2001, p. 208). Nesta perspectiva, o jornalista, em sua produção, vê a atividade dimensionada por expedientes práticos – que estabelecem *valores-notícia* – entre eles o alcance do fato e repercussão junto ao público, a dimensão hierárquica dos personagens envolvidos, a brevidade e concisão do relato, a atualidade, ou ainda a capacidade de entretenimento do mesmo. Tais valores são capazes de apontar o que venha a ser um acontecimento jornalístico e logo noticiável, selecionando-os mediante um cardápio de preceitos e de acordo com a cultura compartilhada pelos profissionais no ambiente da redação.

“A *noticiabilidade* está regada por valores-notícia, conjunto de elementos e princípios através dos quais os acontecimentos são avaliados pelos meios de comunicação de massa e seus profissionais em sua potencialidade de produção de resultados e novos eventos, se transformados em notícia” (HOHLFELDT, 2001, p. 208). Os critérios que estabelecem o que é noticiável e o que vai ser, ou não, notícia para a televisão são determinados por procedimentos que antes de puramente ideológicos, são ligados à prática cotidiana. Mais ainda, eles são vinculados a fatores como acessibilidade do jornalista aos

fatos e às fontes, caráter agradável do trabalho, ou mesmo a concorrência com outras emissoras de televisão, além do estabelecimento de um abstrato, na caso da TV Educativa, padrão de cobertura jornalística, ora criterioso e independente, ora pseudo público.

Como emissora que objetiva fazer *jornalismo público*, os critérios do *newsmaking* são presentes na produção dos conteúdos noticiosos da TV Educativa, principalmente no diário Última Edição. Mas, preferível seria que os programas da emissora fossem orientados, sobretudo, pelo caráter educacional, de cunho sócio-cultural e de prestação de serviços propostos pela orientação de jornalismo que rotula o próprio canal. Entretanto, de forma geral, a emissora, e a ênfase aqui recai sobre seu telejornal diário, mais se pauta pelos *valores-notícia* que pelo potencial cidadão do estilo de jornalismo que se destina a realizar. É natural que reportagens mais voltadas ao *hard news* façam parte da cobertura, mas a indefinição de uma linha editorial faz da miscelânea de temas abordados um território livre para os mais variados assuntos, alguns não concatenados, dispersos e sem fidelidade ao ideal do *jornalismo público*.

Há que se ressaltar, também, o grande poder de *agendamento* que os meios impresso e radiofônico de Alagoas exercem sobre a produção do conteúdo noticioso da TV Educativa. Com uma equipe de profissionais jornalistas desmotivada adversidades variadas próprias ao serviço público – morosidade no atendimento às demandas, escassez de recursos e de equipamentos, limitações financeiras para produções mais ousadas – a conteúdo noticioso da emissora, em especial de seu telejornal diário, muitas vezes segue o que é publicado nos principais jornais do estado ou veiculado nas rádios de maior audiência, mediante um trabalho de prospecção de pauta que por vezes se resume à leitura dos jornais, rádio-escuta e análise superficial dos telejornais concorrentes.

Repensar a TV Educativa – Avanço inquestionável no campo das políticas públicas e sociais de Alagoas, a criação e a manutenção da TV Educativa pelo governo estadual é símbolo de uma conquista que, mesmo tardia e gradual, já reverbera na sociedade alagoana. Entretanto, meta de todos deve ser repensar o modelo de televisão então implementado, a fim de que este consiga promover a inclusão social de uma população em muito carente e há séculos subjugada.

No plano da gestão, há que se examinar alternativas capazes de executar um processo de desburocratização, uma durável e menos frágil independência, além de uma direcionada ação de investimentos na emissora. E diante das peculiaridades do sistema de concessão e de gerenciamento da teledifusão no Brasil, algumas destas saídas podem estar em modelos adotados em televisões públicas como a TV Cultura de São Paulo e a TVE Rede Brasil do Rio de Janeiro, a saber, os formatos de Fundação de Direito Privado e o de Organização Social.

A Fundação Padre Anchieta - Centro Paulista de Rádio e TV Educativas, foi instituída pelo governo do Estado de São Paulo em 1967, é uma entidade de direito privado que goza de autonomia intelectual, política e administrativa. Custeada por dotações orçamentárias legalmente estabelecidas e recursos próprios obtidos junto à iniciativa privada, a Fundação Padre Anchieta mantém uma emissora de televisão - a TV Cultura - e duas emissoras de rádio: a Cultura AM e a Cultura FM. Por inspiração de seus fundadores, as emissoras da Fundação Padre Anchieta não são nem entidades governamentais, nem comerciais. São emissoras públicas cujo principal objetivo é oferecer à sociedade brasileira uma informação de interesse público e promover o aprimoramento educativo e cultural de telespectadores e ouvintes, visando à transformação qualitativa da sociedade (TV CULTURA, 2006).

A TVE Brasil é uma instituição que atua na área de radiodifusão, operando um complexo de emissoras de rádio e televisão, cobrindo todo o território brasileiro. Somos uma organização social de direito privado, sem fins lucrativos e de interesse coletivo. Nossos recursos financeiros provêm de contrato de gestão, veiculação de apoio cultural e comercialização de produtos e serviços [...]. O órgão máximo de nossa empresa é o Conselho de Administração, que reúne representantes do Estado e da sociedade civil e elege a diretoria. A TVE BRASIL é a primeira experiência de implantação no país de um modelo gerencial de Organização Social, idealizado dentro da reforma do Estado brasileiro, atuando no âmbito do Terceiro Setor. Temos metas a atingir e nosso desempenho é acompanhado e analisado por meio de critérios definidos no contrato de gestão, que inclui também relatórios (Demonstrações Contábeis e Parecer da Auditoria Independente e Notas Explicativas às Demonstrações Contábeis) e contas abertas à sociedade (TVE REDE BRASIL, 2006).

Mais flexível, aberto a parcerias variadas, propenso a investimentos de fontes diversas e, sobretudo, sutilmente protegido contra interferências conjunturais, o modelo da Organização Social deve ser analisado como um entre os possíveis na busca por imprimir dinamismo, proximidade à autogestão e maior capilaridade na captação de recursos para as televisões públicas e educativas do país. Entretanto, falta a este organismo a delimitação de um gênero de marco regulatório que, para o bem de sua existência e capacidade de mobilização, reforce-o ao lado de alicerçar sua atuação como, de direito e de fato, ente de fins sociais.

Já com relação à produção de conteúdo, é condição básica para a TV Educativa de Alagoas a questão do reexame de sua linha editorial. Se conjugada com os ideais do *jornalismo público* – termo meio que redundante já que todo jornalismo, em tese, se voltado para o público, deve ser público; ou toda emissora de televisão, como atuante por concessão governamental, há de ser pública –, a emissora do IZP deve delimitar em suas rotinas de produção quais conteúdos entre os *noticiáveis* estão de acordo com esta visão do fazer jornalístico. A definição de linhas programáticas, em especial com relação ao telejornal diário Última Edição, próprias à demarcação de uma face alagoana de *jornalismo público*, deve ser meio e fim para a produção do conteúdo noticioso da emissora.

E isto é pontuado em referência aos factuais cobertos pelas equipes de reportagem cotidianamente, e também com direção a uma revisão da cobertura dos atos do Governo de Alagoas feita pela emissora estatal. Tornam-se indispensáveis critérios que selecionem, entre a miscelânea de acontecimentos, quais têm vocação social e cidadã para se converterem em conteúdo de um *jornalismo público*. A face nociva do citado *jornalismo de serviço público*, seja devido ao direcionamento provocado por interferências em menor ou maior escala por parte da administração estadual, seja por parte da *distorção involuntária* (HOHLFELDT, 2001, p.206) operacionalizada na mente e nas rotinas de produção dos jornalistas do IZP – meio que vocacionados a selecionar os temas de interesse político e institucional do governo –, precisa, se impossível de ser banida, no mínimo ser redimensionada.

É viável que, enquanto regrados por *valores-notícia* ou trabalhados sob os critérios do *jornalismo público*, as ações governamentais e os atores nelas envolvidos sejam alvo de repercussão noticiosa. Mas, o esforço primordial deve ter como meta produzir conteúdo não só delimitado pelas premissas análogas às já estabelecidas por teorizações como a do *newsmaking*. Especificamente, estes conteúdos devem estar voltados à promoção da justiça social junto à única proprietária da TV Educativa: a sociedade alagoana, que mantém o complexo comunicacional a partir do pagamento de

impostos e contribuições. Postura independente, crítica, responsável, criativa e emancipadora. Eis os nortes que devem ser assumidos na produção do canal 3.

A TV Educativa deve *agendar* em primeiro lugar o debate público acerca da cidadania. Mesmo com as condições hoje existentes, este ideal é possível, e jamais será utópico. Neste processo, cabe ao Governo do Estado de Alagoas dar continuidade ao projeto retomado de forma ousada pelos gestores públicos em 2001, ano em que o Instituto ganhou autonomia jurídica e operacional. A administração estadual precisa dotar a emissora de condições técnicas que viabilizem a cada alagoano conhecer a programação local e nacional transmitida pela TV Educativa. Cabe, paralelamente, a cada servidor do IZP, e em especial a cada um dos jornalistas da televisão pública alagoana, fundamentar sua ação diária no exercício perene da mudança social, exercendo um jornalismo – que seja público ou rotulado por qualquer outro adjetivo – comprometido com a promoção da cultura e da educação. Porém, não é a mesma educação que se dá na escola, é uma educação complementar, que ajude os homens a entenderem o todo da sociedade, da arte, da política, que não é uma educação curricular (LIMA, 2003, p. 67).

Como Graciliano Ramos sentenciara, Alagoas é um estado pobre. Mesmo que se faculte o ceticismo, é inadmissível subestimar o potencial do ser humano na busca por um futuro se não melhor, ao menos mais razoável. E em se tratando de comunicação, como já afirmado, pública e para o grande público, no cenário alagoano o IZP e a TV Educativa podem sinalizar não qualquer espécie de vulgar redenção, mas claramente a oportunidade de se vislumbrar uma sociedade menos desigual em longo prazo e, possivelmente, para as futuras gerações.

Referências Bibliográficas

BARROS FILHO, Clóvis. *Ética na Comunicação*. São Paulo: Summus, 2003.

IPEA. *Radar Social*. Rio de Janeiro: IPEA, 2005.

LIMA, Jorge Cunha. O Modelo da TV Cultura de São Paulo. In: *O Desafio da TV Pública*. CARMONA, Beth (org) et alii. Rio de Janeiro: TV Rede Brasil, 2003. p. 63-70.

HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses Contemporâneas de Pesquisa em Comunicação. In: Teorias da Comunicação. HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C., e FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). p. 187-240. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 187-240.

PASSOS, Marcelo. Manual de Procedimentos para o Jornalismo Público. Belo Horizonte: Rede Minas de Televisão, 2002.

PNUD BRASIL. Desenvolvimento Humano e IDH. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/idh/>>. Acesso em 13 de Jan. 2006.

RAMOS, Graciliano. Viventes das Alagoas. São Paulo: Record, 1992.

TV CULTURA. Fundação Padre Anchieta – Quem Somos. Disponível em:

<http://www.tvcultura.com.br/detalhe_institucional.aspx?id=39>. Acesso em 10 de Jan. 2006.

TVE REDE BRASIL. TVE Brasil – Apresentação. Disponível em:

<http://www.redebrasil.tv.br/empresa/quem_somos_apresentacao.asp>. Acesso em 10 de Jan. 2006.

WOLF, Mauro. Teorias das Comunicações de Massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

Jornalismo investigativo, novos desafios

Cleofe Monteiro de Sequeira ¹

Resumo: O objetivo deste artigo é mostrar o contexto em que são produzidas hoje as reportagens investigativas, enfocando as pressões que sofrem os profissionais com relação aos prazos de conclusão das matérias, impostos pelos editores, à falta de espaço nas páginas dos principais veículos de comunicação e ao processo de edição, que privilegia a imagem em detrimento do texto.

Palavras-chave: Jornalismo, Jornalismo Investigativo, Reportagem investigativa, Texto jornalístico, Edição jornalística

A pesquisa realizada por Carlos Manuel Chaparro², em 1995, sobre os últimos cinquenta anos de prática jornalística, mostrou que o Jornalismo Investigativo tem tido uma ocorrência discreta no total das publicações brasileiras: 2,32% do espaço da “Folha de S.Paulo”, 1,73% em “O Globo”, 0,20% no “Estado de S.Paulo” e 0,50%, no “Jornal do Brasil”. Estes percentuais adversos, conseqüentemente, estão a exigir uma reflexão sobre o papel que o Jornalismo Investigativo ocupa (ou interessa) nos veículos impressos de comunicação de massa. Dentro desta perspectiva, o objetivo deste artigo é fazer uma análise dos principais problemas enfrentados, hoje, pelo repórter investigativo no seu cotidiano de trabalho e mostrar em que contexto é praticada hoje, nas redações, a reportagem investigativa, que demanda um espaço de tempo relativamente grande para ser concluída e exige metodologia, técnicas e estratégias de trabalho diferenciadas, com

¹ Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e professora do Curso de Jornalismo da Universidade Anhembi Morumbi.

² CHAPARRO, Carlos Manuel. Sotaques D’Aquém e D’Além Mar – Percursos e Gêneros do Jornalismo Português e Brasileiro, Santarém, Portugal, Edições Jortejo, 1998, págs. 75 e 74.

relação à apuração, quer pelos temas escolhidos, quer pelo processo de captação da informação.

Para entender o que acontece hoje nas redações da chamada grande imprensa, é necessário voltar ao início dos anos 70, quando a mídia impressa, para concorrer com a mídia eletrônica televisiva, passa a ser submetida às leis da tecnologia, dando início, assim, a uma mudança no trabalho jornalístico, que foi intensificada uma década mais tarde, com a informatização das redações, e atinge agora seu ponto crítico, quando o fazer jornalístico é processado na velocidade das novas tecnologias, adaptadas aos meios de comunicação de massa, e é exigido do profissional de imprensa que trabalhe na velocidade do sistema, o que leva a exclusão, de imediato, do jornalismo investigativo das páginas impressas dos veículos.

Detendo-nos, primeiro, numa análise das transformações operadas na década de 70, poderemos elencar como fator de transformação no processo jornalístico da época, o que *Ciro Marcondes*³ define como a “utilização de estratégias de comunicação e persuasão nos noticiários informativos”, quando os veículos da mídia impressa passam a aceitar a mediação das assessorias de imprensa para compor seu noticiário, quer geral, quer especializado. Adaptando-se as reflexões de *Ciro* para nosso foco de estudo, o Jornalismo Investigativo, pode-se concluir que o excesso de comunicados fornecido aos jornais por agentes empresariais e públicos (assessorias de imprensa) foi muito mais pernicioso ao Jornalismo Investigativo do que ao jornalismo de atualidade. Ao se misturarem e confundirem os releases enviados com a informação jornalística processada no âmbito das redações, pelas equipes de reportagem de cada veículo, estes comunicados,

³ MARCONDES FILHO, *Ciro*. Comunicação e Jornalismo – A Saga dos Cães Perdidos, Hackers Editores, São Paulo, 2000, p.29-32.

como afirma Ciro⁴, “transformaram o processo de captação da informação”. No que diz respeito à reportagem investigativa, esta transformação pode ser considerada fatal, pois os empresários da comunicação, além de burocratizarem o processo de captação, passam a diminuir drasticamente suas equipes de reportagem, já que assessorias de imprensa desenvolvem estratégias de comunicação e persuasão para “vender” suas “notícias” aos editores dos jornais, que as publicam em nome do interesse público e por um custo zero. Este também é o primeiro passo para a acomodação das equipes de reportagem, que começam a se ocupar apenas das coberturas agendadas.

Nos anos 80, quando a tecnologia imprime um novo ritmo de trabalho para os profissionais de imprensa, mudando a lógica das redações, é dado mais um passo para tornar o contexto em que se pratica o Jornalismo Investigativo mais adverso para os profissionais. Com a adaptação das novas tecnologias aos meios de comunicação, os projetos gráficos também deram um novo visual às páginas dos jornais diários, que limitou ainda mais a atuação do repórter investigativo, já que a imagem é privilegiada em detrimento do texto, visando uma página mais dinâmica. Opta-se, então, por notícias curtas, com poucos parágrafos (em média três), em detrimento das matérias que exigem muito espaço nos jornais. Levando-se em conta que a finalidade do Jornalismo Investigativo é aprofundar as informações para o leitor, explicando-a na sua complexidade, sem tentar neutralizar seu impacto perante a sociedade, conclui-se que o Jornalismo Investigativo está na contramão deste tipo de edição.

Esta nova realidade com que se deparam os empresários da comunicação levou, então, a uma reformulação do sistema do trabalho jornalístico impresso, obrigando o

⁴ Idem nota 2.

profissional a se adaptar à alta velocidade de circulação de informações, exigindo que o repórter passe a trabalhar na velocidade do sistema. Com isso, o jornalista investigativo – aquele que precisa de tempo para apurar suas reportagens, procurar fontes – é uma peça destoante da engrenagem, e, como consequência, a reportagem investigativa torna-se rara nas páginas de nossos jornais diários, como detectou a pesquisa realizada por Chaparro.

O repórter investigativo Percival de Souza⁵ é testemunha desta transformação, nos seus 30 anos de carreira. Em seu depoimento, declara que uma nova mudança ronda as redações, envolvendo o fazer jornalístico e até as relações entre os profissionais de imprensa. Para ele, a solidão é hoje a maior companheira do repórter investigativo. Obrigado a ficar semanas e, às vezes, meses, longe da família, dos amigos e, conseqüentemente, da redação, à procura de fontes, apurando informações, cruzando e checando dados, ele não é bem recebido ao voltar para seu local de trabalho. O ritmo em que as informações são processadas atualmente é intenso e, pressionado pelo excesso de trabalho e prazo de fechamento das edições, o jornalista deixou de se relacionar com os colegas de profissão. “O trabalho é tão intenso e impessoal que não temos com quem discutir uma pauta, comentar uma matéria, enfim, trocar informações ou simplesmente conversar”.

Frente a esta realidade, pode-se concordar com Ciro Marcondes⁶, quando este afirma que “o bom jornalista, atualmente, é aquele que consegue, em tempo hábil, dar conta das exigências de produção de notícias e não mais o que melhor escreve. Ele (o jornalista) deve ser uma peça que funcione bem, universal, ou seja, acoplável a qualquer

⁵ Percival de Souza tem 58 anos de idade e 30 de profissão. Ganhou quatro prêmios Esso de Jornalismo. Publicou 14 livros, entre eles “O Crime da Rua Cuba”, pela Atual Editora; “Eu, Cabo Anselmo” e “Autopsia do Medo”, pela editora Globo. Depoimento dado à autora em julho de 2003.

⁶ Idem nota 2.

altura do sistema de produção de informações”. Esta definição de Ciro serve de base para se afirmar que o bom profissional do jornalismo possui características que não se coadunam com o perfil do jornalista investigativo, que dificilmente conseguirá seguir prazos operacionais rígidos com relação à produção de matérias, pois seu processo de averiguação é lento e suas fontes de informação, às vezes, requerem metodologia e estratégias específicas para contarem o que sabem. Além disso, seu texto não cabe nas páginas pré-diagramadas, com matérias construídas em blocos de texto, com tamanhos pré-fixados.

PROJETO FOLHA

Dentro deste estudo, que tenta mostrar em que contexto trabalha na atualidade o jornalista investigativo, é preciso inserir como um dos fatores principais deste processo de mudança as propostas contidas no Projeto Folha, que norteou a linha editorial do jornal Folha de S. Paulo, a partir de maio de 1984, quando Otávio Frias Filho, que desde 1974 era secretário do Conselho Editorial da empresa, assume a redação do jornal, colocando em prática as diretrizes do projeto, que abarca um conjunto de seis textos, datados de junho de 1981 a agosto de 1988.

O pesquisador Jorge Cláudio Araújo Ribeiro⁷ entende que este é um projeto técnico que vai servir de base para o jornalismo praticado na empresa e marcar uma radical transformação no texto jornalístico deste jornal. O projeto opta por um veículo “produtivo, instrumental, cada vez mais identificado com as necessidades do mercado”. É

⁷ RIBEIRO, Jorge Cláudio. Sempre Alerta – Condições e contradições do Trabalho Jornalístico. Editora Olho D’Água, 3ª edição, São Paulo, 2001, p. 53-80.

um modelo jornalístico orientado para a prestação de serviços, que transforma a idéia do “jornalismo como missão”, até então defendida pelos profissionais da velha guarda.

Dentro da empresa Folha, na visão de Ribeiro, o jornalismo passa a ser entendido e praticado como um serviço de atendimento às necessidades do público e com isso despolitiza-se a concepção sobre “o que é e como fazer um jornal”. Desta forma, todo processo jornalístico é atingido: a captação, a redação e a edição. E, tomando-se como referência estas palavras de Ribeiro, conclui-se que, quando se opta, como no caso do projeto Folha, por textos curtos, prazos rígidos de fechamento e controle de produção com relação aos repórteres, o jornalismo investigativo transforma-se em categoria em extinção, já que os jornais deixam de investir nas grandes reportagens, como as reportagens investigativas e interpretativas são chamadas no jargão jornalístico. Desta forma, sem uma investigação apurada, que leva tempo e tem custo alto para a empresa, as informações começam a ser apresentadas ao leitor de forma fragmentada e sem estarem contextualizadas dentro da sociedade em que se manifestam.

Ribeiro detecta em seu estudo o fenômeno que chama de “repercutério”, como um dos sintomas mais marcantes deste novo fazer jornalístico. Ele define como repercutério os “comentários de várias pessoas, girando em círculos, após o acontecimento de um ato ou um evento oficial.” Seguindo a linha de pensamento de Ribeiro, pode-se deduzir que a interpretação fundamentada numa análise dos acontecimentos, feita pelo jornalista, é substituída pela repercussão do fato, o que empobrece a reportagem. Além disso, é uma forma de o jornal não se envolver, eximindo-se de opinar explicitamente sobre fatos que explodem no contexto social, deixando que declarações supérfluas, na maioria das vezes captadas por telefone pela equipe reportagem, junto a fontes de informação que, muitas

vezes, pelo teor da declaração, desconhecem o assunto em pauta. E o pior: com isso cria-se no leitor a impressão de dever cumprido por parte do jornal. Afinal, várias personalidades posicionaram-se sobre o tema.

O repórter Antonio Carlos Fon⁸, jornalista investigativo com mais de 30 anos de experiência e um dos mais ferrenhos opositores do Projeto Folha, atenta ainda para uma outra consequência da sua implantação, que define como “a mais nefasta” de todo este processo de transformação do fazer jornalístico: “após 30 anos de implantação do Projeto, os outros jornais também incorporaram este estilo de fazer jornalismo, com relação à padronização das matérias e a quase extinção da grande reportagem”. Estas palavras vêm de encontro ao depoimento de Otávio Frias Filho⁹, quando ele diz: “A impressão que tenho é que os pontos programáticos do Projeto Folha estão não apenas consolidados, mas absorvidos pelo conjunto da imprensa diária. Iniciativas que foram tomadas pela Folha na segunda metade dos anos 80, e que chegaram a provocar controvérsia na época, hoje são progressivamente incorporadas, sobretudo no eixo Rio-São Paulo.”¹⁰

É preciso relembra, ainda, que a implantação do Projeto Folha, na redação do principal jornal da empresa, deu-se em um clima de terror. Segundo Ribeiro, um acontecimento inédito na área jornalística foi a demissão, em um mês, de 27 jornalistas sob a alegação de “insuficiência técnica”. Ao todo, entre maio de 1984 e fevereiro de 1987, registraram-se 474 demissões, uma média de uma demissão a cada 2,1 dias. Para

⁸ O jornalista Antonio Carlos Fon tem 58 anos e 38 de profissão. É detentor de três prêmios Esso, três prêmios Vladimir Herzog e trabalhou nos principais meios de comunicação impressos de São Paulo, como Jornal da Tarde, revista Realidade, n Visão, Istoé, Veja e Superinteressante. O depoimento do jornalista foi dado à autora em 23 de julho de 2003.

⁹ Em depoimento a Cláudio Jorge Ribeiro.

¹⁰ In RIBEIRO, Jorge Cláudio. Obra citada, p. 82-83.

Otávio Frias Filho¹¹, o processo de demissão visava “remover a cultura jornalística existente, que tinha fortes referências ao estilo de comando dos dois diretores precedentes, Cláudio Abramo e Boris Casoy, de 1962 a 1984”.

Segundo Ribeiro, os profissionais foram colocados numa linha de montagem e a “produção editorial racionalizada, formalizada e normalizada, utilizando a estrutura informatizada”. Estabeleceu-se, ainda, um complexo sistema de quantificação e comparação das “unidades informativas” (notícias) presentes nas edições da “Folha de S.Paulo”, em relação a outros jornais, entre o uso de fotos, mapas, gráficos, tabelas e textos-legenda. Implantou-se ainda uma planilha de produção para o acompanhamento da evolução de cada reportagem ao longo do dia. A normatização consistiu em contabilizar o número de erros por edição e por redator, “gerando um relatório diário, apelidado de pelourinho ou superego”; em avaliar individualmente cada jornalista, a quem se atribuía notas em reunião mensal dos editores; e em estabelecer um Plano de Metas Trimestrais. Tendo-se por base as informações de Ribeiro, pode-se concluir que o trabalho do Jornalismo Investigativo não pode se encaixar numa redação que implanta uma planilha de produção para acompanhar a evolução de cada reportagem ao longo do dia, pois, muitas vezes, o repórter investigativo leva vários dias só para descobrir uma fonte e conseguir dela informações e documentos. Para muitos jornalistas investigativos, como Antonio Carlos Fon e Percival de Souza, estas medidas foram o início do fim do Jornalismo Investigativo no jornal Folha de S. Paulo.

Por tudo que foi levantado até agora, pode-se concluir que a pesquisa feita por Chaparro¹² não apresenta surpresas e continua atual onze anos depois, quando detecta o

¹¹ Em depoimento a Cláudio Jorge Ribeiro.

discreto aparecimento do Jornalismo Investigativo - 2,32% - do espaço da “Folha de S. Paulo”. O que causa surpresa são as declarações do Editor de Redação da “Folha de S. Paulo”, Otávio Frias Filho¹³, quando ele afirmou, em 2005, que seu jornal mantém um corpo de repórteres especiais, aptos a realizar matérias investigativas, integrado por quinze profissionais “voltados para apurações jornalísticas de maior fôlego que demandam uma qualificação profissional em tese maior”. Ele não os define como repórteres investigativos, pois esta distinção conceitual não existe na nomenclatura do jornal, mas declara que são “profissionais voltados freqüentemente para as pautas de jornalismo investigativo”. Por outro lado, ao explicar o baixo índice de reportagens publicadas no seu jornal, afirma que o motivo é “puramente empresarial”, ou seja, que elas têm um custo alto, pois exigem um repórter em tempo integral, trabalhando num mesmo tema, além de espaço nas páginas do jornal e gastos para viabilizar a investigação (viagens, hospedagem, refeições)

Nos dias de hoje, fica clara a influência que os princípios jornalísticos abarcados pelo Projeto Folha teve na mídia contemporânea dos grandes centros urbanos nos anos 80; da mesma forma, ficam claras, também, as transformações que a adaptação das novas tecnologias aos meios de comunicação, consolidada a partir dos anos 90, trouxeram ao jornalismo e que foram detectadas pelos teóricos em Comunicação Bill Kovach e Tom Rosenstiel¹⁴. Para eles, a nova forma de fazer jornalismo, que as novas tecnologias estão propiciando, tem interferido, principalmente, no início do processo jornalístico, a fase de

¹² CHAPARRO, Carlos Manuel. Sotaques D’Aquém e D’Além Mar – Percursos e Gêneros do Jornalismo Português e Brasileiro. Santarém, Portugal, Edições Jortejo, 1998, p. 74 - 94.

¹³ Depoimento a autora desta pesquisa dia 14 de julho de 2003.

¹⁴ KOVAK, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Elementos do jornalismo – O que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração, 2003. p.111-123.

captação e verificação de informações, nos Estados Unidos. A Internet e a Nexis (e mais outros serviços surgidos nos últimos dez anos para compartilhar e disseminar informações) têm permitido que os jornalistas acessem com muito mais facilidade informações e declarações, eximindo-os de um contato com as fontes de informação. Pode-se concluir com isso, que o trabalho jornalístico torna-se cada vez mais burocrático, já que após obterem os dados facilmente na rede, os jornalistas têm se dedicado apenas a reescrevê-los e direcioná-los, deixando de descobrir informações de forma independente, ou mesmo deixando de descobrir fatos novos. Gasta-se hoje muito tempo tentando sintetizar a enorme massa de informação tirada da Internet, numa acomodação perigosa, não só para o Jornalismo Investigativo como também para o jornalismo de atualidade.

Bill Kovach e Tom Rosenstiel alertam que, neste início de século, as ferramentas oferecidas pelas novas tecnologias de comunicação criam a possibilidade para que qualquer pessoa possa competir com a grande imprensa.. Eles citam o exemplo do Center for Public Integrity, de Washington, fundado em 1990 por Charles Lewis, produtor do programa da CBS, “60 Minutes”. ”Frustrado com as pressões para produzir matérias mais divertidas”, Lewis pediu demissão para fundar um novo tipo de organização jornalística, que não tivesse de se preocupar com os índices de audiência noturnos. Com o apoio financeiro de organizações filantrópicas, organizou um workshop com jornalistas com a mesma mentalidade para aproveitar ainda mais o poder dos computadores e a amplitude de internet. Sua iniciativa obteve sucesso e, em 1999, “quarenta das grandes investigações do Center foram pinçadas e distribuídas pelas empresas jornalísticas tradicionais, que não mais vinham pressionando suas equipes para fazer um trabalho similar”. Esses centros de jornalismo independente, relatam os teóricos, mostram como a

nova tecnologia pode reorganizar a forma de produzir e distribuir a informação. “Pelo menos, potencialmente, isso oferece um desafio às organizações tradicionais de notícias e dá a entender que se a velha imprensa abandonar de vez o papel de guardião, outros grupos podem assumir esta responsabilidade”.

CONCLUSÃO

Pelas análises acima, pode-se concluir que o Jornalismo Investigativo tem hoje três fontes de entrave, que, se não eliminam de vez, pelo menos dificultam cada vez mais a atuação do repórter investigativo, durante todo o processo de elaboração de uma reportagem: o primeiro é o sistema de trabalho da redação que acompanha a velocidade das novas tecnologias e impõe prazos para um ofício, cuja essência está exatamente na apuração demorada, na busca incessante de fontes de informação isentas e na procura de documentação, que dê sustentação à denúncia feita pelo profissional. Como segundo entrave, pode-se colocar o texto exigido, hoje, pelos editores dos jornais: curtos, blocados em tamanhos pré-estabelecidos, o que elimina a reportagem investigativa, que exige espaço nas páginas dos jornais, pois é da sua natureza contextualizar o fato focado dentro do tecido social que o abriga e a fugir da padronização que impera, hoje, em nossos veículos diários. Por fim, o terceiro entrave está na edição, que privilegia a imagem em detrimento da informação, visando tornar as páginas mais dinâmicas, para competir com as mídias eletrônicas. Enfim, os entraves para a elaboração de reportagens investigativas podem ser encontrados em todas as fases do processo jornalístico. Com isso cria-se para o Jornalismo Investigativo um contexto perverso, já que esta categoria visa levar ao leitor uma informação que grupos de poder querem omitir ou sonegar da

sociedade e, para isso, precisa de tempo para apurar bem, espaço para redigir sua história de modo que o receptor a compreenda na sua real importância, explicando-a, na sua complexidade, sem simplificações reducionistas e sem tentar neutralizar seu impacto perante a sociedade. Desta forma, um desafio está lançado às organizações midiáticas: se a imprensa abandonar o seu papel de guardião da sociedade e parar de cumprir seu dever social de informar o seu leitor, outros grupos, com o auxílio das novas tecnologias, poderão assumir este papel.

BIBLIOGRAFIA

BURGH, Hugo. *Investigative journalism – Context and Practice*. Nova York: Routledge, 2000.

CHAPARRO, Carlos Manuel. *Jornalismo: discurso em dois gêneros*. 1997, Tese de livre-docência apresentada na ECA-USP, São Paulo.

CHAPARRO, Carlos Manuel. *Jornalismo e linguagem: a evolução dos gêneros no discurso da imprensa brasileira*. Anuário Brasileiro da Pesquisa em Jornalismo. Volume 1, São Paulo. 1992.
, 1983.

KOVAK, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Elementos do jornalismo – O que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração, 2003.

LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LAGE, Nilson. *Ideologia e técnica da notícia*. Petrópolis: Vozes, 1979.

LINS E SILVA, Carlos Eduardo. *O adiantado da hora – A influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Loyola, 1997.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e jornalismo – A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MEDINA, Cremilda. *Notícia, um Produto à Venda*. São Paulo, Alfa-Ômega, 1978.

MEDINA, Cremilda; LEANDRO, Paulo Roberto. *A arte de tecer o presente (jornalismo interpretativo)*. São Paulo: Media, 1973.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX – O espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1977.

MORIN, Edgar. *Para sair do século XX*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1981.

QUESADA, Montserrat. *La investigación periodística – El caso español*. Barcelona: Editorial Ariel, 1987.

RAMONET, Ignácio. *A Tirania da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. *Sempre alerta – Condições e contradições do trabalho jornalístico*. São Paulo: Olho d'Água, 2001.

STELLA, Petra. *Periodismo de Investigacion*. Madri: Editorial Tecnos, 1986.

WILLIAMS, Paul. *Investigative reporting and editing*. Englewood Cliffs. Prentice Hall, 1978.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

Documentos consultados on line

DINES, Alberto. Memórias das trevas, versão áudio. Quando o jornalismo é só fita, até ventilador desanima. Disponível no site <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>

DINES, Alberto. Rolo histórico1. *O fetiche das fitas*. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>

DINES, Alberto. Fitas e rolos. *O denunciismo nunca mais será o mesmo*. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>

KLEIN, Dario. *El Papel del Periodismo de Investigación em la Sociedad Democrática*. Disponível em <http://www.saladeprensa.org>

MILANÉS, Heriberto Cardoso. *Periodismo de Investigación, um nuevo gênero?* In Sala de Prensa: weg para profesionales de la comunicación iberoamericanos. Disponível em <http://www.saladeprensa.org>

REYS, Geraldo. *Fronteras, obstáculos, pistas, fuentes... Intersticios Del periodismo de investigación*. <http://saladeprensa.org>

RODRIGUEZ, Pepe. *Periodismo de Investigación: técnicas y estrategias*, Barcelona, Paidós. Disponível em <http://www.saladeprensa.org>

Sobre midiatização, mediação, poder e jornalismo

Demétrio de Azeredo Soster ¹

Resumo: Os webjornais representam bem mais que uma nova forma de se fazer jornalismo. O fato de terem como suporte a Internet, um ambiente altamente tecnologizado, faz com que a tecnologia deixe de lado seu papel acessório e se transforme em vetor de poder, porque instauradora de cultura. As fazê-lo, interfere de forma diferenciada no fazer jornalístico, midiatizando-o e tornando conceitos como o da credibilidade insuficientes para explicar o jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo, webjornalismo, midiatização, mediação, poder

Se admitirmos como verdadeira a proposição de Galimbert (2006), segundo a qual a técnica² é a essência do homem, basicamente porque, sem ela, o homem não teria sobrevivido biologicamente e se desenvolvido culturalmente, então podemos também aceitar que a técnica é uma forma de poder. Poder aqui entendido como “(...) a capacidade de produzir ou contribuir para resultados – fazer com que ocorra algo que faz diferença para o mundo” (OUTHWAITE e BOTTOMORE, pág. 580, 1996). Técnica que é tão antiga quanto o homem, mas que se evidencia de forma mais contundente quando ele, o homem, vale-se dela não apenas para garantir sua sustentação imediata (por meio da caça, por exemplo), mas também para regular sua existência e a de seus próximos pelo viés do controle do tempo³, como sugere Elias (1998).

Sendo assim, parece-nos natural que o verbo poder não deva ser entendido como um ser em si, de caráter ôntico, mas como parte integrante da prática humana (RUIZ, 2004), que se insere nas relações e que se articula com um modo de ser da ação. Ação que existe

¹ Doutorando pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos); professor de jornalismo da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) e gerente de redação do Jornal Vale do Sinos, de São Leopoldo, Rio Grande do Sul.

² Entenderemos técnica como o universo dos meios (as tecnologias), que em seu conjunto compõem o aparato técnico, quanto à racionalidade que preside o seu emprego, em termos de funcionalidade e eficiência. (GALIMBERT, pág. 8, 2006) Uma espécie de “remédio” à insuficiência biológica humana.

³ “O que chamamos tempo significa um quadro de referência do qual um grupo humano – mais tarde, a humanidade inteira – se serve para erigir, em meio a uma seqüência contínua de mudanças, limites reconhecidos pelo grupo, ou então para comparar um certa fase, num dado fluxo de acontecimentos, com fases pertencentes a outros fluxos, ou ainda para muitas outras coisas” (ELIAS, pág. 61, 1998).

somente em decorrência da intenção: “A ação é racional na medida em que segue premissas que sustentam e justificam sua realização” (OUTHWAITE e BOTTOMORE, pág. 3, 1996). Poder, assim como a ação, é uma dimensão própria do homem quando este faz “(...) de sua prática uma criação e de sua relação uma forma exclusiva de interação”. Mas que não existe enquanto materialidade, por ser tratar “(...) de um símbolo, (...), uma palavra pela qual designamos um conjunto de significações polimorfos que pode adquirir diversos sentidos segundo as circunstâncias e o modo como se realizam as práticas humanas” (RUIZ, pág. 10, 2004).

Podemos estabelecer, ainda, alguns limites operacionais para o poder, não obstante suas fronteiras pouco precisas. A começar, como já observado, pelo fato de ele decorrer da ação social, que por sua vez não existe sem racionalidade. Para que haja racionalidade, é preciso que existam agentes inseridos nos processos por meio dos quais as ações são coordenadas (OUTHWAITE e BOTTOMORE, 1996). A estes agentes denominamos mediadores. Neste sentido, poder resulta da ação racional dos atores que compõem a sociedade. Ou seja, o poder só existe como tal porque decorre de um movimento de mediação – neste caso dos agentes ao longo da ação social, cuja face mais visível é a transformação de significados. Ou, como sugere Silverstone (2002, pág. 33), a mediação é ela própria um movimento de significados em constante transformação. Um movimento de poder, enfim.

Visto desta forma, portanto, não há problemas em afirmarmos que as relações humanas são mediadas pelo poder. Um sinal emitido por uma máquina não poderia ser vetor de poder, na medida em que o modo operacional tomaria para si o papel da racionalidade, que é própria do homem. Em outras palavras, máquinas não pensam: operam. Contudo, mesmo que não raciocinem, há de se convir que estes dispositivos⁴ – particularmente os que se prestam a propósitos comunicacionais, provocam sensações, criam ambientações, geram tensionamentos, porque interferem nos resultados e modificam realidades. Então, a tecnologia também pode operar como mediadora social na medida em que possibilita a transformação de significados. Pode ser vista como poder.

A partir dessa idéia, talvez fosse necessário, para uma melhor compreensão de

⁴ Dispositivos serão aqui entendidos como mediações que contemplam aspectos situacionais e tecnológicos, mas também “(...) discursivos, normativos, simbólicos, funcionais e referenciais que incidem nas interações, no tempo e espaço propiciadas pela conexão de suportes tecnológicos (FERREIRA, PP. 89/90, 2003).

nosso propósito, mudar o foco de observação e entender a tecnologia não mais como apêndice constitutivo do poder, mas como um algo que integra a racionalidade humana. Basta para isso admitirmos, a exemplo do que ocorre com a técnica, que o homem não existe sem tecnologia. O que nos permite pensar que o *ethos* do qual falava Sodré – ou “a consciência atuante e objetivada de um mundo social – onde se manifesta a compreensão histórica do sentido da existência, onde têm lugar as interpretações simbólicas do mundo” (pág. 45, 2002) – não apenas sofre a influência de um poderoso aparato tecnológico, mas passa a depender dele para existir.

Contribui decisivamente para isso a expansão das grandes redes de comunicação, caso das televisivas, mas também o crescimento da internet em todo o planeta⁵, que têm suas origens remotas em invenções como as estradas de ferro e o advento do telégrafo. Juntas, estas outras tecnologias mudaram “(...) o sentido do tempo e do espaço de maneira radical” (HARVEY, 2000, p. 240). Assim, a tecnologia e a técnica deixam gradativamente de lado a posição de apêndices sociais, própria da pré-modernidade, e passam a ter nuances midiáticas, porque mediadas por dispositivos comunicacionais, configurando, assim, o processo de midiatização da sociedade. A midiatização ocorre quando os meios de comunicação começam a interferir com mais força na organização da sociedade e seus agentes, tornam-se, cada um com sua especificidade, vetores de poder.

A questão do ponto de vista especificamente jornalístico

Ao centrarmos a discussão especificamente no campo do jornalismo⁶, veremos que ele é particularmente atingido pelo fenômeno da midiatização, em especial a partir de seu aspecto produção. Entenderemos produção como pólo produtor de sentido, que tem no reconhecimento seu par mais imediato (VERÓN, 2005). O processo teria se iniciado com maior ênfase a partir das décadas de 1970⁷ (no mundo) e 1980 (no Brasil), quando da

⁵ Segundo o instituto Internet World Stats [<http://www.internetworldstats.com>], o número de usuários da web no mundo em 2006 é de 1 bilhão, ou 15% dos 6,4 bilhões de habitantes. De 2000 a 2005, de acordo com esta mesma fonte, o crescimento foi de 183%.

⁶ Campo social no sentido proposto por Bordieau, como sendo “(...) o resultado ou o efeito de uma gênese, de um processo de autonomização secularizante bem sucedido, graças à aquisição da capacidade de impor, com legitimidade, regras que devem ser respeitadas num determinado sentido da experiência, baseadas numa indagação racional metodicamente conduzida” (ORTIZ, 1983, pág. 192). É o que ocorre com o jornalismo, em especial a partir do momento em que ele passa a ser reconhecido como objeto de reflexão acadêmica.

⁷ Marcondes Filho (2000) classifica o processo de informatização das redações como a segunda grande revolução do jornalismo – a primeira teria se dado em 1850, com a invenção da rotativa,

chegada dos primeiros computadores às redações, mas com mais força dez anos mais tarde, com a implantação da Internet⁸ em escala comercial. Se, até então, a tecnologia servia fundamentalmente de suporte para o trabalho dos jornalistas, viabilizando o exercício da profissão, foi a partir do momento em que as laudas foram substituídas pelas telas dos computadores – e quando baniram o cigarro⁹ das redações – que este tipo de mediação começa a sofrer uma transformação substancial.

Para compreendê-la melhor, é preciso observar que, no princípio, quando dos primeiros computadores, as novas máquinas afetaram principalmente o que chamaremos de especificidades funcionais, ou a forma como as funções eram desempenhadas nas redações¹⁰. Sua interferência manifestou-se mais visivelmente, portanto, na ordem das rotinas produtivas: se, antes, redigia-se em laudas a partir de máquinas de escrever, logo se passou a fazê-lo em telas de computador. Não demorou muito para que os computadores ganhassem interfaces mais inteligentes e começassem a possibilitar o desempenho de funções mais complexas, como a diagramação de páginas e o trabalho com imagens. Com isso, começa a mudar o fazer jornalístico para além de suas especificidades técnicas. Contudo, mesmo aqui esta transformação ainda não é muito diferente daquela ocorrida em 1850, quando das primeiras rotativas.

Acreditamos que é com a transposição dos jornais para a internet que a tecnologia começa a deixar de lado sua condição de apêndice operacional para se transformar em vetor de poder, basicamente porque passa a provocar alterações substanciais no modo operacional dos jornais a partir do que estes têm de mais caro. Ou seja, midiaticiza o fazer jornalístico. Isso ocorre, por exemplo, com a credibilidade, espinha dorsal da profissão, que tem sua origem em algum lugar do século 17, quando os jornais, livres da censura¹¹,

⁸ Os demais suportes, particularmente os dispostos em rede – caso da televisão e do rádio – também são responsáveis por este processo, mas eles se diferenciam da Internet basicamente porque os modos de operação desta diferenciam-se em seus aspectos multimedialidade/convergência; interatividade; hipertextualidade; customização do conteúdo/personalização; memória e, finalmente, instantaneidade/atualização contínua.

⁹ Curiosamente, a chegada dos primeiros computadores às redações deu-se paralelamente à proibição do tabagismo nestes ambientes, não porque o tabaco estava fazendo mal às pessoas que trabalhavam nas redações, mas porque as novas máquinas exigiam cuidados especiais.

¹⁰ Se, no início, era abolida a função da lauda como pré- etapa da fotocomposição e posterior revisão e montagem das páginas, manual, logo estas funções seriam assimiladas pelos próprios editores e repórteres.

¹¹ Na França, o decreto de 5 de julho de 1788 (liberdade de imprensa, ainda que não plenamente), faz com que apareçam cerca de 70 periódicos no período imediatamente anterior à revolução. Quando esta aconteceu e foram proclamados os direitos do cidadão, este número passou para mais de mil. Algo parecido já havia ocorrido na Inglaterra, quando, em 1965, o *Regulation of printing and licencing* é revogado pelo parlamento.

passaram a circular sistematicamente, adquirindo periodicidade e estabelecendo vínculos mais estreitos com as comunidades em que se inseriam. Tornando-se, assim, jornais. Para fins deste artigo, por credibilidade entenderemos um constructo caracterizado, entre outros, pela

- a) força dos argumentos;
- b) pelo reconhecimento da autoridade do autor destes argumentos,
- c) pela evidência de se tratar de um algo elaborado por um ou mais agentes com acesso ao momento em que as ações/decisões ocorrem,
- e, finalmente,
- d) pela aceitação, ainda que difusa, de sua isenção (distanciamento dos interesses), que se relaciona a seu acesso ao fato como observador.

Observe-se que o conceito de credibilidade acima descrito aplica-se principalmente a jornais impressos, revistas, rádios e televisões; suportes que operam com uma lógica operacional em que a referencialidade é externa. Ou seja, onde o escopo; o alimento encontra-se em algum lugar para além das redações. É preciso, portanto, buscá-lo; elaborá-lo; para somente então torná-lo um produto jornalístico. Com a expansão¹² da Internet como suporte para a atividade jornalística – e os webjornais¹³ parecem ser a face mais visível deste momento evolutivo, particularmente nos links onde as notícias são atualizadas constantemente –, esta lógica começa a sofrer alterações substanciais.

A mudança fica por conta do fato de os webjornais operarem predominantemente em uma lógica auto-referencial, nos moldes propostos originalmente por Maturana, e mais tarde incorporados por Luhman (1997) em sua releitura da teoria dos sistemas¹⁴. Ou seja,

¹² O Ibope informa que o número de internautas residenciais que utilizaram a internet atingiu 13,2 milhões de pessoas em fevereiro de 2006, contra 12 milhões de janeiro do mesmo ano. O aumento é decorrência do crescimento do número de pessoas que moram em domicílios que possuem computadores com acesso à rede, que passou de 19,9 milhões para 21,2 milhões. O tempo de navegação foi de 17h33, contra 18 horas em janeiro, refletindo o menor número de dias do mês e os feriados de carnaval. Segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil, em fevereiro, o número de domínios .br chegou a 880.782 contra 866.969 em janeiro.

¹³ Webjornais são os veículos jornalísticos com suporte na Internet, de acordo com a definição de Fernando Artechê Hamilton (2002, On-line): “Consideramos o webjornalismo como a prática do jornalismo (em suas fases de produção, captação, edição e veiculação de notícias) na web, com as novas possibilidades que esta oferece em termos de recursos em todos os aspectos da atividade: da busca de informações em fontes na rede até os instrumentos de veiculação e interatividade. Deve-se levar em conta ainda no webjornalismo a possibilidade de digitalização e manipulação informática de todos os recursos de comunicação: texto, áudio, vídeo e interatividade. Consideramos ainda que webjornalismo é hoje sinônimo de jornalismo on-line”.

¹⁴ Sistemas autopoieticos (ou auto-referenciais) têm a capacidade de produzir as unidades que necessitam para continuar operando, dispensando elementos externos.

tendem a buscar em seu próprio corpo o “alimento” que necessitam, em um processo autofágico. Em o fazendo, invertem o movimento de referencialidade externa próprio dos suportes anteriores. Esta alteração, por sua vez, faz com que haja uma espécie de ruptura em relação ao que vinha ocorrendo até então em termos de modo operacional. Gradativamente, os olhos do jornalista vão se voltando para dentro dos próprios computadores, quando antes olhavam principalmente para fora das redações, onde os acontecimentos ocorriam. Sob esta perspectiva, o que era familiar acaba soando cada vez mais estranho. Considerando que a familiaridade, que é decorrência da convivência (Luhmann, 2005), é uma das pré-condições para que haja confiança, somos impelidos a acreditar que esta mudança abrupta de comportamento acaba por afetar de alguma forma o que entendemos genericamente por credibilidade jornalística.

Há um outro elemento problematizante que deve ser considerado em nossa digressão: o fluxo de produção, personificado na transformação da velocidade em valor (VIRILIO, 1996). Durante muito tempo, o objeto-primeiro do jornalismo foi a notícia, ficando o item velocidade em segundo plano. Fatores como custo de produção e necessidade de novos mercados, entre outros, gradativamente tornam o “chegar mais longe e mais rápido” cada vez mais importante. A escala de valor alterou-se na mesma proporção em que as tecnologias se desenvolveram, até atingirem uma espécie de momento-limite, personificada, quando o assunto é jornalismo, na Internet. Passou a importar, em primeiro lugar, e cada vez mais, a rapidez de veiculação, não necessariamente a qualidade do que estava sendo noticiado.

Estamos, portanto, diante de um problema que se relaciona, de um lado, com a manutenção ou não de valores culturais, neste caso a credibilidade jornalística, enquanto que, de outro, com questões de cunho operacional-tecnológico. Ou, sob outro ângulo, com perspectivas de análise simultaneamente auto e heteroreferenciais. A abordagem auto-referencial, ou sistêmica, fica por conta do fato de admitirmos como pressuposto que os webjornais, para constituírem identidade, valem-se das mesmas formas-acessório (logomarcas, elementos referenciais, hierarquização temática etc.) que seus pares, ainda que de maneira secundária em relação a estes. Ou seja, tomam “emprestada” a identidade destes para constituir/consolidar a sua. A heteroreferencialidade liga-se a questões da ordem do reconhecimento, particularmente em ambientes especializados, caso das redações, e projeta

nosso olhar em direção à produção.

O momento é de ruptura, mas diferenciada

As observações anteriores sugerem que, com a implantação dos webjornais, está-se diante de um momento de ruptura diferenciada em relação aos que se verificou quando da chegada dos suportes anteriores. O diferencial fica por conta do fato de ela seguir os moldes evolutivos observados até então – impresso, revista, rádio e tevê, porque também instauradores de cultura –, mas operar majoritariamente com nuances tecnológicas. Ou seja, a tecnologia segue afetando a técnica jornalística, criando formas, valores e conceitos. Basta observar que o aumento das tiragens por meio da chegada de novas máquinas, ainda no século 19, mudou a linguagem dos jornais e forneceu as bases para paradigmas como o da credibilidade.

Contudo, a influência da tecnologia sobre a técnica parece ser muito mais incisiva neste momento, basicamente porque, ao operar em caráter hegemônico, a tecnologia acaba exigindo adaptações muito diferenciadas das formas de operação técnica. Mudam a linguagem e os procedimentos operacionais, mas também o que sempre se entendeu como jornalismo. Muda, portanto, o local de atuação, que chamaremos, para fins deste artigo, genericamente de território, ou o “(...) conjunto de nossas experiências, (...) relações de domínio e apropriações no/com/através do espaço (...)” (HAESBAERT, 2004). Relações estas que se alteram substancialmente ao longo do tempo, o que nos permite afirmar, por outro lado, que,

se a idéia de território como ‘experiência total do espaço’, que conjuga num mesmo local os principais componentes da vida social, não é mais possível, não é simplesmente porque não existe essa integração, pois não há vida sem, ao mesmo tempo, atividade econômica, poder político e criação de significado, de cultura. Trata-se assim de uma mudança de forma – de uma espécie de ‘deslocamento’ (HAESBAERT, 2004, pp. 78 e 79).

Se isso se dá desta forma é porque o caráter dinâmico do território é regido pelo movimento de seus agentes¹⁵. Assim, a cada novo agente, um novo território, até que este se desterritorialize e resulte em um novo território. É importante salientar que este

¹⁵ “Conjunto de partes conectadas que tem uma consistência” (GOODCHILD apud HAESBAERT, 2004, p. 117).

deslocamento não ocorre de forma aleatória: “O território é um ato, uma ação, uma relação, um movimento (de territorialização e desterritorialização), um ritmo (...) que se repete e sobre o qual se exerce um controle” (HAESBAERT, 2004, p.127).

Observe-se que esta perspectiva é diferente da de Ianni, quando este se refere à desterritorialização como característica “(...) essencial à sociedade global em formação”. (1992, pág. 93-95). Para Ianni, o conceito de desterritorialização está ligado principalmente à noção de perda de identidade (economia, política, cultural etc.), decorrente basicamente do desenvolvimento econômico e tecnológico e das diferenças entre os países. Não considera, portanto, o espaço¹⁶ como “(...) teatro de fluxos com diferentes níveis, intensidades e orientações” (SANTOS, 1997, pág. 53), sejam elas hegemônicas ou não. Ao fazê-lo, descarta a possibilidade de acomodação dos mais diferentes elementos que compõem o espaço.

Esta transformação, ou acomodação territorial, personifica-se, entre outros, na rotina dos repórteres e editores, que, no caso dos webjornais, transformam-se, em um primeiro momento, em produtores de conteúdo¹⁷ – uma das exigências do suporte, dado à sua dinamicidade operacional. Ao fazê-lo, acabam por fragilizar a) sua autoridade como autor e b) a força dos argumentos que ele se vale para construir suas matérias. Algo semelhante pode ser dito em relação aos jornais impressos: a proximidade com um suporte como a Internet, rico em informações e de fácil acesso, acaba por tornando cada vez mais desnecessária a busca de informações em ambientes externos à redação. Estes elementos – circularidade, interrupção da lógica referencial externa; fragilização identitária do autor, para ficarmos em três – acabam por provocar uma espécie de tensionamento, no cerne do qual estaria a ruptura a qual nos referimos anteriormente.

Novas perspectivas operacionais

As considerações feitas até aqui sugerem que estamos diante de novas perspectivas

¹⁶ Espaço como sinônimo de lugar. “Cada Lugar é, desse modo, em qualquer momento, um sistema espacial, não importa qual seja a idade dos seus elementos”. (SANTOS, 1997, pág. 66)

¹⁷ Os produtores de conteúdos se alimentam de matérias requentadas, de *flashes* que copiam de outros sites ou portais, de informações de segunda e terceira mão, sem jamais se deslocar pessoalmente ou se comunicar diretamente por telefone com a fonte ou fontes de informação. Eles pretendem dar os fatos brutos, *news*, sem comentário nem exercício de estilo (ADGHIRNI; RIBEIRO, 2001, p. 55).

operacionais, o que requer ferramentas diferenciadas de observação. Ou, segundo Machado, o momento evolutivo do webjornalismo pressupõe a compreensão de que a tecnologia representa a possibilidade de criação de uma formato distinto de jornalismo. Formato este “(...) em que todas as etapas do sistema de produção de conteúdos – desde a apuração até a circulação – são circunscritas aos limites do ciberespaço” (2003, pág. 35).

Com isso; com a circunscrição da prática jornalística ao ciberespaço, portanto em caráter auto-referencial, sem ambientações exógenas, a tecnologia deixa de se tornar mero suporte e passa a mediar relações, produzindo sentido. Se produz sentido, é porque possibilita sensações (faculdade de sentir), direção (faculdade de se orientar) e significado (faculdade de julgar) – três elementos constitutivos da dimensão perceptiva do hábito¹⁸. (BARROS FILHO e SÁ MARTINO, pág. 71, 2003). Instaura, portanto, cultura. Ao fazê-lo, proporciona a criação de significados (OUTHWAITE e BOTTOMORE, pág. 163, 1996), tornando-se vetor de poder. Mas com uma diferença: o poder não reside mais necessariamente nas inter-relações, como vinha ocorrendo até então. Ele agora de autonomiza, opera em rede e depende majoritariamente da tecnologia para exercer sua razão de ser, tornando o fazer humano secundário. Ele é, então, a própria tecnologia.

É bem verdade que, se olharmos para trás, veremos que não é possível pensarmos em jornalismo sem interferência tecnológica, ainda mais se admitirmos que ela – a tecnologia – é inerente ao sistema social em que nos inserimos. Ou, como apontou Sodré (1999), porque o jornalismo nasce e se desenvolve com o capitalismo, que não existe sem tecnologia. O problema é que há uma diferença substancial entre a tecnologia que se inaugura em 1850, quando da primeira rotativa, e a surgida a partir de 1995, quando os jornais migram para a Internet, transformando esta em um novo e promissor suporte. A primeira serve fundamentalmente para mediar relações e processos. A segunda, mediatiza estas mesmas relações e processos, deslocando para si o vetor do poder e transformando substancialmente sentidos seculares. Resta saber o que significam estes novos horizontes conceituais.

¹⁸ Hábito como “um tipo particular de saber prático, ou seja, de conhecimento voltado para a ação, para a práxis” ((BARROS FILHO e SÁ MARTINO, pág. 69, 2003)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRNI, Zélia Leal; NUNES RIBEIRO, Gilson de Souza. **Jornalismo Online e identidade profissional do jornalista**. In: Revista da Comunicação e Espaço Público: Brasília, UNB, 2001.

BARROS FILHO, Clóvis de; SÁ MARTINHO, Luís Mauro. **O hhabitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.

ELIAS, Norbert. *Sobre o Tempo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998

FERREIRA, Jairo. **O conceito de dispositivo: explorando dimensões de análise**. Ecos Revista. Pelotas: Universidade católica de pelotas – Educat, v. 7, n. 2, jul. – dez. 2003.

FILHO, Ciro Marcondes. **A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2000.

GALIMBERT, Umberto. **Psiche e Techne: O Homem na Idade da Técnica**. São Paulo: Paulus, 2006.

GALINO, Luciano. **Dicionário de Sociologia**. São Paulo: Paulus, 2005.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HAMILTON, Fernando Arteché. **Caiu na rede é notícia: uma análise sociológica do Webjornalismo**. Tese de mestrado. Disponível em: <<http://cehcom.univali.br/monitordemidia>>. Acesso em: 17 de dezembro de 2002.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2000.

IANNI, Octávio. **O príncipe eletrônico**. In: *Enigmas da Modernidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

JOHSON, Alan. **Dicionário de Sociologia – Guia Prático da Linguagem Sociológica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997

LEMONS, André. **Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LUHMANN, Niklas. **Confianza**. México: Anthropos, 2005.

LUHMANN, NNiklas. **A nova teoria dos sistemas**. Porto Alegre: Ufrgs, 1997.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

ORTIZ, Renato. **Cultura e Modernidade**. Editora Brasiliense: São Paulo, 1991.

OUTHWAITE, William; BOTTOMORE, Tom. **Dicionário do Pensamento Social do Século XX**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996

RUIZ, Castor. **Os Labirintos do Poder**. – *O Poder (do) Simbólico e os Modos de Subjetivação*. Porto Alegre: Escritos, 2004

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico científico informacional. São Paulo: Unictec, 1997

SODRÉ, Muniz. **O ethos midiático**. In: *Antropológica do espelho*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SILVERSTONE, Roger. **Mediação**. In: *Por que estudar a mídia?* . São Paulo: Loyola, 2002.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um Tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2005.

VIRILIO, Paul. **Velocidade e Política**. São Paulo: Estação Liberdade, 1976.

A desinstitucionalização da loucura no Rio Grande do Sul: vozes e fontes em *Zero Hora*

Denise Cristina Ayres Gomes ¹

Resumo: Este artigo refere-se a um resumo da dissertação de mestrado que está em processo de elaboração. Nesta pesquisa pretende-se analisar a cobertura do jornal *Zero Hora* (Rio Grande do Sul) sobre a desinstitucionalização da loucura no Hospital Psiquiátrico São Pedro (HPSP), enfatizando o paciente psiquiátrico. Objetiva-se ainda identificar as fontes e reconhecer as diferentes vozes que aparecem em um *corpus* constituído por 21 textos jornalísticos que tratam sobre a reforma psiquiátrica. As ocorrências analisadas são do ano de 1992, quando foi aprovada a lei Antimanicomial, que propõe a remodelação da assistência ao doente mental. Apresentamos algumas análises parciais onde, apesar das várias fontes, o discurso torna-se monofônico, seja ele proveniente de instituições ou mesmo de pacientes. Os textos também constroem o hospital como um lugar decadente e reiteram a necessidade da mudança no sistema.

Palavras-chave: loucura, reforma psiquiátrica, Hospital Psiquiátrico São Pedro, vozes, fontes

Este artigo é um resumo da dissertação ainda em fase de elaboração intitulada “A desinstitucionalização da loucura no Rio Grande do Sul: fontes e vozes em *Zero Hora*” e objetiva investigar a cobertura do jornal *Zero Hora* (ZH) sobre a desinstitucionalização da loucura no Hospital Psiquiátrico São Pedro, enfatizando a figura do paciente psiquiátrico. Como objetivos específicos, pretende-se identificar as fontes e reconhecer as diferentes vozes que aparecem nas matérias jornalísticas. Parte-se do pressuposto de que a doença mental, além de ser um fenômeno de ordem psíquica, constitui-se numa problemática cultural e discursiva, inserida na história e cujo sentido não nos é dado *a priori*, mas construído pelas enunciações do discurso.

O *corpus* de análise é constituído a partir do material jornalístico do jornal *Zero Hora*, por ser este o diário de grande importância na região Sul e que deu destaque ao assunto através de

reportagens, notícias, editoriais e colunas. Elegemos o ano de 1992 porque foi o ano de aprovação da lei da reforma psiquiátrica de autoria do deputado estadual Marcos Rolim (PT).

No primeiro capítulo, dedicado à interpretação social da loucura através dos tempos, verificamos que é com o aparecimento da psiquiatria como especialidade médica, na passagem do século XVIII para o XIX, que surgem um saber e um poder autorizados para lidar com a loucura ou, como atualmente se denomina, transtorno psiquiátrico. Mas o que hoje se entende como doenças da mente, constituiu-se, ao longo dos séculos, em conteúdos diversos e interpretações sociais determinadas.

O século XVIII demarca um redirecionamento da medicina que, deixando de ser arte, passa a adotar critérios científicos na busca da cura, trata-se do nascimento da medicina moderna. É nesta época também que o hospital passa a ser instrumento terapêutico, destinado a curar e não mais um lugar de assistência aos pobres e desvalidos, quando, a partir de 1780, os médicos passam a visitar sistematicamente os hospitais e a observar os pacientes.

O hospital era mais um lugar em que se esperava a morte do que uma instituição que poderia curar. A função primordial era conseguir a salvação do doente, de acordo com Foucault (2004 a, p.102), possuía mais uma função caritativa para salvar a alma do desvalido. Por isso, era constante a presença de ordens religiosas nesses locais e raramente o médico estava presente. Lá se misturavam não somente os enfermos, mas prostitutas, loucos, devassos e toda espécie de marginal.

Além da medicalização dos hospitais, a loucura deixa de ser vista a partir de critérios filosóficos, demonológicos e de passionalidade, e é o médico que, através do olhar, da busca, da pesquisa e da observação quem vai buscar a causa dos males no indivíduo.

¹ Mestranda em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio do Sinos. Especialista em Comunicação Social pela Universidade Federal do Par e ex-assessora de imprensa de instituições médicas.

O trato com a loucura ganha novos contornos quando, na passagem para o século XIX, surge a primeira especialidade médica, a psiquiatria. O alienismo, como era chamado à época o trato com os loucos, tem como marco o gesto do médico Philippe Pinel que liberta os insanos das correntes nos hospitais de Salpêtrière e Bicêtre na França. O emblemático ato do pai da psiquiatria propiciou que o louco passasse a ser considerado a partir de uma problemática específica, um novo *status*.

Ao mesmo tempo que a atitude pineliana liberta os loucos das correntes, é a partir da criação dos hospícios, o espaço específico para os insanos, que vão ser desenvolvidas diversas técnicas de controle, disciplina, isolamento e cura muito mais sutis.

Desse modo, a inovação de Pinel instaura a passagem do século XVIII para o XIX é a concepção da **loucura** enquanto **doença**. Isso significa transformá-la em objeto específico de conhecimento médico (...). A medicalização não se resume, então, somente ao confisco do louco das prisões, na aplicação de uma terapêutica medicamentosa ou na objetivação da doença e do doente – pois esse é apenas um primeiro passo – mas sobretudo, e fundamentalmente, significa a definição de um novo *status* jurídico, social e civil para o louco, transformando-o, finalmente, em doente mental (SCHIAVONE, 1997, p. 71).

O século XIX é chamado o “Século dos Manicômios” porque tanto no Brasil, como principalmente na Europa, ocorre a construção de muitos hospícios. Embora Pinel e outros discípulos defendessem uma concepção pedagógica para o manicômio, cada vez mais, excluía-se os considerados insanos como forma de bani-los da sociedade. Os manicômios, por outro lado, ficavam lotados de todo tipo de indivíduo que não se enquadrava às regras sociais e acabavam internados. A vadiagem, a desordem ou a insubordinação são punidas com prisões ou a internação em hospícios.

A psiquiatria se constitui no Brasil no século XIX., quando é fundado, em 1852, o Hospício D. Pedro II no Rio de Janeiro. Mesmo assim, o hospital não abrigava somente insanos,

estes ainda eram remetidos às cadeias públicas junto com prostitutas, marginais, mendigos, escravos infratores, portanto, não havia uma terapêutica destinada aos doentes mentais.

A psiquiatria não desempenha somente o papel de uma especialidade médica, mas assume uma postura de intervenção na sociedade. Uma vez institucionalizada nas faculdades, hospitais, associações médicas e hospícios será um dos suportes do Estado para o controle social, já que detém as técnicas de controle disciplinares. A psiquiatria ancora-se na medicina social para instituir-se como saber e exercer a autoridade, confere-lhe um novo sentido as suas atividades que, até então, limitavam-se a combater a doença e a morte².

A criação de sociedades de medicina foi um fator importante para a organização dos profissionais na busca por reconhecimento social e poder junto ao estado. Um dos objetivos era normatizar a profissão. As faculdades de medicina também contribuem para a reiteração do saber deste campo. As primeiras surgiram na Bahia e no Rio de Janeiro, em 1832, e empreendem uma vigorosa batalha contra os charlatães. É mais uma tática para legitimar-se socialmente e definir sua atuação. A rede de instituições médicas concorrem para a seqüestro do louco porque detêm o poder discursivo de julgar o que é são e o que é patológico.³

Já no século XX, com o desenvolvimento da tecnologia e da ciência, o doente mental passa a ser visto como um cidadão e, muitos deles, apesar de tutelados pelo estado são capazes de reintegrar-se ao convívio. A ciência busca, cada vez mais, as causas da patologia e com tratamentos diversos que incluem terapias, medicamentos, terapia ocupacional e atendimento assistencial muitos internos conseguem sair dos portões dos manicômios e conviver com outros

² Somente com a reconfiguração da produção do saber médico que houve o deslocamento da intervenção sobre a doença ou a tentativa de evitar a morte para a busca da prevenção e a promoção da saúde. O grande salto aconteceu na Europa com a medicina anatomopatológica, onde o olhar médico vai buscar no corpo inerte a compreensão da doença e agir *a priori*, antes que o mal se instale.

³ De inspiração positivista, a Constituição Estadual da Província do Rio Grande do Sul, de 1891, liberava a exigência de títulos e diplomas para o exercício profissional. Somente em 1932 a medicina e profissões afins são regulamentadas.

ex-pacientes ou até familiares. Surgida a partir das idéias de Franco Basaglia, a desinstitucionalização da loucura tem ensejado inúmeras iniciativas no mundo e no Brasil.

Dessa forma, vimos neste capítulo um panorama sobre as várias formas de se compreender a loucura durante as épocas e como esta torna-se uma problemática social e acaba sendo institucionalizada. Analisamos o nascimento de um novo sujeito, que passa a ser controlado e classificado, significando, portanto, uma mudança não somente de ordem econômica ou social, mas também de cunho ideológico e moral.

No capítulo II, intitulado *Jornalismo e poder*, fazemos uma correlação entre essa atividade de objetivo social que possui a força de configurar a realidade através de construções simbólico-discursivas. O texto jornalístico tem uma materialidade discursiva que expressa sentidos diversos, que não nos é dado *a priori*.

Os meios de comunicação detêm o poder simbólico de (re)apresentar dados e informações sobre os mais diversos acontecimentos através de um discurso que, normalmente, é tomado como verdadeiro, espelho da realidade. O enunciado não é visto como algo construído, tencionado, selecionado, mas é percebido de forma transparente, relato objetivo do acontecimento e, portanto, inquestionável.

O jornalismo adquire importância significativa em nossa sociedade na medida em que, ao selecionar e transformar alguns fatos em notícias, ajuda a construir a realidade social. O discurso jornalístico constrói modelos de compreensão da realidade e por isso é ideológico e intervém de maneira simbólica no social. Ideologia entendida aqui como um conjunto de idéias e conceitos que permeiam os valores sociais, atuam no discurso e no comportamento dos indivíduos.

O discurso jornalístico é também um dispositivo de poder que se articula a uma rede de instituições. As formas como esse poder é exercido através dos tempos variam conforme os

interesses dos grupos dominantes e as condições sócio-históricas, porém, cada vez mais, tendem a tornarem-se formas de controle tão persuasivas que passam a ser introjetadas e “naturalizadas”.

E ao jornalista é conferida a autoridade de selecionar e definir o que é notícia, deixando de lado uma infinidade de informações as quais o público, provavelmente, não terá acesso. Entre o fato e a notícia existe uma série de mediações que vão desde os critérios editoriais, a definição das fontes ou o destaque dado à matéria.

A luta que é travada no interior do campo do jornalismo gira em torno do ato de nomear, pois, nele, se encontra o poder de incluir ou de excluir, de qualificar ou desqualificar, de legitimar ou não, de dar voz, publicizar e tornar público. Este poder se concentra em quem escolhe a manchete, a foto, a notícia de primeira página, o espaço ocupado, o texto assinado ou não. É esta a luta que os jornalistas travam no interior do campo do jornalismo em suas concretas e históricas relações de trabalho (BERGER, 2003, p. 22).

O jornalismo é um instrumento de objetivação da realidade e é justamente o princípio da transparência que lhe confere credibilidade. A empresa jornalística tem suas próprias rotinas que interferem no fazer jornalístico e também na seleção do que é prioritário para tornar-se notícia. Isso implica no que vai ser tornado público e no que vai ser omitido, ou seja, na seleção das informações, na escolha de fontes, na apropriação de vozes ou no seu silenciamento.

Neste estudo sobre a desinstitucionalização da loucura, as matérias têm como foco o paciente frente à reforma psiquiátrica. Tais relatos jornalísticos o caracterizam, conferem-lhe um *status*, definem um *locus*, assim como fizera o discurso médico. Através desses enunciados⁴ este ser social é então, esquadrihado, classificado, considerado como o diferente, aquele que está confinado, que tem gestos incompreensíveis, precisa ser tutelado, em oposição os que estão do lado de fora dos portões do Hospital São Pedro e, por isso, considerados normais, podendo transitar e agir livremente.

Ora, logo percebi que a unidade do objeto “loucura” não nos permite individualizar um conjunto de enunciados e estabelece entre eles uma relação ao mesmo tempo descritível e constante. E isso ocorre por duas razões. Cometeríamos um erro, seguramente, se perguntássemos ao próprio ser da loucura, ao seu conteúdo secreto, à sua verdade muda e fechada em si mesma, o que se pôde dizer a seu respeito e em um momento dado: a doença mental foi constituída pelo conjunto do que foi dito no grupo de todos os enunciados que a nomeavam, recortavam, descreviam, explicavam, contava seus desenvolvimentos, indicavam suas correlações, julgavam-na e, *eventualmente, emprestavam-lhe a palavra*⁵, articulando em seu nome, discursos que deviam passar por seus (FOUCAULT, 2004c, p. 36).

Assim, esses excluídos dificilmente tornam-se fonte ou possuem voz nas matérias, embora sejam o objetivo principal do relato e, quando aparecem, através dessa rede de relações que Foucault denominou de formações discursivas, ou seja, os indivíduos assumem outras vozes, dispersam-se em vários sujeitos e falam de lugares variáveis. Em outras palavras, é aquilo que pode e deve ser dito, em oposição ao que não pode e não deve ser dito. Um mesmo sentido pode estar disperso em enunciados distintos, daí a importância de se observar a regularidade de certas regras que o definem.

O ato de escolher as palavras e denominar um sujeito é também um ato de omissão, porque seleciona-se, emoldura-se e padroniza-se o que é múltiplo, disperso, subjetivo. Por isso, o discurso jornalístico é também um exercício de poder, um “olhar” que distingue e demarca os sujeitos, uma instância de poder que, junto com outras instituições, constrói o objeto, dando-lhe visibilidade e atribuindo-lhe sentidos.

No jornalismo contemporâneo, ideais como a objetividade, veracidade, neutralidade são buscados de modo a produzir um efeito de real, uma vez que a credibilidade é seu maior valor.

O repórter exerce uma atividade interpretante a partir de um evento e produz um texto, mas antes disso, houve um encadeamento de processos como a escolha da pauta, o

⁴ Enunciado aqui entendido segundo a noção foucaultiana, no livro *A arqueologia do saber*, que implica em diferentes em sua forma, dispersão no tempo, a formação de um conjunto quando se referem a um único e mesmo objeto.

⁵ Grifos meus

desenvolvimento do fato no contexto social, o ângulo a ser abordado, e enfim, a geração da notícia. Para obter informações, o jornalista recorre às fontes (pessoas ou instituições) e, como parte de um processo, acontecem várias mediações entre a ocorrência até a notícia. Por isso, um acontecimento, por si só, não gera notícia, ainda que tenha impacto suficiente, se não houver a participação das fontes.

“Acredita-se que o bom jornalista seja aquele que usufrua de uma grande rede de fontes, condição para que uma matéria não seja apenas um emaranhado de dados oficiais e interesseiros. É fácil perceber quando uma cobertura se limita a poucas fontes ou amplia as visões ou observações” (HENN, 2002, p.30).

O jornalista é um dos sujeitos constituintes do discurso, por isso, é também uma voz que compõe, disputa, atravessa e interage com diversas outras, num jogo polifônico e dialógico, ou seja, a condição do sentido do discurso. Esse entrecruzamento de vozes, no entanto, pode significar um texto monofônico, pois há uma perspectiva única, ainda que existam várias fontes, como veremos mais adiante nas matérias analisadas.

No terceiro capítulo, dedicado à história do Hospital São Pedro, observamos que a instituição passou por diversas fases desde que foi fundada em 1884. A que nos interessa em nosso estudo, culmina com a aprovação da lei da reforma psiquiátrica, em 1992 e exacerba um debate sobre o fechamento da instituição. A imprensa, inclusive, desempenha um importante papel, junto com outras instituições, ao divulgar a precariedade do sistema manicomial e a possibilidade de uma nova forma de tratamento que preconiza a convivência em sociedade do doente mental.

Quanto à desinstitucionalização da loucura, veremos no item seguinte desta pesquisa. Neste, faremos o caminho inverso, observando como o Hospício São Pedro estabeleceu-se no Rio

Grande do Sul e qual o papel desempenhado para reunir tantos discursos em prol da necessidade de construí-lo como um local para receber os insanos.

A partir de meados do século XIX, em plena vigência da medicina social no Brasil, quando percebe-se a necessidade de eliminar a periculosidade representada por certos indivíduos, organizar o espaço urbano e combater as doenças, as atenções voltam-se para um determinado sujeito social: o louco⁶. A sociedade começa então, a se mobilizar para retirá-lo das ruas ou das cadeias e reivindicar-lhe um espaço próprio, que possa oferecer tratamento.

Os apelos para a construção do manicômio provêm da Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre porque é esta instituição hospitalar que primeiro acolhe os loucos. Entre os anos de 1859 e 1863, é criado o Asylo dos Alienados, um espaço específico para os insanos em uma das enfermarias da Santa Casa. Mas, ao contrário de cumprir com o objetivo de cuidar dos loucos, que ficam misturados a criminosos, o local sofre com a falta de vagas e carece de uma terapêutica específica para os alienados.

Colocado ao lado dos inválidos (cuja definição não é dada pelo Provedor, mas que supõe-se sejam indivíduos incapacitados para o trabalho) e diferentes dos outros internos, os alienados são considerados da mesma maneira: deserdados da razão, em desacordo com as normas sociais, portanto incapazes de produzir, só trazem despesas e sofrimentos (WADI, 1996, p. 40).

Em 1879, é lançada a pedra fundamental do então denominado Hospício São Pedro, situado em uma chácara na estrada do Mato Grosso (atual avenida Bento Gonçalves), local distante do centro da cidade, amplo, arborizado, portanto, apropriado para o tratamento dos doentes. E, finalmente, no dia 29 de junho de 1884, é inaugurada a instituição que recebe o nome do padroeiro da província e homenageia São Pedro.

⁶ De acordo com o que expusemos, não é apenas o louco que é sujeito a ser disciplinado e controlado, mas, no caso em questão, é este indivíduo que nos interessa.

A exemplo de outros hospícios do Brasil e da Europa, assim que o espaço começa a funcionar, recebendo 41 insanos, logo o número de internações aumenta. Os discursos das diversas instituições sociais, principalmente a medicina, dão o suporte para o seqüestro do louco e sua manutenção no hospício. A criação da Faculdade Livre de Medicina e Farmácia de Porto Alegre, em 1898, significa a extensão de uma rede de setores sociais que se articulam na produção de saber e na busca do reconhecimento social da profissão.

Assim acontece a institucionalização da loucura do Rio Grande do Sul com a criação do Hospício São Pedro. No século XX, o estabelecimento passa por diversas transformações uma vez que o entendimento sobre a doença mental adquire novos contornos. Com o desenvolvimento da tecnociência e, conseqüentemente, as mudanças que acontecem na sociedade, redefinem-se os conceitos sobre o normal/patológico e daí decorrem o tratamento, a autonomia, o confinamento ou a interdição, enfim, busca-se o entendimento sobre toda a forma de loucura, hoje denominada transtorno psíquico. Cada vez mais, a ciência detalha, classifica, busca tratamentos e se apóia na tecnologia para legitimar seu saber e ser reconhecida pela sociedade.

Ainda no capítulo III, abordamos a questão da reforma psiquiátrica, objeto de nossa pesquisa. A partir da década de 60, toma vulto na Europa, especialmente na Itália, o movimento da Luta Antimanicomial que visava substituir o modelo tradicional de assistência ao doente mental, centrado no hospício, por uma rede de assistência que pudesse inserir o paciente no convívio social.

No Brasil, os movimentos em prol da reforma psiquiátrica foram desencadeados em 1978, a partir de uma greve ocorrida no Ministério da Saúde. A mobilização detona uma crise no setor e aponta as falhas na estrutura de atendimento.

A condenação do sistema asilar objetiva não somente o aperfeiçoamento ou a humanização, mas questiona os próprios pressupostos da psiquiatria, a crítica de seus efeitos de

normatização e controle. Mas um dos passos decisivos para a implantação da lei que reformulasse os hospitais psiquiátricos somente aconteceu em setembro de 2000, quando a I Caravana de Direitos Humanos da Câmara de Deputados percorre sete estados brasileiros e revela que, em 19 instituições, havia um quadro de violação dos direitos humanos. À época, o deputado federal Marcos Rolim (PT/RS) era o Presidente da Comissão de Direitos Humanos do Legislativo.

A caravana conclui que, em muitas dessas instituições, poderia haver um sistema alternativo de tratamento que reabilitasse socialmente o doente e não cronificasse ainda mais a doença. O caos encontrado nas instituições leva o então deputado estadual Marcos Rolim a propor um projeto de lei para reformar o sistema psiquiátrico no estado do Rio Grande do Sul.

Um texto parecido de autoria do deputado Paulo Delgado (PT) já tramitava no Congresso desde 1989 e para mudar o sistema de assistência ao doente mental. Somente em abril de 2001, o texto foi aprovado. No estado gaúcho, a precariedade do sistema de tratamento em saúde mental e as pressões sociais acabam mobilizando os parlamentares que votaram por unanimidade pela aprovação do projeto de Rolim que, em 7 de agosto de 1992, converteu-se na primeira lei estadual que tratou do assunto no país, a de número 9.716, que ficou conhecida como a lei da reforma psiquiátrica.

Desde então, algumas iniciativas têm sido realizadas para reinserir o paciente no convívio social, dotando-o de uma liberdade assistida para que ele possa viver com a família ou ao lado de ex-internos. Além disso, a lei prevê a substituição do atual modelo por uma rede de assistência psicossocial. leitos.

Por fim, o último capítulo é dedicado à metodologia e a análise de duas matérias que compõem o *corpus*. Esta pesquisa insere-se nos estudos de jornalismo que se dedicam às fontes e às vozes. Optei em pesquisar as doenças mentais no Hospital Psiquiátrico São Pedro porque é o

locus institucionalizado para as pessoas consideradas “anormais” e foi a primeira instituição especializada no trato com os insanos.

O *corpus* compõe-se de vinte e um registros entre notícias, reportagens, colunas, artigos e editoriais, selecionadas conforme o critério de palavras-chave no arquivo de Zero Hora, onde foram buscados registros sobre “reforma psiquiátrica” e “hospital São Pedro”. Posteriormente foram selecionadas matérias atinentes a ambos os assuntos, mas para este artigo, analisaremos duas reportagens.

Matéria 1

Órgão: Zero Hora (12/01/92)

Editoria: saúde

Gênero: reportagem

Página: 26 e 27

Autor: não consta

Título: “O mundo de Argeu acaba num portão”

Chapéu: “A cidade dos esquecidos”

Subtítulos: “O tempo apaga até as melhores lembranças”

“Miséria, uma doença que não pode ser curada com remédios”

“Assembléia vai discutir o fechamento do hospital”

“Ivete e Paulo vivem sua própria felicidade. São namorados”

Retranças: “Guarda”; “Medo”; “Realidade”; “Fregueses”; “Passado”; “Bananeiras”.

Olhos: “Se medicados como mandam os médicos, 70% dos pacientes poderiam viver com suas famílias”.

“Fechadas num pátio de muros altos, estão dez crianças. Sem qualquer futuro”.

Caracterização geral

A matéria trata das condições em que vivem os internos do Hospital São Pedro e discute o então projeto de lei que dispõe sobre a reforma psiquiátrica e seria votado na Assembléia Legislativa.

Análise

- O discurso médico é amplamente utilizado como fonte de referência na matéria

O poder legitimado da medicina determina o que é *são* e o que é *patológico*. O discurso médico é fonte constante e é ele quem classifica os internos do Hospital São Pedro como *moradores* àqueles que lá residem porque não têm para aonde ir; e *pacientes*, àqueles que precisam de tratamento, portanto, são submetidos à atuação de um poder disciplinador.

- A matéria utiliza o exemplo de um paciente para generalizar o drama vivido pelos internos

O texto conta a história de Argeu que torna-se um exemplo da situação dos demais internos que poderiam viver com suas famílias, caso fossem aceitos. O título “O mundo de Argeu acaba num portão” faz deste interno um personagem, cuja história é semelhante a de seus companheiros. No entanto, apesar das diversas informações sobre ele, este sujeito não tem voz e apenas deve ter servido como fonte para o jornalista.

- O texto faz uma contraposição entre *são* e *patológico*

O título “O mundo de Argeu acaba num portão” e o chapéu “A cidade dos esquecidos” enfatizam um *locus* para os doentes psiquiátricos. A “cidade” possui um espaço delimitado por um “portão” que delimita também quem é doente e então faz parte desta “Cidade dos esquecidos” e, por inferência, aqueles que estão fora dela, são saudáveis mentalmente e não precisam estar confinados. Também é notória a voz do jornalista para nomear e classificar os internos.

O olho “Fechadas num pátio de muros altos, estão dez crianças. Sem qualquer futuro” também reafirma esta dicotomia entre a doença e a sanidade porque circunscreve o espaço para os doentes. Além disso, a frase “Sem qualquer futuro” tipifica um grupo de pessoas que, por estarem fechadas, são doentes e não têm perspectivas. A tipificação se faz pela voz do jornalista que observa o ambiente e o qualifica.

- A reportagem constrói o manicômio como um *locus* decadente

O título e o chapéu evocam um lugar sitiado, fechado por um portão que impede os internos de terem acesso ao mundo exterior. A voz do jornalista aparece implícita ao discurso que narra as impressões sobre o manicômio. O relato possui o tom de veracidade, característico do jornalismo, que resulta no efeito de realidade. Pode-se observar a decadência e a marca do jornalista nos exemplos: “Uma mulher esquelética, nua, com um monte de comia podre esparramada pelo chão, encostada num pilar na Unidade Esquirol, é como se fosse o cartão postal do setor de moradia.”

“Ela faz gracinhas para o Guarda, um negro baixinho, com um capacete da Riocell, de casacão e com um cinturão onde há um coldre velho. Ele não fala...O seu olhar é parado, e há uma baba branca em um dos cantos da boca”.

“O dia-a-dia da maioria dos 825 funcionários do São Pedro é pesado”.

- A matéria utiliza demasiadamente os adjetivos

O texto utiliza deste recurso principalmente para descrever alguém e desqualificar. Tal tipo de construção é parte da estratégia do discurso para erigir uma imagem decadente do hospício. A voz do jornalista aparece implicitamente nas observações em detrimento de outras fontes e vozes. Essa afirmação pode ser comprovada nos exemplos: “velhos prédios”; “mulher esquelética”; “indiferentes companheiras”; “negra velha desdentada”; “negro velho”; “profunda depressão”; “homem velho”; “estatura baixa”; “um corredor estreito faltando ladrilhos”; “pequenas salas com móveis velhos”; “um garoto mulato, magro, de uns 12 anos, muito agitado”; “ambiente pesado”.

- O texto induz ao erro

O subtítulo “Assembléia vai discutir o fechamento do hospital” e o corpo da matéria centram-se no encerramento das atividades da instituição conforme proporia o projeto de lei que dispõe sobre a reforma psiquiátrica. No entanto, o texto legal apenas propõe formas alternativas de atendimento ao doente mental e proíbe a criação de leitos psiquiátricos em manicômios. No caso, o autor do projeto de lei deveria ter sido utilizado como fonte de informação para elucidar possíveis dúvidas e evitar que o texto levasse a deduções errôneas. Sob esse subtítulo, apenas duas fontes aparecem no texto, sendo que nenhuma delas tem correlação com o projeto de lei.

Matéria 2

Dados de identificação

Órgão: Zero Hora (19/07/92)

Editoria: Geral

Gênero: reportagem

Página: 34 e 35

Autor: Gilberto Jasper Jr.

Título: “A humanização ganha espaço com a reforma dos hospitais psiquiátricos”

Chapéu: “psiquiatria”

Subtítulos: “Lei substitui manicômios por assistência ambulatorial”

“Programa prevê a criação de pensões nos municípios”

“Hospital São Pedro está recusando pacientes”

“Experiência em São Lourenço é modelo”

Retranças: “desafio”; “omissão”; “Nova Vida”; “agentes”

Olhos: não constam

Caracterização geral

A matéria aborda as mudanças advindas da aprovação da lei da reforma psiquiátrica, suas repercussões no Hospital São Pedro e mostra uma experiência-modelo de desinstitucionalização de pacientes.

Análise

- A matéria esclarece a lei da reforma psiquiátrica

Ao contrário das outras matérias que, ao longo do ano de 1992, alardearam a extinção dos manicômios, o texto em exame deixa claro o que propõe o texto legal. O autor do projeto de lei é utilizado como fonte para reiterar a necessidade da reforma no modelo de atendimento em saúde mental. No entanto, o subtítulo “Lei substitui manicômios por assistência ambulatorial” indica que tais instituições serão extintas devido ao novo modelo. A generalização, mais uma vez, compromete o entendimento do leitor que, caso se atenha somente ao subtítulo, não ficará devidamente informado sobre a lei.

- O texto em exame compõe uma imagem ruim dos manicômios.

O título já indica o enfoque da matéria “Humanização ganha espaço com a reforma dos hospitais psiquiátricos”. Esta afirmação leva à inferência de que o modelo atual é desumano, daí a necessidade de reformulá-lo. É a própria voz do jornalista interferindo no discurso conferindo o tom da matéria.

O texto também faz uma afirmação generalizada que, na verdade, trata-se da voz do jornalista que generaliza uma imagem acerca dos manicômios com o objetivo de criar o efeito de realidade. Pode-se verificar esta colocação no período seguinte: “Os hospitais psiquiátricos sempre foram instituições ligadas à idéia de choques elétricos, medicação maciça e ausência total de possibilidade de reintegração social”. A asserção é construída de forma a dar a impressão de que todos compartilham da mesma opinião.

- Fontes contrárias à lei da reforma psiquiátrica não aparecem na matéria

Assim como nas demais matérias que compõem o *corpus*, fontes contrárias à lei da reforma psiquiátrica não aparecem no texto. O jornalista se deteve em apresentar pessoas e instituições que corroborassem o texto legal. Apenas o diretor técnico do Hospital São Pedro afirma que a lei não mudaria o tratamento dispensado no hospital. O jornalista se limitou em informar que procurou duas fontes contrárias ao projeto de lei e não obteve resposta.

- A voz dos pacientes não aparece na reportagem

Embora os pacientes sejam as pessoas diretamente afetadas pelo modelo de assistência à saúde mental, sua voz não aparece no texto. O discurso dos internos carece de credibilidade, uma vez que eles estão confinados por não serem considerados pessoas “normais”, por isso, o

jornalista recorre a outras fontes para compor a matéria. Apenas as fontes que possuem representatividade social são ouvidas.

Conclui-se, portanto, que ocorre a construção de um discurso que, *a priori*, possui as fontes autorizadas para legitimá-lo e reafirma o que já está instituído. Nestes últimos dois séculos, em que a loucura passou a ser objeto de interesse social, apesar dos avanços tecnocientíficos, o paciente psiquiátrico continua sem voz na sociedade ou apenas assume outras vozes para reiterar o discurso de instituições como aconteceu em outras matérias que compõem o *corpus*, mas não foram aqui analisadas.

O jornalista coloca no texto suas impressões sobre o hospital, os pacientes e o tratamento. Aos poucos, constrói uma narrativa que conduz o leitor a condenar o modelo vigente na instituição e a pensar na nova proposta de desinstitucionalização dos pacientes.

O próprio discurso midiático oculta os mecanismos de sua produção construindo uma realidade, apropriando-se do fato e veiculando-o como o real. Esse mecanismo de ocultamento de quem produz o texto provoca uma “naturalização” do discurso, ou seja, produz um efeito de verdade.

A não-neutralidade do discurso jornalístico é percebida também através desse “silenciar” dos pacientes, no ocultamento de suas vozes, e na busca por fontes “autorizadas” e vozes que reiterem a necessidade de se realizar a reforma psiquiátrica e abandonar o modelo hospitalocêntrico. Ao longo do ano de 1992, os textos jornalísticos procuraram evidenciar as mazelas do antigo modelo, a ineficiência dos manicômios e abordaram as vantagens da reforma psiquiátrica. Percebe-se que as matérias tomaram o novo modelo como um “ideal” de tratamento e deixaram de focar vários outros aspectos sobre o paciente psiquiátrico. Verifica-se também que as fontes contrárias à reforma não aparecem nas páginas do jornal, tornando o discurso monofônico.

Assim, o negar a fala para certas instituições, aos pacientes ou mesmo a falta de uma postura clara do jornal diante dos fatos, já que ele apenas se pronunciou uma única vez através de editorial, leva a considerar o periódico distante dos ideais jornalísticos na busca da verdade, da pluralidade das fontes e vozes e da neutralidade. Essas características reforçam a tese do jornalismo como construção da realidade e o ocultamento dos mecanismos de produção da notícia que acaba sendo tomada como o real.

Bibliografia

BERGER, Christa. *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2ª ed., 2003.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 20ª ed. São Paulo: Graal, 2004a

_____. *O nascimento da clínica*. 6ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004b

_____. *A arqueologia do saber*. 7ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004c

HENN, Ronaldo. *Os fluxos da notícia*. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

PESSOTTI, Isaías. *O século dos manicômios*. São Paulo: Editora 34, 1996.

SCHIAVONI, Alexandre Giovani da Costa. *A Institucionalização da loucura do Rio Grande do Sul: O Hospício São Pedro e a Faculdade de Medicina*. Porto Alegre: 1997, fotocópias da dissertação de mestrado apresentada no programa de pós-graduação em história da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

WADI, Yonissa Marmitt. *“Palácio para guardar doídos”: uma história das lutas pela construção do hospital de alienados e da psiquiatria no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre, 1996, fotocópias da dissertação de mestrado apresentada no programa de pós-graduação em história da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Mídia, fundamentalismo e terror: a lógica da barbárie

Deodoro José Moreira ¹

Resumo: O termo fundamentalismo adquiriu uma conotação fortemente negativa após os ataques aéreos de 11 de setembro de 2001 contra os Estados Unidos, e a mídia impressa (nosso objeto de estudo) é uma das responsáveis por construir uma imagem distorcida do islã, associando-o, sistematicamente, a terrorismo e violência. Neste trabalho, examinamos as construções da mídia, analisamos e contextualizamos historicamente o fundamentalismo e o terrorismo, tendo como foco a mídia impressa nacional, mais especificamente, matérias veiculadas no jornal *Folha de S.Paulo* e nas revistas semanais *Veja*, *CartaCapital* e *IstoÉ*.

Palavras-chave: Fundamentalismo, terrorismo, mídia, globalização, jornalismo

Pós-modernidade e globalização

Após os ataques aéreos de 11 de setembro de 2001 contra os Estados Unidos, a mídia² passou a disseminar uma palavra que até então parecia um pouco distante dos leitores: o fundamentalismo. Nascido na modernidade, o movimento (fundamentalista), inicialmente religioso e monoteísta, é construído pela mídia na pós-modernidade de um modo, no mínimo, controverso: está carregado de negatividade, pois, constantemente, aparece associado ao terror. É difícil encontrar alguém que não tenha ainda lido ou ouvido falar de fundamentalismo islâmico. A associação ao islã, por vezes proposital e preconceituosa, deturpou o verdadeiro sentido da palavra. Nosso objetivo é apontar, utilizando exemplos, como a mídia impressa, especificamente um jornal diário de circulação nacional (*Folha de S.Paulo*) e revistas semanais de informação (*Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital*), faz essa associação, construindo uma imagem distorcida dos muçulmanos

¹ Mestre e doutorando em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e professor de jornalismo na Unilago (São José do Rio Preto – SP).

² Impressa, mais especificamente, por ser nosso objeto de estudo.

no Brasil e um entendimento incorreto do que vem a ser, na verdade, fundamentalismo.

Antes, porém, de iniciarmos a análise em relação à mídia, é fundamental que haja um entendimento das circunstâncias que levaram a esse estado de coisas explicitado acima.

É imprescindível entendermos a origem do fundamentalismo, que é cristã e não islâmica. Antônio Flávio Pierucci (2004) acentua que “como figura histórica original, o fundamentalismo é cristão, ocidental e protestante. Mais especificamente, filho do protestantismo conservador do sul dos Estados Unidos. O Estado do Tennessee é seu ícone geográfico” (PIERUCCI, 2004: www.comciencia.br/200407/reportagens/12.shtml, acessado em 20 de novembro de 2005).

Não deixa de ser um paradoxo, o fundamentalismo nascer nos Estados Unidos e na atualidade estar associado, erroneamente, diga-se de passagem, ao islã, em tese, o principal foco da carga de negatividade que o termo assumiu a partir do evento de 11 de setembro de 2001.

Quando surgiram, entre 1909 e 1915, os fundamentalistas se colocavam em uma posição contrária à modernidade, ou seja, eram antimodernos. Ressalte-se que o termo fundamentalismo só veio a ser utilizado em 1920 pelo reverendo Curtis Lee Laws, editor do jornal *Watchman Examiner*. “Seu objetivo básico era defender o princípio da plena inspiração divina da Bíblia. Para os fundamentalistas, a Bíblia foi totalmente inspirada por Deus. (...) Estando escrito no livro sagrado, não há o que discutir” (PIERUCCI, 2004: www.comciencia.br/200407/reportagens/12.shtml, acessado em 20 de novembro de 2005).

Não é exagero afirmar que o fundamentalismo nasce no contexto da modernidade, mas negando a própria modernidade. A principal reação se dá contra a teoria evolucionista de Darwin, isso em 1925. Como a Bíblia diz que Deus criou o homem, os fundamentalistas lançaram-se em luta obsessiva contra a tese darwinista, que afirma que o homem descende

do macaco por seleção natural. Negando a evolução biológica, os fundamentalistas acabariam por contaminar o próprio nome deixando-o carregado de negatividade. “Foi uma interessante reviravolta mediada pela mídia: perante a opinião pública, a agressiva militância fundamentalista acabou maculando seu nome com a pecha de intolerância-com-ignorância” (PIERUCCI, 2004: www.comciencia.br/200407/reportagens/12.shtml, acessado em 20 e novembro de 2005).

Isso, sem dúvida, explica, em parte, e nisso comungamos da opinião de Pierucci, porque a mídia ocidental trata de maneira ofensiva os radicais islâmicos que pertencem a movimentos político-religiosos.

A imagem de intolerância sempre esteve associada aos fundamentalistas, isso, no entanto, não exclui a responsabilidade da mídia impressa em aumentar a tensão em relação aos povos islâmicos, pois tal designação (fundamentalistas) é utilizada não apenas para nomear movimentos religiosos, mas também pessoas que defendem posições radicais em outros setores como mercado, político etc.

É importante ressaltar que não nos interessa somente apresentar o fundamentalismo como um produto da modernidade, ousamos afirmar ainda que o movimento tem sua faceta pós-moderna, que se materializa no jihadismo global de Osama bin Laden. O movimento de bin Laden é reconhecido como neofundamentalista. Trata-se de uma ruptura radical com o islã histórico. A globalização da jihad de bin Laden ocorreu logo após o ‘exército de fiéis’ de Ayman al-Zawahiri³ ter se instalado no Afeganistão.

Demétrio Magnoli explica que o

jihadismo global, movimento ao qual pertence bin Laden e seu grupo, é um herdeiro legítimo da ruptura Wahabi com o islã histórico mas é também uma ruptura com o próprio fundamentalismo, em vários níveis. Os

³ Vice-líder da organização Al Qaeda

neofundamentalistas islâmicos rejeitam o monopólio dos ulemás (sábios corânicos) sobre o debate religioso e incorporam a linguagem antiimperialista à sua jihad. Eles não são pré-modernos, mas pós-modernos. (MAGNOLI in *Folha de S.Paulo*, 6 de março de 2005, p. 6).

A pós-modernidade do movimento de bin Laden materializa-se na utilização da internet para recrutar militantes para a Al Qaeda, uso de tecnologias na execução de atentados e movimentação de capital financeiro nas Bolsas mundiais, entre outros. Aliás, essa adaptação do movimento de bin Laden ao capitalismo global mereceu as seguintes indagações de Slavoj Žižek:

As "organizações terroristas internacionais" não são o duplo obscuro das grandes corporações multinacionais -a máquina rizomática absoluta, onipresente-, embora sem uma base territorial clara? Não são elas a forma como o "fundamentalismo" nacionalista e/ou religioso se adaptou ao capitalismo global? (ŽIŽEK in *Folha de S.Paulo*, 11 de novembro de 2001, p. 10, 11).

A organização Al Qaeda assume uma posição vanguardista do ponto de vista político, como acentua o historiador inglês T. J. Clark, no sentido de ser a única que oferece uma forma efetiva de oposição ao poderio dos Estados Unidos. É claro que bin Laden sabe que não pode confrontar os EUA nos campos político, econômico e militar, mas impôs um castigo que humilhou os norte-americanos: o ataque às torres gêmeas do World Trade Center e ao Pentágono. Essa foi a forma encontrada para contestar o império.

Os norte-americanos são vistos pelos fundamentalistas islâmicos como o Grande Satã, o inimigo que deve ser exterminado. Os EUA representam para os muçulmanos o fundamentalismo do mercado, cujo deus é o capital, além de encarnar a figura do colonizador que pretende impor a democracia sob o ponto de vista do Ocidente.

Todo esse ódio, que bin Laden soube capitalizar para si e sua organização, tornou-se explosivo com o processo de globalização. Assim como Žižek (2003) e Jean Baudrillard (2003), defendemos que a globalização foi determinante para que os ataques aéreos de 11

de setembro de 2001 se materializassem e acendessem o estopim do radicalismo desenfreado.

Jürgen Habermas (2004) parece não aceitar esse tipo de argumento:

Se os realizadores organizados do ataque de 11 de setembro estão entre aqueles que se beneficiam dessa chamada globalização (poder capitalista, telecomunicação, tecnologia avançada, abertura das fronteiras etc.), eles ainda assim alegaram (injustamente, sem dúvida, embora sem grande efeito) estarem agindo em nome daqueles condenados pela globalização, todos aqueles que se sentem excluídos ou rejeitados, privados de direitos, jogados à margem do caminho, que só têm o meio dos pobres desta era de globalização (que é, hoje, a televisão, um instrumento jamais neutro) para testemunhar o espetáculo ofensivo da riqueza dos outros (HABERMAS, 2004, p. 131,132).

A afirmação de Habermas nos faz pensar que há um paradoxo. Bin Laden pretende implantar um califado pan-islâmico, baseado no Alcorão, mas, ao mesmo tempo, ele e seus seguidores se comportam segundo os padrões mais exigentes da modernidade: utilizam-se de tecnologias avançadas, conhecem os segredos do capital financeiro, como acentuamos anteriormente, e sabem utilizar com precisão os recursos da mídia.

A utilização precisa dos recursos da mídia é componente essencial na estratégia de bin Laden. Os ataques aéreos de 11 de setembro de 2001 são exemplos disso. O saudita conseguiu fazer com que a mídia levasse sua mensagem ideológica para o mundo todo.

Na pós-modernidade, a perversão vê-se livre para manifestar-se em várias formas, como violência urbana, terrorismo, é o resultado da falta de lei. A estetização da violência apresentou-se como um ritual islâmico, onde os suicidas, no caso dos ataques aéreos, ofereceram-se, em sacrifício, para serem vistos, seduzindo a todos para suas justas causas. A violência tornou-se mercadoria.

A ânsia de espetáculo da sociedade ocidental ficou estampada nas primeiras páginas de jornais do mundo todo no dia seguinte ao ataque (12 de setembro de 2001): imagens das torres gêmeas em chamas em tamanhos ampliados, como nas capas dos jornais *USA Today*,

The Examiner e *Herald* (FIGS. 1, 2 e 3, respectivamente), “brindavam” os leitores com algo brilhante (chamas posteriores às explosões dos aviões contra as torres).

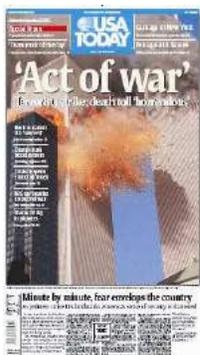


FIGURA 1

Primeira página do *USA Today*



FIGURA 2

Primeira página do *The Examiner*

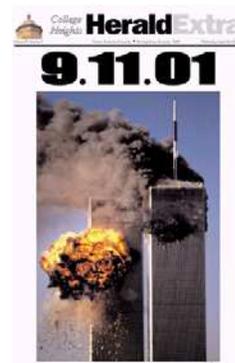


FIGURA 3

Primeira página do *Herald*

Equívocos e associações indevidas

Como acentuamos no início deste trabalho, o ataque aéreo trouxe definitivamente para o centro da mídia impressa a relação fundamentalismo-violência-terrorismo. Antes de prosseguirmos é importante apresentar o comentário do professor Basyouni Ibrahim Hamada (2003):

Most significant for the present discussion is the official Islamic position toward terrorism and violence as reflected in the Islamic Summit Conference held in Casablanca December 1994. The conference announced a code of conduct, including the following: (i) to declare that Islam is innocent of all forms of terrorism that involves the assassination of innocent people as it is prohibited by God, (ii) to strongly condemn the perpetrators of those serious crimes which are committed under the plea of implementing Islam or any other justification; (iii) to confirm that the struggle of peoples under colonial or foreign control or occupation for realization of their right to self-determination does not constitute an act of terrorism. Islam condemns any person who is fanatical or extremist and insists on moderation, and tolerance towards one another and other non-Muslims. In the Quran, the only permissible war is one of self-defense. Muslims may not begin hostilities (HAMADA, 2003, p. 102)⁴.

⁴ (Tradução) A mais significativa discussão atual é a posição islâmica oficial para o terrorismo e a violência refletida na Conferência Islâmica, que ocorreu em Casablanca, em dezembro de 1994. A conferência anunciou um código de conduta, incluindo o seguinte: 1) o islamismo é inocente de todos os atos de terrorismo que visem o assassinato de pessoas inocentes, pois é proibido por Deus; 2) condena fortemente os realizadores daqueles crimes sérios que são cometidos sob a justifica de implantar o islamismo ou outro

O comentário de Hamada mostra como é equivocado o posicionamento da mídia impressa ao associar fundamentalismo-violência-terrorismo. Na verdade, o que se depreende é a tendência de a mídia taxar todos os muçulmanos, fundamentalistas ou não, de criminosos e associados ao terrorismo. Tal percepção se torna ainda mais verdadeira quando apresentamos a síntese de uma pesquisa realizada pelo mesmo Hamada (2003). Em seu estudo sobre a imagem que os profissionais ocidentais da mídia (especificamente jornalistas) têm sobre os árabes, encontrou uma predominância negativa da imagem árabe.

For example, 85.7 per cent said that Arabs are fundamentalists, 78 per cent perceives Arabs as anti-West, and 69 per cent claimed that Arabs are aggressive. As for the values Western image – makers think Arabs are promoting, the findings show that 97 per cent of Western image makers see that fundamentalism is the main value Arabs are promoting, 54 per cent, said that violence is the basic value of Arabs, while 40 per cent notes terrorism as the value that Arabs promote. Most important is the negative consequences of the Arab image. Western image - makers were asked: what do you personally think are the negative consequences of a distorted Arab image? The majority (87 per cent) said that a distorted Arab image justifies any armed aggression against Arabs, and 81 per cent said it may mobilize international public opinion to act against Arabs. Slightly more than three-quarters of the surveyed Western journalists reported the threat to Arab security and the isolation of Arabs as negative consequences of the biased image. (HAMADA, 2003, p. 104)⁵.

Diante dos números apresentados acima, ressaltamos a observação oportuna, com a qual concordamos, de Jacques A. Wainberg (2005), para quem

qualquer; 3) Luta dos povos para não permitir a colonização ou a ocupação estrangeira e terem direito à auto-determinação não constitui um ato de terrorismo. O islamismo condena toda a pessoa fanática ou extremista e insiste na moderação e tolerância em relação aos não-muçulmanos. No alcorão, a única guerra permitida é a da auto-defesa. Os muçulmanos não podem cometer hostilidades (Hamada, 2003, p. 102).

⁵ (Tradução) Por exemplo, 85,7% disseram que os árabes são fundamentalistas; 78% percebem os árabes como anti-Ocidente, e 69% apontam que os árabes são agressivos. Quanto aos valores, 97% dos profissionais ocidentais da mídia avaliam que fundamentalismo é o principal do valor que o árabe está promovendo; 54% dizem que a violência é o valor básico dos árabes; 40% apontam o terrorismo como o valor que os árabes promovem. Mais importantes são as conseqüências negativas da imagem árabe. Aos profissionais ocidentais da mídia foi perguntado: Quais as conseqüências negativas de uma imagem árabe distorcida? A maioria (87%) disse que uma imagem árabe distorcida justifica toda a agressão armada contra os árabes; e 81% disseram que pode mobilizar a opinião pública internacional para agir contra os árabes. Mais de três quartos dos jornalistas ocidentais pesquisados relataram a ameaça à segurança árabe e o isolamento dos países árabes como conseqüências negativas da imagem distorcida (Hamada, 2003, p. 104).

há, na verdade, pouca sensibilidade para refletir pesadamente sobre a natureza do fundamentalismo wahabita de bin Laden. É mais fácil disparar a metralhadora retórica contra o fundamentalismo da ideologia política neoliberal, do modo de produção capitalista e de sua melhor expressão, o mercado mundialmente integrado (WAINBERG, 2005, p. 143).

Para exemplificar a simplificação com que a mídia impressa brasileira reduz o fundamentalismo, vale citar o olho de abertura da matéria *Um caminhão de insanidade*, da revista *IstoÉ* (2003), edição 1.769: “Morto num atentado brutal em Bagdá, o brasileiro Sergio Vieira de Mello, uma das principais estrelas da ONU, é vítima da luta entre o *fundamentalismo do terror* árabe e o sectarismo do governo americano” (FREITAS JR., *IstoÉ*, 27 de agosto de 2003, p. 75).

Como afirmamos acima, a associação entre fundamentalismo e terror retira qualquer positividade na significação do termo, pois reduz tudo à violência desmesurada que é utilizada em sua forma mais vil, ou seja, na morte de pessoas inocentes.

O trecho citado acima não apresenta uma posição favorável aos Estados Unidos, pois trata de taxar o governo Bush de sectário, mas não o liga ao terror. Não é exagero afirmar que o governo Bush é fundamentalista, pois sempre associou a luta contra o terrorismo a uma missão divina. Isso ficou claro quando logo após o ataque contra as torres gêmeas do World Trade Center e ao Pentágono (Bush) denominou a caçada aos autores do acontecimento de Justiça Infinita, numa clara referência aos valores divinos, além de afirmar que se tratava de uma luta do Bem (representado pelos Estados Unidos e aliados) contra o Mal, o Outro fundamentalista (terroristas e os países que os abrigam).

O enunciador de *Veja* (2003)⁶ tem um posicionamento idêntico em um trecho da

⁶ *Veja* não atribui autoria à matéria.

matéria sob o título “Terror para manter a guerra... e impedir a paz”⁷, em referência a um atentado ocorrido em Israel.

(...) O *massacre dos inocentes* em Jerusalém foi explicado por seus mentores – O Hamas e a Jihad Islâmica, as duas principais *organizações fundamentalistas islâmicas* da região – como um ato de revanche por um líder islâmico morto por soldados de Israel, dias antes (*Veja*, 27 de agosto de 2003, p. 48).

Novamente, como no exemplo anterior, associa-se terror a fundamentalismo. E essa associação é feita na definição clássica de terror, ou seja, o massacre de inocentes para atingir um objetivo. O enunciador de *Veja* quer fazer-crer ao enunciatório que os fundamentalistas islâmicos vingam-se de ataques israelenses matando inocentes. Aqui é importante lembrar a observação de Hamada, apresentada anteriormente, sobre um dos tópicos do código de conduta elaborado pela Conferência Islâmica que aponta o islamismo como inocente de todos os atos de terrorismo que visem o assassinato de civis, pois tal procedimento é proibido por Deus.

A *Folha de S.Paulo*⁸ também adota estratégia semelhante. Na matéria que traz o título “‘É a hora da diplomacia’, afirma Rice”, há o seguinte trecho: “Rice comparou as ameaças do *fundamentalismo islâmico* ao *comunismo* e ao *fascismo* durante o século 20” (*Folha de S.Paulo*, 19 de janeiro de 2005, p. A 10). Apesar de o enunciador estar atribuindo a Rice a afirmação, associa fundamentalismo islâmico ao comunismo e ao fascismo, o que traz a idéia de perseguição, tirania, morte de inocentes etc.

A seguir, apresentamos duas capas de revistas semanais de informação: a edição nº 1.721 de *Veja*, de 10 de outubro de 2001 (FIG. 4), e a edição nº 163 de *CartaCapital*, de 31 de outubro de 2001 (FIG. 5).

⁷ Matéria enfoca o atentado contra o prédio da ONU em Bagdá que vitimou o brasileiro Sérgio Vieira de Mello.

⁸ *Folha de S.Paulo* não atribui autoria à matéria



FIGURA 4
Capa de *Veja*, edição nº 1.721



FIGURA 5
Capa de *CartaCapital*, edição nº 163

Nota-se que as duas capas fomentam a mesma visão distorcida do fundamentalismo. O enunciador de *CartaCapital*, no olho, colocado abaixo da manchete “Wanted morto”, apresenta: “Bush ordena à CIA: ‘matem bin Laden’. Mas o *terror* e o *fundamentalismo* não morreriam com ele” (*CartaCapital*, 31 de outubro de 2001, p. 1). Nesse caso, o problema é duplo, pois, além da relação terror-fundamentalismo, percebe-se, por parte do enunciador de *CartaCapital*, uma visão de colonizador. A impressão é que houve apropriação do discurso do ocidente (leia-se EUA e aliados), que pretende colonizar países árabes e implantar a democracia a sua maneira.

Já o enunciador de *Veja* apresenta-se mais despidoradamente radical, a começar pela manchete: com a palavra *fundamentalismo* sobre uma tarja preta traz o título “Fé cega e mortal”. A manchete é ratificada pela foto, que apresenta uma mulher vestida com a burka. A vestimenta impede que a mulher, além de ter a visão dificultada, mostre o rosto. Logo

abaixo, em um dos olhos, o enunciador ratifica sua posição, “Os fundamentalistas querem dominar o mundo em nome de Alá” (*Veja*, 10 de outubro de 2001, p. 1). Ou seja, o enunciador tem uma visão totalmente distorcida do fundamentalismo e a propaga. Aliás, no olho há um erro absurdo: o enunciador diz que os *fundamentalistas* querem dominar o mundo. Mas quais seriam esses fundamentalistas? Ou seja, houve uma generalização imprópria do termo, pois há fundamentalistas islâmicos e cristãos, por exemplo.

Considerações finais

Com as análises apresentadas não pretendemos, contudo, afirmar que não há conexão entre fundamentalismo e terror. Entre os fundamentalistas islâmicos há, obviamente, os fanáticos que recorrem ao terrorismo como forma de buscar impor sua ideologia. Aliás, o terror como idéia política é recente, nasceu com a Revolução Francesa, mas suas origens são pré-modernas. No entanto, como acentua Terry Eagleton, em entrevista a Sandra Carvalho para o caderno *Mais!*, da *Folha de S.Paulo* (2006), “o fundamentalismo é avesso à violência. Poucos fundamentalistas islâmicos são de fato terroristas suicidas” (CARVALHO in *Mais!*, *Folha de S.Paulo*, 8 de janeiro de 2006, p. 4).

Reside no fato apontado por Eagleton, que poucos fundamentalistas islâmicos são terroristas, a falha no tratamento que a mídia impressa dispensa ao assunto. Daí a construção equivocada do fundamentalismo.

E onde começa esse equívoco (intencional ou não)? Exatamente na maneira como os jornalistas ocidentais vêem os árabes. As análises apresentadas, corroboradas pela pesquisa que Hamada realizou (citada neste trabalho), onde a maioria dos profissionais associa os árabes à violência, permitem esta conclusão.

Atendo-nos mais à imprensa nacional, é importante ressaltar um outro componente, igualmente importante, a dependência dos veículos em relação às agências internacionais. Quanto a isso é oportuno apresentar a análise de Wainberg (2005).

Decorre dessas características do consumo brasileiro do noticiário internacional a natureza pouco pretensiosa de sua oferta pela maior parte da imprensa. Elas tendem a replicar simplesmente o noticiário das agências internacionais, investindo pouco na produção nacional desse conteúdo, mesmo em situações de crise extrema, como o ataque dos seguidores de Osama bin Laden em 11 de setembro de 2001, em Nova York. Na verdade, esse caso revelou a extrema fragilidade e o despreparo da mídia nacional (WAINBERG, 2005, 136)⁹.

Essa dependência torna-se um complicador a mais quando a associamos a um outro, a falta de visão histórica, como constatamos neste trabalho. A propósito, Eagleton (2005), quando analisa a chamada Guerra ao Terror¹⁰, também toca neste ponto.

In the so-called war against terror, 'evil' is used to foreclose the possibility of historical explanation. In this sense, it has something like the function of the world 'taste' for the eighteenth century. In the disparagement of rational analysis which it suggests, it reflects something of the fundamentalism it confronts. Explanation is thought to be exculpation. Reasons become excuses. Terrorist assault is just a surreal sort of madness, like someone turning up at a meeting of the finance committee dressed as a tortoise (EAGLETON, 2005, p. 116)¹¹.

Esses três fatores, atitude preconceituosa em relação aos árabes, dependência das agências internacionais e ausência de visão histórica, contaminam a construção do fundamentalismo e, conseqüentemente, do terror na mídia impressa brasileira.

A correção desses desvios torna-se urgente quando recorremos a Luiz Gonzaga

Motta:

⁹ Wainberg faz essa análise tendo como foco o jornalismo praticado nas emissoras de TV nacionais, mas podemos estendê-la à mídia impressa, que sofre de problemas quase idênticos. A superficialidade, ponto importante discutido neste trabalho, é comum a ambas.

¹⁰ Empreendida pelo presidente norte-americano, George W. Bush, logo após os ataques aéreos de 11 de setembro de 2001.

¹¹ (Tradução) Na chamada guerra contra terror, o "mal" é usado para excluir a possibilidade de explanação histórica. Neste sentido, tem algo como a função do gosto da palavra para o século 18. No descrédito da análise racional que isso sugere, reflete algo do fundamentalismo que confronta. A explanação é pensada como justificativa. As razões transformam-se em desculpas. O ataque terrorista é como um surreal surto de loucura, como alguém que gira sob uma reunião de um comitê de finanças vestido como uma tartaruga (Eagleton, 2005: 116).

O jornalismo ganha status de historiador do presente, de uma história falada e escrita pelos jornalistas e seus colaboradores, crua, sem refinamento. Como diz um historiador do presente, se em algum lugar pulsa o coração da história contemporânea, não é nos arquivos silenciosos, mas no barulho das redações. Formador do acontecimento, o jornalista é o historiador e o antropólogo natural da atualidade (MOTTA, 2004, p. 21).

Essa condição do jornalista ser um historiador do presente mostra que é urgente uma mudança de rota, ou seja, que a “islamofobia” que se criou no Ocidente, principalmente após os ataques aéreos de 11 de setembro de 2001, seja posta no esquecimento.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. **Power inferno**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- BORRADORI, Giovanna. **Filosofia em tempo de terror: diálogos com Habermas e Derrida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CARVALHO, Sandra. **Duelo de Titãs**. *Folha de S.Paulo*. São Paulo: 8 de janeiro de 2006, Caderno Mais!, p. 4-5.
- DREHER, Martin N. **Para entender fundamentalismo**. São Leopoldo: Unisinos, 2002.
- EAGLETON, Terry. **Holy Terror**. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- HAMADA, Basyouni. I. **Media, Violence and Terrorism in the Arab World**. In: Boafó S.T.K; Maguire, J;
- Coudray, S. **Media: violence and terrorism**. Paris: Unesco. p. 101-106, 2003.
- MAGNOLI, Demétrio. **Diante da jihad global**. *Folha de S.Paulo*. São Paulo: 6 de março de 2005, Caderno Mais!, p. 7.
- MOTTA, Luiz G. **Narratologia: análise da narrativa jornalística**. Brasília: Casa das Musas, 2004.
- FREITAS JR., Osmar. **Um caminhão de insanidade**. *IstoÉ*. São Paulo, edição nº 1.769, 27 de agosto de 2003, p. 1, 74-81.
- PIERUCCI, Antônio F. **Ciladas da diferença**. São Paulo: 34, 2000.
- _____. **Criacionismo é fundamentalismo: o que é fundamentalismo?** In: www.comciencia.br/200407/reportagens/12.shtml (acessado em 20/11/2005).

WAINBERG, Jacques A. **Mídia e terror: comunicação e violência política**. São Paulo: Paulus, 2005.

ŽIŽEK, Slavoj. **Bem-vindo ao deserto do real**. São Paulo: Boitempo, 2003.

_____. **Senhores e servos**. *Folha de S.Paulo*. São Paulo: 11 de novembro de 2001, Caderno Mais!, p. 10-11.

TVs universitárias: em busca de identidade e autonomia financeira

Donesca Calligaro ¹

Resumo: No Brasil, a popularização das TVs universitárias aconteceu a partir de 1995, com a implantação da Lei do Cabo. O rápido crescimento do número de emissoras mostrou o interesse das instituições de ensino superior nesta nova modalidade de fazer TV. No entanto, questões fundamentais foram deixadas de lado. Mesmo sem uma definição precisa sobre qual é, de fato, o conceito e os objetivos dos canais, a programação está no ar. Neste artigo, pretendemos discutir o que consideramos o tripé das emissoras universitárias: conceito, programação e manutenção financeira.

Palavras-chave: TV universitária, conceito, programação, manutenção financeira

A criação dos chamados “canais básicos de utilização gratuita”, onde estão previstos espaços de veiculação televisiva para as universidades e instituições de ensino superior, assim como para organizações comunitárias, Câmaras Municipais de Vereadores, Assembléias Legislativas dos Estados, Câmara dos Deputados e Senado Federal, consta na lei federal nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, conhecida como a Lei do Cabo. Foi a partir deste momento que as universidades começaram a se familiarizar com a idéia de ter um canal que facilitasse o acesso direto com seus alunos, professores, funcionários e comunidade em geral.

A possibilidade de utilização do espaço é muito recente: completou dez anos em 2005. Ainda há muitas dúvidas quanto à definição *do que é e do que faz* uma emissora universitária. Sabe-se que são empreendimentos privados, mas os conteúdos são (ou deveriam ser) uma alternativa aos veiculados pelas TVs comerciais. A constatação pode ser

¹ Radialista, formada pela Universidade de Passo Fundo – UPF. Mestranda pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUCRS. Professora da Universidade de Passo Fundo/ RS.

conseqüência da falta de uma regulamentação para estas emissoras. Não há uma lei que diga como o canal deve ser estruturado. Talvez seja por isso que existe uma diversidade tão grande no uso dos espaços. Algumas instituições os utilizam como laboratórios experimentais para os cursos de comunicação social. Outras “vendem” produtos e programas. Mas há as que mostram comprometimento com o que deveria ser uma regra nos canais universitários: divulgar a ciência produzida nas instituições, através de uma linguagem televisiva apropriada, a fim de aproximar universidade e sociedade.

De fato, o que se sabe é que as universidades ainda estão descobrindo como podem fazer uso desse benefício da lei. Se, durante muitos anos, criticou-se o veículo televisão dentro da academia, o dilema agora é descobrir como tornar visível a pesquisa produzida dentro das instituições de ensino superior. O lado positivo, parece-nos, é que as emissoras estão “experimentando”. Segundo a Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU), existem no Brasil 56 canais universitários, em todas as tecnologias de TV disponíveis, que são operados ou ligados a IES.

O número bastante expressivo de canais nos desafiou a buscar informações que possam dar conta desse “jovem objeto”². Pela revisão bibliográfica constatamos que pouco se pesquisou e se registrou sobre o tema até agora. No entanto, no material encontrado, verificamos que existem preocupações que são comuns entre os pesquisadores. Conforme os autores utilizados neste trabalho, as TVs universitárias, na sua maioria, ainda não possuem uma identidade definida. Como conseqüência, não sabem como organizar suas grades de programação, nem quais conteúdos veicular. A manutenção financeira dos canais também preocupa, já que atualmente só os apoios culturais são permitidos por lei. Partindo

² Este artigo integra a pesquisa sobre TVs Universitárias, desenvolvida junto ao nosso projeto de mestrado, em curso, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUCRS.

de um breve histórico do surgimento das TVs universitárias no Brasil, discutiremos as questões citadas, pois as consideramos fundamentais para o entendimento e o crescimento da modalidade no país.

1. Percurso histórico das TV Universitárias no Brasil

A televisão universitária é recente no Brasil. Priolli (2003) lembra que a modalidade “é fruto do processo de segmentação da TV brasileira, que começou em 1991, com a introdução da tecnologia do cabo”. Quatro anos mais tarde, a criação dos chamados “canais básicos de utilização gratuita” permitiu a utilização de espaços de veiculação televisiva para as universidades e instituições de ensino superior, organizações comunitárias, Câmaras Municipais de Vereadores, Assembléias Legislativas dos Estados, Câmara dos Deputados e Senado Federal, pela lei federal nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995. A Lei do Cabo, como ficou conhecida, foi a responsável pela expansão do segmento. Apenas alguns meses depois que a lei foi sancionada, segundo Priolli (2003), duas universidades iniciaram a utilização do canal na TV a cabo: a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e a Universidade Federal de Santa Maria, no Rio Grande do Sul.

nas capitais e centros universitários importantes, as IES começaram a se articular, encontraram formas de compartilhamento do canal e foram lançando novas estações em São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Campo Grande, Vitória, Bauru. Em outras cidades, instituições assumiram sozinhas o desafio de manter um canal universitário: UFSC, em Florianópolis; FGF, em Fortaleza; UFF, em Niterói; UCS, em Caxias do Sul; FURB, em Blumenau; UNIMEP, em

Piracicaba; UPF, em Passo Fundo; UNISC, em Santa Cruz do Sul (PRIOLLI, 2003).

Visando atingir um público maior, instituições de ensino superior passaram a disputar também concessões de emissoras educativas abertas. Assim, ainda segundo Priolli, surgiram canais em Santos, Alfenas e Coronel Fabriciano. O espaço da internet também foi ocupado: “A Universidade do Vale do Rio dos Sinos, de São Leopoldo, foi a primeira IES a transmitir a sua programação pela rede, usando a tecnologia de *streaming*”. A televisão comercial também não foi deixada de lado. A PUC do Paraná “tornou-se fornecedora de programação cultural para a Rede Vida, o principal braço televisivo da Igreja Católica no Brasil. Embora religiosa, a emissora opera com publicidade comercial, nos moldes normais da televisão privada”.

Priolli (2006) acredita que o crescente interesse das universidades em fazer televisão revela que, aos poucos, as instituições estão deixando os preconceitos contra o veículo para trás. Magalhães (2006) lembra que, no início, os laboratórios de comunicação audiovisual dos cursos de graduação foram utilizados como suporte técnico, mas a expansão do segmento televisivo universitário no Brasil foi rápida. A partir de 1995, quando a Lei do Cabo acabou popularizando essa nova forma de fazer televisão, “34 canais surgiram no país, em diversas operadoras de TV a cabo [...]. Somando-se a eles as emissoras educativas tradicionais, de sinal aberto, que são controladas por IES, o número de canais em operação sobe para 49” (PRIOLLI, 2006).

O surgimento dos canais universitários, no entanto, desencadeou uma série de discussões que tentam definir com mais rigor pontos considerados essenciais.

Pesquisadores acreditam que a busca por uma conceituação que dê conta de mostrar um caminho sobre questões fundamentais como saber dizer qual é, de fato, o papel das televisões universitárias ajudaria também a construir grades de programação adequadas aos objetivos das emissoras. São esses apontamentos, ainda iniciais e um tanto superficiais, que apresentamos a seguir. Além disso, também abordaremos outros dois itens que estão muito ligados aos canais universitários: a manutenção financeira e a definição da programação.

1.1 TV Universitária: a busca pelo conceito

A velocidade que fez com que as TVs universitárias se multiplicassem talvez tenha sido um dos fatores responsáveis pela falta de reflexão sobre qual é, de fato, o objetivo de uma modalidade como esta. Não há um conceito que defina o que é uma televisão universitária. Priolli explica que não é apenas uma questão de rigor metodológico, mas, sim, uma etapa fundamental que deveria nortear a constituição da estrutura que rege os canais, porque essa “é uma condição essencial para orientar a programação que ela deve perseguir e, em decorrência, a estrutura que deve assumir, a ambição que deve ter, e as articulações que deve buscar com os mercados da comunicação, da educação e da cultura” (2006). O resultado é que poucos canais têm clareza sobre a natureza e a finalidade do que oferecem ao público.

Apesar da novidade que ainda é pensar e fazer TV universitária, alguns pesquisadores brasileiros tomaram a iniciativa de refletir, discutir e conceituar essa modalidade nos últimos anos. Porcello (2002), numa das poucas publicações que trata sobre o assunto no país, diz que as TVs universitárias são “uma modalidade nova de TV Pública, ou quase-pública (...) já que o empreendimento é privado, mas o conteúdo editorial

aproxima-se das TVs não comerciais” (p. 8-9). Já a Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU), entidade criada em 2000, que reúne instituições de ensino superior e pesquisa com atividades regulares de produção de televisão, de caráter educativo-cultural, considera em seu estatuto que “uma televisão universitária é aquela produzida por instituições de Ensino Superior (IES) e transmitida por canais de televisão (abertos ou pagos) e/ou por meios convergentes (satélites, circuitos internos de vídeo, internet, etc.) voltadas estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania” (MAGALHÃES, 2002). Ramalho (2006) lembra que, por se tratar de uma emissora mantida pela própria IES, o canal deve observar, em última análise, que se trata de uma “extensão do ensino superior, ao possibilitar o acesso democrático à informação do que se produz na instituição”.

Já Priolli (2003), para justificar a conceituação que emprega, diz que a maioria das pessoas tem uma visão equivocada sobre o papel das TVs universitárias. A primeira delas é a de que o canal universitário é um espaço laboratorial. Essa concepção, segundo o autor, gera a idéia de que essa seria uma “televisão necessariamente imatura, tecnicamente limitada”. Outra visão identifica os canais universitários como sendo “uma televisão para estudantes, [...] com a programação voltada ao seu deleite e informação, sendo indiferente, ou irrelevante, se tal programação é produzida diretamente pelo alunado de comunicação, ou se é feita por profissionais já tarimbados”. Neste modelo, segundo o autor, estão quase todas as emissoras universitárias estrangeiras, como a CTN- College Television Network e a CSTV- College Sports Television, norte-americanas; a Nexus TV e a Campus Televisión, inglesas, ou suas similares francesas, escocesas, alemãs e suecas. A terceira visão identificada por Priolli (2003) vê a universidade como uma instituição formada por, pelo

menos, três segmentos distintos: estudantes, professores e funcionários. No entanto, por originar-se da mesma universidade, essa emissora teria “uma missão estritamente educativa, devendo se ater aos conteúdos formadores e informativos, sem desperdiçar tempo e recursos com o entretenimento”.

O autor acredita que as três concepções reduzem e empobrecem o significado da televisão universitária, visto que os canais podem atingir outros públicos além do que é formado pelo universo estudantil. Dessa forma, televisão universitária, para Priolli, é

aquela que é produzida no âmbito das IES ou por sua orientação, em qualquer sistema técnico ou em qualquer canal de difusão, independente da natureza de sua propriedade. Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários; com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento, salvo aquelas impostas pela qualidade estética e a boa ética. Uma televisão voltada para todo o público interessado em cultura, informação e vida universitária, no qual prioritariamente se inclui, é certo, o próprio público acadêmico e aquele que gravita no seu entorno: familiares, fornecedores, vestibulandos, gestores públicos da educação, etc. (2006).

Considerando as nuances das conceituações adotadas pelos pesquisadores citados, Magalhães (2006) destaca que, independentemente da linha que a emissora adotar, é fundamental que o conteúdo produzido pela comunidade acadêmica saia do ambiente restrito da sala de aula e dos laboratórios. “A difusão é tão importante quanto a produção”. No entanto, é preciso tomar cuidado com um outro equívoco que ainda é freqüente nos canais: a produção de programas e notícias que abordem somente aspectos ligados à administração, a eventos e cursos da própria instituição. Levar cultura, educação e cidadania para o maior número de pessoas - não somente para a comunidade acadêmica - é, ou deveria ser, um dos objetivos principais dos canais universitários.

1.1.1 Problema legal: quem tem direito ao canal?

A lei 8977, conhecida como a Lei do Cabo, de 1995, no seu artigo 23 diz que as operadoras de serviço a cabo devem disponibilizar entre os canais básicos de utilização gratuita “um canal universitário, reservado para uso compartilhado entre as *universidades* localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço”. Diante do texto fica definido que centros universitários, institutos ou faculdades não têm acesso garantido a esses espaços. A relatora da lei, a ex-deputada paulista Irma Passoni, afirma que a sua intenção e a de todos os parlamentares que aprovaram o texto, era designar “instituições de ensino superior” de forma mais abrangente. No entanto, segundo Priolli, o erro semântico vai de encontro ao que diz a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, de 1996, que estabelece diferenças entre IES e as universidades.

Embora a lei seja bem clara, o que pode ser observado no cenário brasileiro é que as universidades, na maioria dos casos, ignoram a determinação, chamando outras IES para fazerem parte dos canais. Como exemplo podemos citar as emissoras do Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belo Horizonte, entre outras. Segundo Priolli, as universidades entendem que, com um número maior de instituições, as despesas de manutenção e programação ficam menores e que “a diversidade de fontes emissoras de conteúdos é do interesse dos telespectadores, por ser mais democrática que uma postura restritiva”. Nas emissoras de São Paulo e Bauru, no entanto, o entendimento é outro. Argumentando que possuem uma produção mais qualificada do que as demais IES, as universidades, na maioria privadas, não permitem que outras instituições participem da programação dos canais. Contudo, para o

autor, o argumento mal consegue esconder a principal motivação para essa decisão: a reserva de mercado. “Quanto menos marcas no ar, disputando a escolha de um eventual telespectador-estudante, ou telespectador-consumidor de ensino, melhor para aquelas instituições” (PRIOLLI, 2006).

Para finalizar, o autor lembra que no decreto lei nº 236, de 1967, que regula e normatiza o funcionamento da televisão educativa aberta, também há referências a “universidades brasileiras”, entre as instituições que poderão executar este serviço (artigo 14). Contudo, concessões de canais educativos são liberadas a centros universitários sem causar maiores problemas. É o caso da TV UNIBH-Inconfidentes, mantida pelo Centro Universitário de Belo Horizonte.

1.2 TV Universitária: a busca pela independência financeira

Quando discutimos a manutenção financeira de emissoras universitárias, percebemos duas situações: a primeira refere-se às universidades que veiculam sua programação em canais abertos e, a segunda, às universidades que transmitem via cabo. No caso das emissoras educativas abertas, o decreto lei 236, de 1967, determina que “as Universidades [...] deverão, comprovadamente, possuir recursos próprios para o empreendimento”. Já as emissoras que veiculam seus programas através do cabo são reguladas pela norma nº 13, instituída pelo Ministério das Comunicações em 1996, que autoriza, de certa forma, financiamento externo dos canais universitários quando estabelece que “é vedada a publicidade comercial nos canais básicos de utilização gratuita (...), sendo permitida, no entanto, a menção ao patrocínio de programas”. Não há nenhum instrumento

regulador que diga quem, como e quando pode patrocinar, ficando a critério das instituições decidir quais são mais convenientes.

No entanto, o que temos observado é que as universidades acabam arcando com as contas. Segundo Priolli (2006), quando se trata de emissoras educativas abertas, o dinheiro vem, efetivamente, de dotações orçamentárias (no caso de instituições públicas) ou com as mensalidades pagas pelos estudantes (no caso das privadas). No caso das emissoras com espaço no cabo, até existem parceiros, mas estes ainda se mostram tímidos e estão “embuídos muito mais de um espírito de benemerência, ou de mecenato cultural, do que da perspectiva de investidoras em mídia, que buscam comunicação fácil e eficaz com o segmento universitário” (PRIOLLI, 2006). O autor acredita que essa má vontade dos anunciantes decorre da pouca profissionalização das TVs universitárias.

Priolli (2006) diz que também existem mecanismos de financiamento público, mas esses não incluem a TV universitária. O dinheiro destinado por entidades que incentivam a ciência, como o CNPq, a Finep ou a Fapesp, até podem autorizar verbas para programas isolados ou séries de televisão, “mas estes têm de estar necessariamente vinculados a um projeto de pesquisa, que é o objeto de fato do financiamento – não o produto audiovisual que dele resulte. Para programas regulares, de veiculação permanente, mesmo que dedicados à divulgação científica, as chances de obter essas verbas são iguais a zero” (PRIOLLI, 2006). Verbas destinadas ao incentivo cultural como as obtidas através de leis federais (Lei Rouanet, Lei do Audiovisual), leis estaduais (Lei Estadual da Cultura do Rio Grande do Sul, mas existem outras para outros estados) e leis municipais (Fumproarte, de Porto Alegre), também constituem alternativas para obtenção de financiamento. Contudo,

Priolli (2006) alerta para o fato de que essas leis têm mecanismos inadequados à produção universitária.

Diante das dificuldades expostas, Priolli sugere que haja uma maior profissionalização das TVs universitárias no sentido de obter financiamentos externos, em substituição ao dinheiro empregado pelas IES na manutenção dos canais. E o desafio, para o autor, começa dentro das próprias instituições: “vender publicidade na Televisão Universitária não significa, necessariamente, mercantilização da educação ou abastardamento da sua gloriosa missão formadora da cidadania” (2006). Priolli conclui seu pensamento dizendo que é fundamental que haja uma flexibilização das restrições para que a promoção da educação e da cidadania seja facilitada. Dessa forma, as empresas interessadas em associar a sua marca à responsabilidade social que um canal universitário tem, poderiam render bons resultados para ambos os lados. Nesse sentido, Porcello questiona: “por que não permitir divulgação de livrarias, material escolar, suprimentos para computador ou produtos do gênero?” (2002, p. 84). Enquanto a lei não muda, alternativas para suprir a demanda das grades de programação estão sendo colocadas em prática. A parceria com televisões educativas e produtores independentes e o intercâmbio de programas entre instituições de ensino superior são algumas sugeridas pelo autor.

1.3 TV Universitária: a busca pela definição do conteúdo e da programação

O caráter público das TVs universitárias, embora muitas vezes pertençam a instituições de direito privado, determina que esses canais tenham como dever pensar na

sociedade, no interesse do cidadão. As instituições de nível superior, no Brasil, representam uma das únicas oportunidades de conhecimento, de reflexão. A emissora universitária seria, então, uma porta por onde essas informações poderiam ser difundidas. Segundo Magalhães (2002), por meio da TV Universitária “é possível compartilhar conhecimentos com a sociedade, estabelecer um elo com as suas comunidades, acadêmica e social; é o lugar em comum e não o lugar comum” (p. 51). O que justifica a existência de canais como os universitários é o fato de eles terem de falar para a sociedade (LIMA, 1998). Não se justificaria um canal falando somente *para si* nem *de si*.

Também se admite que as emissoras universitárias devem ser reconhecidas como uma alternativa à programação oferecida pelas emissoras que transmitem sua programação em canais abertos ou mesmo pagos. A multiplicação das propostas dá aos telespectadores a possibilidade de escolherem o que querem ver na TV. Magalhães (2002) define o que já é consenso entre os estudiosos: as TVs educativas e universitárias deveriam ser um contraponto, uma alternativa, um lugar onde a prioridade é a integração. Diante dessas constatações, Priolli (1998) questiona: “e qual o espaço que sobra aí, para a TV Universitária? Qual é o seu foco? O que ela vai oferecer e, basicamente, com quem vai falar?” (p. 65).

O problema, aqui, continua sendo o conceito sobre qual é o papel das televisões universitárias. “Não há clareza, na maioria das IES, sobre o que é Televisão Universitária e qual a sua missão. Em decorrência, não há uma identificação precisa de seu público-alvo, nem das estratégias de programação que é preciso seguir, para chegar até ele” (PRIOLLI, 2006). Todavia, Priolli acredita que as televisões universitárias não falam e não irão falar para o grande público. Esse mercado pertence, indiscutivelmente, às televisões comerciais, que investem muito em entretenimento. Sabe-se que grande parte dos telespectadores

busca, basicamente, entretenimento na TV; apenas num segundo momento, a informação e a educação.

Dito isso, a conclusão do autor é de que os canais universitários destinam suas mensagens para o mundo universitário e para as pessoas interessadas sobre no que acontece nesse meio. Então, para dar continuidade ao processo de definição da programação é essencial saber também quais são os desejos, as carências desses telespectadores. Hohlfeldt (1998) vê nesse ponto um desafio: “temos que responder tanto à expectativa de *o quê dizer* quanto ao *como dizer*” (p.89). Para o autor, é fundamental que os programas estejam, verdadeiramente, voltados aos interesses da cidadania. Os conteúdos veiculados devem ser oportunos, úteis, inovadores e criativos. Outro ponto citado como fundamental para Hohlfeldt é a preocupação que essas TVs devem ter com o desenvolvimento de uma linguagem que seja de fácil compreensão, clara e objetiva. Dessa forma, o que estiver sendo comunicado chegará, efetivamente, ao telespectador e permitirá o diálogo entre as emissoras e o público, numa via dupla de troca de informações.

Então, o início da longa trajetória que define uma grade de programação, apontada e apresentada até aqui pelos estudiosos, pode ser sintetizada pela constatação de Hohlfeldt quando diz que, “antes de tudo, conhecer, efetivamente, quem será ou quem queremos que seja o nosso público, conquistá-lo e, depois, mantê-lo, ampliando-o” (1998, p. 91). Para isso, Priolli sugere que o conteúdo veiculado pelas TVs universitárias seja lúdico, com algum nível de entretenimento. O autor acredita que, dessa forma, a comunicação seria mais efetiva.

1.3.1 O formato dos programas

Tendo como ponto de partida a etapa mencionada, passamos para o próximo passo citado pelos autores como fundamental para a constituição de uma grade de programação: o formato dos programas. É importante considerar que a televisão universitária, assim como os canais educativos e culturais, deve respeitar o ritmo da reflexão. O ritmo fragmentado como os conteúdos são veiculados na TV privada muitas vezes dificulta a compreensão do telespectador. Essas são características de uma programação que privilegia o entretenimento, e deste segmento, como já dito anteriormente, a televisão comercial dá conta.

Magalhães (2002) cita tipos de programas que poderiam ser veiculados nas TVs universitárias, entre os quais também estão aqueles voltados ao entretenimento: institucional, social/ comunitária, acadêmica, documental, entretenimento, educativo, cultural e científica. Apesar das várias opções citadas (que, entre elas, poderiam mesclar-se, formando ainda outros gêneros), mais uma vez percebemos o problema que talvez seja o que mais permeie todas as etapas que envolvem a produção de programas em televisões universitárias: a manutenção financeira. Se as grades das emissoras forem observadas, será possível notar que há o predomínio de programas que privilegiam a palavra, tais como entrevistas, debates, palestras etc. É evidente que esses gêneros são mais acessíveis financeiramente. Reconhecemos a importância desses formatos, mas acreditamos que existem formas inovadoras de pensá-los. É fundamental admitir que nem sempre as pessoas responsáveis pela produção e execução dos programas preocupam-se em buscar novidades no quesito “linguagem televisiva”. A seleção de entrevistados e de temas pertinentes, úteis, aliados a movimentos de câmera diferenciados, boa iluminação, emprego de trilhas sonoras adequadas, prova que a criatividade é possível e com o emprego dos recursos que já existem nas emissoras.

Nessa proposta, se enquadram todos os gêneros da televisão: informação, educação e, por que não, entretenimento. No gênero ficcional, no qual estão as novelas, comédias, dramatizações, por exemplo, o mais importante é que a história seja bem narrada. Mazzioti (2002) diz que se deveria evitar, no momento da criação, ter como alvo tópicos que tenham intenção educativa, cívica ou de tomada de consciência. A sugestão da autora é que partindo do reconhecimento do potencial da novela, suscitarem-se elementos que conduzam à interrogação ou à curiosidade sobre determinada problemática. E conclui: “A melhor maneira de conscientizar é contar bem uma história” (p. 220).

Outro exemplo citado por Mazzioti refere-se ao *talk show*. O gênero pode exercer o papel de fórum. Ousar, propondo, através dessa modalidade, a presença de pessoas comuns, não de celebridades, que dialoguem com um apresentador e um árbitro ou conselheiro, o que pode atender à sede de relatos que o público tem. Mazzioti acredita que o acesso de pessoas anônimas à televisão dá-lhes o papel de protagonistas das suas próprias histórias. Esse tipo de programa, onde existe o respeito às diferenças, gera nas “pessoas comuns” um sentimento de confiança, o que facilita que elas contem as suas histórias. O processo leva a que estes telespectadores acreditem que os seus relatos interessam à comunidade.

Já, no gênero informativo, Porcello (2002) dá pistas de como adaptar a linguagem acadêmica à linguagem televisiva. O autor utiliza como exemplo a divulgação dos resultados de teses de doutorado. A apresentação dessa pesquisa numa banca jamais seria um bom programa de TV, mas a aplicação dos resultados na prática, certamente, renderia uma matéria interessante. A proposta do autor justifica-se quando reconhecemos que o ritmo da televisão comercial não é o mesmo da universidade. A produção do conhecimento é muitas vezes considerada lenta pelos canais tradicionais de informação. Além disso, os

veículos de massa dedicam pouco espaço a discussões mais aprofundadas. As constatações evidenciam a necessidade de investir nessa forma alternativa de fazer comunicação que são os canais universitários.

E nesse “fazer diferente” devem ser levadas em conta as expectativas do público que vai assistir aos programas na TV universitária. Segundo Magalhães (2002), os telespectadores que consomem esses produtos televisivos não o fazem por impulso ou hábito, como acontece com a programação da TV comercial.

TV Universitária é como um livro de biblioteca: você só consome depois de escolher e para usar em consonância com o seu desejo de conhecimento. Se pudermos fazer isso e ainda entreter nosso telespectador, assim como as grandes obras-primas da literatura, estaremos, então, fazendo uma bela obra-prima na telinha do cidadão brasileiro (p. 53).

É justamente porque esse produto é considerado peculiar que é fundamental que os responsáveis pelas TV universitárias deixem de ter como ponto de referência a TV comercial. A busca pela perfeição estética encontrada nas TVs privadas ainda é um entrave para os programas das emissoras universitárias, ainda que tenha sido combatida e criticada tão duramente desde a sua criação, em 1950. É natural que todos busquem veicular programas com conteúdo, reflexivos, com boas imagens, formato inovador, bem editados. Contudo, na maioria das vezes, talento e criatividade dependem muito mais de competência e conhecimento para se transformar em programas de qualidade do que da utilização de equipamentos sofisticados. Lima (1998) concorda com os autores citados e diz: “Eu faço é o elogio da inteligência contra a veneração da burrice bem equipada” (p. 23). Para ele, o único medo é não ter conteúdo.

Cometer equívocos também pode representar crescimento, segundo Antônio Brasil: “Experimentar novas linguagens e pesquisar novas técnicas significa ousar. Até mesmo a possibilidade de errar, mas procurando sempre criar e inovar, é uma função primordial da instituição universitária” (2006). Mostrar informações que o público não tinha, necessariamente, vontade de consumir deveria ser uma das metas mais importantes das TVs universitárias. Priolli (1998) acredita que, “testando” a programação no ar, as comunidades vão se manifestar e será possível saber se está boa ou não, se é adequada à faixa horária e se está cumprindo com os objetivos.

2. Considerações Finais

A multiplicação dos canais universitários brasileiros reflete a vontade das instituições de ensino superior de fazer televisão. A iniciativa é válida e importante. No entanto, através da bibliografia consultada para esse artigo, verificou-se que a discussão de questões que envolvam a conceituação das emissoras é fundamental, já que as decisões tomadas nesta etapa servirão como base para a definição da programação e do conteúdo veiculado pelos canais. Ocupar os espaços sem planejamento parece-nos um equívoco. *Para quem e porque* estamos fazendo TV universitária? A partir desta resposta, a programação poderia ser organizada, considerando os preceitos éticos, a divulgação da ciência produzida nas universidades e a valorização da cidadania. Investir em uma linguagem experimental e inovadora, que fuja do que já é veiculado nas emissoras atuais, educativas ou comerciais, também constitui um importante diferencial na programação dos canais universitários.

Relevante também é pensar em formas alternativas de garantir a manutenção dos canais. Impossibilitadas pela lei de veicular publicidade comercial, as TVs universitárias

estão buscando incrementar seus orçamentos através de apoios culturais. Contudo, percebemos que quem acaba pagando a conta não são as empresas “apoiadoras” e sim as universidades. Trabalhar na profissionalização dos espaços destinados aos apoios culturais foi um dos caminhos apontados nesse artigo como alternativa ao problema.

Para encerrar, acreditamos que as dificuldades que se apresentam em torno dessa “jovem televisão” são bons motivos para que os idealizadores desses canais persistam discutindo e experimentando fazer TV universitária.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DE CARLI, Ana Mery; TRENTIM, Ary Nicodemus (Org). *A TV da Universidade*. 1º Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias. Caxias do Sul: UCS, 1998.
- HOHLFELDT, Antonio. Modos de cooperação e co-produção entre TVS universitárias. In: DE CARLI, Ana Mery; TRENTIN, Ary Nicodemus (Org.). *A TV da Universidade*. Caxias do Sul: UCS: 1998.
- LIMA, Jorge da Cunha. Modelos institucionais de TVs universitárias. In: DE CARLI, Ana Mery e TRENTIM, Ary Nicodemus (Org). *A TV da universidade*. 1º Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias. Caxias do Sul: UCS, 1998.
- LIMA, Jorge da Cunha. O modelo da TV Cultura de São Paulo. In: CARMONA, Beth; FLORA, Marcus (Org.). *O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade*. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.
- MAGALHÃES, Cláudio. *Manual para uma TV Universitária*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.
- MAZZIOTTI, Nora. Os gêneros na televisão pública. In: RINCÓN, Omar (Org.). *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: 2002.
- PORCELLO, Flávio. *TV Universitária: limites e possibilidades*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.
- PRIOLLI, Gabriel. Diretrizes e características de programação: integração com a comunidade. In: DE CARLI, Ana Mery; TRENTIM, Ary Nicodemus (Org). *A TV da universidade*. 1º Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias. Caxias do Sul: UCS, 1998.
- PRIOLLI, Gabriel. A questão de recursos. In: CARMONA, Beth et al. *O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade*. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.
- RINCÓN, Omar (Org.). *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: 2002.

Documentos eletrônicos

- BRASIL, Antônio. *TVs Universitárias no ar: para que servem?* Disponível em: <http://www.observatoriodeimprensa.com.br>. Acesso em: jan. 2006.
- MAGALHÃES, Cláudio. *TV Universitária: uma televisão diferente*. Disponível em: <http://www.abtu.org.br>. Acesso em: jan. 2006.
- MATTOS, Sérgio. *TV e VC: entrevista com Sérgio Mattos*. Disponível em: <http://www.tvufba.br>. Acesso em: jan. 2006.

PRIOLLI, Gabriel. *Televisão Universitária: TV educativa em terceiro grau*. Disponível em: <http://www.abtu.org.br>. Acesso em: jan. de 2006.

RAMALHO, Alzimar Rodrigues. *A TV universitária como instrumento de difusão da cultura regional*. Disponível em: <http://www.abtu.org.br>. Acesso em: jan. de 2006.

Site

www.abtu.org.br. Acesso em: jan. 2006.

***NOVA*: As estratégias de interação no discurso da imprensa especializada feminina**

Edson Correia de Oliveira ¹

Resumo: O presente trabalho propõe uma reflexão acerca do papel das revistas especializadas femininas no processo de construção da identidade de gênero feminino na sociedade. Para tanto, apresenta um breve estudo acerca das características da linguagem feminina e das formas de representação dessa linguagem nos textos das revistas especializadas femininas, especialmente da revista *NOVA*, como forma de interação social entre texto e leitoras.

Palavras-chave: identidade de gênero, interação, imprensa feminina, linguagem, discurso

1. A linguagem feminina e a busca por uma identidade de gênero

Durante muito tempo, foram negadas às mulheres a liberdade de expressão na sociedade e a liberdade de empregarem determinadas formas de linguagem, reservadas ao universo lingüístico masculino.

As discussões fomentadas pelo movimento feminista a partir da década de 1970 a respeito desse assunto, como, por exemplo, que se tratava de uma forma de sexismo lingüístico, propiciaram questionamentos que orientaram também para uma visão da língua a partir de sua estrutura. Além disso, pesava o fato de que a linguagem masculina fosse tomada como norma e a feminina tratada como sua variedade, na perspectiva dos papéis sociais de prestígio.

Buscando romper este sexismo, alguns grupos feministas passaram a debater a idéia de que homens e mulheres partilham uma linguagem comum e a defender a neutralização de

¹ Mestre e Doutorando em Língua Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e professor das Faculdades de Comunicação Social da Unisa – Universidade de Santo Amaro e das Faculdades Radial (SP).

marcas gramaticais de gênero quando se referisse a ambos os sexos, a fim de abolir as diferenças sexuais existentes, como, por exemplo, a concordância no gênero masculino plural, quando se tratasse de um sujeito masculino e um feminino.

Entretanto, isto não representaria nenhuma mudança significativa no que diz respeito aos papéis sociais de homens e mulheres; provocaria, antes, um retrocesso cultural, visto que o que se pretendia era a igualdade de direitos e não de significados lexicais.

De qualquer forma, face à grande repercussão que os questionamentos acerca do papel da mulher na sociedade suscitaram, também no nível lingüístico podemos verificar, hoje, avanços significativos acerca do uso da linguagem pelas mulheres, embora ainda seja possível observarmos a existência de tabus no âmbito da fala feminina, determinados por pressões de ordem social.

2. A Identidade de gênero feminino nas situações interacionais

A linguagem é um fenômeno social e, por pertencermos a um mundo que reflete as posturas ideológicas masculinas, é compreensível, embora não justificável, que a linguagem feminina tenha menos prestígio que a linguagem masculina e, como resultado dessa determinação social, as mulheres são direcionadas, mesmo que implicitamente, a empregar sua linguagem diferentemente da dos homens.

Essa característica da linguagem feminina reflete a preocupação que as mulheres têm de evitar as construções estigmatizadas como próprias do universo masculino, isto é, de certa forma, rude ou distanciada da língua padrão. Assim, constrói-se uma linguagem que exerce o papel de marca de identidade social, apesar de reforçar os estereótipos da condição subalterna feminina que, entre outros fatores, não lhe atribui credibilidade.

Coulthard (1991:12) ilustra esta questão com o exemplo da ex-primeira-ministra inglesa Margareth Thatcher, que teve aulas para que sua fala se tornasse mais masculina, a fim de adquirir “uma imagem mais positiva quando falando em público”.

Apesar das conquistas obtidas pelas mulheres em nossa sociedade no que diz respeito à sua situação social, sua fala ainda costuma ser estereotipada como de menor prestígio. Isso será mais evidente conforme as circunstâncias em que se desenvolve sua fala, bem como conforme as relações de interação social no momento desta.

O *status* e o *papel social* desempenhado também orienta para a adoção de determinadas estratégias lingüísticas por parte do falante, de modo a obter resultados satisfatórios na situação interacional, conforme sua intencionalidade.

A interação é, pois, elemento fundamental para podermos verificar, na linguagem, as marcas que caracterizam a identidade de gênero. Entretanto, é preciso que consideremos, na situação de comunicação, especificamente no que diz respeito ao discurso feminino, o que diz Paratesi (1991:66):

Para esclarecer a relação existente entre condição feminina e o tabu lingüístico, é preciso levar em conta a posição da mulher no ato da comunicação. A mulher pode ser:

- 1) o objeto do ato de comunicação;
- 2) o emissor da mensagem:
 - a) que tem uma mulher como receptora;
 - b) que tem um homem como receptor.
- 3) o receptor da mensagem:
 - a) que tem uma mulher como emissora;
 - b) que tem um homem como emissor.

Embora a autora considere, para essa relação, o tabu lingüístico, isto é, as palavras interditas às mulheres, consideramos que tais proposições são aplicáveis ao discurso feminino em si, independentemente de qual seja a sua natureza, visto que é comum observarmos na sociedade várias referências ao que pertence ao universo feminino como uma variação do que é masculino e no caso específico da linguagem observa-se o mesmo.

Conforme citamos, no processo interacional, os locutores assumem papéis diferentes de acordo com o cenário de representação. Desta forma, organizarão sua estratégia discursiva considerando todos os atores desse jogo de representações.

Ocorre, entretanto, que a sociedade reflete o padrão dominante, normalmente o que identifica o gênero masculino, e inconscientemente os falantes reproduzem-no de modo a reproduzir também certos estereótipos, que reforçam as estruturas discursivas de dominação. (Cf. Fiorin, 2001:74).

Por outro lado, é preciso considerar que nas grandes cidades, em função da facilidade de acesso aos grandes meios de comunicação de massa, que reduzem as formas de preconceito lingüístico e de gênero, atualmente essa diferenciação entre linguagem masculina em oposição à linguagem feminina vem diminuindo sensivelmente. (Cf. Preti, 2000a:27)

O comportamento lingüístico que cada falante desempenha em suas diversas situações de comunicação reflete o *status* que a sociedade lhe atribui². Assim, o sexo do falante é uma marca de identidade social e, em função disso, a sociedade estabelece regras que ele deverá obedecer, que incidirão, até mesmo, em seu uso da língua.

Essas variações decorrentes da interação serão mais evidentes na fala, identificáveis por meio de traços fonológicos e sintáticos bem marcados. A esse respeito, Monteiro (2000:75) diz que as mulheres “valorizam muito mais as formas de prestígio, porque receberam uma educação que insiste bastante nesse aspecto e que deve falar de um jeito e não de outro.”

Na escrita, entretanto, por se tratar de um processo pautado pela linguagem padrão, e conseqüentemente menos estigmatizada, essas marcas de identidade de gênero feminino serão menos evidentes.

3. A identidade de gênero feminino na escrita

² Cf. PRETI, D. 2000b,:86

Num sentido amplo, fala e escrita são bastante distintas; esta não representa fielmente aquela. Mesmo que se valha dos recursos gráficos à disposição, por exemplo, numa relação estética, a escrita não produz o mesmo efeito sensorial como a fala é capaz de produzir.

Porém, conforme Barros (2000:75), “a transcrição para a escrita de um texto falado ou a leitura oral de um texto escrito trazem marcas da escrita e da fala, respectivamente.”

Os estudos acerca da identidade de gênero na linguagem feminina freqüentemente partem da observação da fala. Evidentemente, embora a fala seja articulada, no processo de transformação da fala para a escrita muitas marcas de identidade de gênero presentes na língua oral são apagadas em virtude dos procedimentos de retextualização. Em razão disso, ao tomarmos textos escritos por escritores de sexos diferentes, poderemos ter a impressão de que não há diferenças entre eles.

Entretanto, todo texto traz consigo posições ideológicas que poderão ser observadas, numa análise minuciosa, por meio das estruturas lingüístico-discursivas empregadas, bem como em função de seu gênero textual. Assim, uma análise de texto escrito deve considerar a identidade de seu sujeito produtor e sua intencionalidade diante de seu leitor, como também o contexto de sua produção, para que se obtenham os efeitos de sentido do texto.

Em virtude disso, é importante que antes tentemos, se não determinar, pelo menos apontar direções para o que pode ser tomado como linguagem feminina.

Mills (1998:74) refere-se, a esse respeito, a algumas feministas que abordam o uso da metáfora como fundamental para descrever a distinção entre a escrita da mulher e a escrita do homem e diz que as sentenças femininas apresentam-se “opacas e difíceis de compreender”. Jespersen (1998:233), por sua vez, diz que as mulheres criam eufemismos e paráfrases. Tannen (1994:32) diz que “a tendência de as mulheres serem indiretas é uma evidência de que as elas não se sentem com direito de exigir.”

Monteiro (2000:52), num sentido mais amplo, diz que, em uma mesma língua, é comum encontrar traços distintivos dos usos feitos por homens e mulheres e confirma que o discurso feminino é marcado por tabus lingüísticos, eufemismos, estruturas de polidez, purismo e conservadorismo sem, no entanto, deixar de ressaltar que isso são reflexos do condicionamento social ao qual a mulher está sujeita. Em função disso, diz, elas têm mais apurada a percepção dos sinais de estratificação social, por isso parecem mais sensíveis aos valores sociais que condicionam o uso da língua.

Numa perspectiva sociointeracional, Marcuschi (2001:33) diz que é possível “tratar os fenômenos de compreensão na interação face a face e na interação entre leitor e texto escrito, de maneira a detectar especificidades na própria atividade de construção dos sentidos.”

De fato, uma vez que tratamos de estratégias lingüísticas, devemos concebê-las num processo interacional, a partir da análise das intenções de seu locutor em relação aos seus interlocutores, posto que toda enunciação deve ser observada em seu contexto, que informa, inclusive, seu caráter ideológico.

O texto escrito constrói-se em dois momentos: usa elaboração e, posteriormente, sua efetiva produção, ao passo que o texto falado é elaborado e produzido num mesmo momento³. Entretanto, a respeito das investigações sobre a relação entre a fala e a escrita, Marcuschi (2001:45-6) afirma que há, entre ambas, nos aspectos lingüísticos e sociocomunicativos, mais semelhanças do que diferenças, sendo que as diferenças estão mais na ordem das preferências e condicionamentos e que estas podem ser mais compreendidas quando observadas no contínuo dos gêneros textuais.

Pressupor que a produção do texto escrito seja um ato unívoco remete-nos à idéia de que o escritor escreve para si mesmo, atendendo somente àquilo que ele, em seu julgamento de valores, considera válido. Nesta premissa, desconsideraríamos o importante papel do leitor,

³ Cf. BARROS, D. 2000:59

o co-escritor, que, por meio da leitura, transforma e transcende o texto escrito, atribuindo-lhe sentidos.

O texto escrito conta com a participação de um enunciador, seu sujeito produtor, e de um co-enunciador, o personagem virtual que, envolvido pelo conteúdo escrito, espera-se ser o receptor do texto produzido. Nesse diálogo, enunciador e co-enunciador reconhecem-se, envolvem-se e promovem sua interação.

Entretanto, um texto escrito prevê uma multiplicidade de co-enunciadores que, assim como o próprio enunciador, possuem julgamentos de valores particulares e proporcionam, desta forma, a polifonia do texto.

Assim, a parceria que se estabelece entre emissor e destinatário no processo comunicativo orienta a enunciação para um só sentido, no qual ambos têm fundamental importância no processo de validação do enunciado.

O enunciador, no ato da enunciação, oferece pistas para que seu co-enunciador possa reconstruir, no momento da leitura, sua primordial intenção. Entretanto, para assegurar que este objetivo seja alcançado pelo menos parcialmente, o enunciador estabelece um determinado tipo de leitor virtual que, em sua concepção, é dotado de competências que o tornarão apto a, em dado contexto, atribuir um sentido verdadeiro ao seu texto.

Essas competências, conferidas ao leitor por meio de suas vivências particulares, são acionadas no ato da leitura e interferem na compreensão do enunciado.

Na bipolaridade da enunciação, o leitor, ou co-enunciador, deve estar previsto pelo enunciador de modo que um enunciado faça sentido num contexto.

4. A imprensa feminina e suas estratégias de interação

O segmento do mercado editorial de revistas destinado ao público feminino é bastante amplo. Nele, podemos observar publicações que se destinam aos mais variados interesses que

a tradição social determinou como “assuntos de mulheres”, como família, culinária, moda, sexo, novelas, horóscopo, estética, saúde, entre outros. Em função disso, este tipo de publicação pertence ao que se convencionou chamar de “imprensa feminina”.

Buitoni (1986), em seu estudo acerca do assunto, afirma que “a imprensa feminina é continuamente para tudo que se relacione com mulher e família” e que, na concepção de muitos, inclusive de estudiosos da comunicação, seu objetivo é a alienação, visto que reforça o estereótipo da mulher consumista e despolitizada, além de “contribuir para reforçar o pessoal em detrimento do social”.⁴

É comum observarmos que os temas abordados pelas editoriais das revistas especializadas femininas, apesar de procurarem fortalecer a identidade de gênero feminino, de certa forma reforçam alguns estereótipos criados pela sociedade machista, como a necessidade de estar sempre bela, ser boa mãe, boa profissional e também boa dona-de-casa.

Além disso, há uma questão subjacente que a leitora menos atenta custa a perceber: o discurso, aparentemente desprezioso e cooperativo, traz em seu conteúdo toda uma mensagem persuasiva que orienta para as ações que devem ser tomadas por elas, escondida nas formas verbais imperativas e na seleção do léxico, de uma forma geral.

Isso se dá, porque a leitora, ao selecionar uma revista que tenha uma linha editorial compatível com seus interesses pessoais, acredita que a publicação seja um reflexo de seus pensamentos e suas atitudes. Entretanto, ela não percebe que, de certa forma, ocorre o inverso, isto é, seus pensamentos e atitudes são reflexos do pensamento da revista.

Evidentemente, toda revista institui um leitor-modelo, cujo perfil é delimitado por meio de pesquisas de mercado e segundo as tendências comerciais e comportamentais em vigência. Assim, associada ao texto jornalístico estará a mensagem publicitária e ambos orientarão as ações do leitor.

⁴ BUITONI, D., *Imprensa feminina, passim*.

Como exemplo disso, podemos observar que o tema sexualidade feminina, tão presente na maioria dessas publicações, assume um tom didático, de modo a, indiretamente, ratificar o tabu da condição sexual da mulher, ensinando a elas maneiras para satisfazer sexualmente seus parceiros e, num segundo plano, obter prazer sexual também

Segundo Vilas Boas (1996:9), não há regras muito rígidas para a construção de um texto de revista, desde que se considerem os valores ideológicos do veículo. Em função disso, é possível observar que nesses textos a interpretação dos fatos é feita mais abertamente, sem a preocupação pela preservação do mito da imparcialidade na imprensa.

No jargão técnico, isto se dá em função do *tom* e da *angulação* selecionados para o tratamento da reportagem. O *tom* diz respeito à escolha prévia da linguagem mais apropriada para a matéria e a *angulação* é o rumo que, em função do *tom*, o texto poderá seguir.

É em função disso que as revistas especializadas femininas valem-se em seus textos de estratégias interacionais que se caracterizam também pelo emprego de recursos lingüístico-discursivos, para garantir que sua mensagem atinja plenamente suas leitoras e, desta forma, as leitoras poderão validar o discurso das revistas.

Há, em linhas gerais, um consenso de que a mulher é, de fato, mais subjetiva em sua linguagem que o homem, e que essa subjetividade configura uma estratégia interacional por meio da qual, na intenção de fazer-se melhor compreender por seu interlocutor, ela optará por estruturas sintáticas e seleção lexical que possam melhor representar o referente segundo a realidade que lhe é aparente.

Essa subjetividade estará evidenciada nas revistas especializadas femininas por meio de estratégias como:

- **Emprego de palavras de tonalidade afetiva:** caracteriza-se pela preferência por adjetivos qualificadores que ornamentam os percursos descritivos;

- **Emprego de linguagem figurada:** também um fator de afetividade que indica a subjetividade da linguagem e caracteriza também uma estratégia interacional, visto que, ao empregar a linguagem figurada, pressupõe-se um saber partilhado entre os interlocutores, por meio do qual os sentidos do texto se constroem.

Segundo Tannen (1996:42), o circunlóquio é uma tendência da linguagem feminina e caracteriza uma marca de subjetividade da linguagem, visto que, ao se expressar indiretamente, a mulher empregará uma linguagem ornamentada, permeada por expressões de sentido figurado.

- **A valorização dos detalhes no discurso:** observada também pelo emprego de orações adjetivas ou do aposto explicativo, com vistas a garantir que as leitoras percebam a importância atribuída ao enunciado pela redatora.

- **Valorização de temas de interesse feminino:** nas revistas especializadas femininas, a família é, certamente, o tema de maior importância. Isso ocorre, porque todas as questões que envolvem a organização do lar são de responsabilidade da mulher, segundo conceitos tradicionalmente instituídos pela sociedade. Por este motivo, a maternidade, a paternidade, o casamento e os demais assuntos relacionados às relações familiares estão sempre presentes nas editoriais dessas revistas, que buscam, ideologicamente, resgatar nas mulheres esses valores sociais, apesar de promoverem a imagem de uma mulher moderna, que busca sua satisfação pessoal e profissional, em detrimento dos estereótipos sociais acerca de sua condição feminina.

5. Caracterização e análise do *corpus*

A revista *Nova*, publicada pela Editora Abril e lançada no Brasil em 1973, foi pioneira ao abordar assuntos relacionados ao crescimento emocional, sexual e profissional das mulheres na faixa etária de 20 a 30 anos.

Com tiragem mensal de aproximadamente 450 mil exemplares no país, o público leitor é formado preferencialmente por mulheres solteiras, que estudam e trabalham fora, daí as suas matérias relacionadas à sexualidade e afetividade, por exemplo, abordarem o assunto de forma direta e com uma linguagem que busca romper os preconceitos, sem esbarrar na vulgaridade.

Como há, também, um público leitor diferente dessa faixa etária e desse estado civil, a revista *Nova* procura complementar a pauta com outros artigos de interesse mais amplo.

Nova é a versão brasileira da *Cosmopolitan* americana, cuja linha editorial procura despertar em sua leitora confiança em si mesma, com fórmulas já consagradas, como a linguagem didática e persuasiva.

Neste trabalho, selecionamos para nossas análises a edição número 06 da revista, publicada no mês de junho de 2006. Dela, selecionamos quatro reportagens, das quais analisaremos em suas aberturas os recursos lingüístico-discursivos empregados como estratégias interacionais entre texto e leitoras.

Nas páginas 105 e 106, a revista traz a reportagem intitulada “Instinto de proteção”, sobre o ator Hugh Jackman, que interpreta a personagem Wolverine, no filme *X-Men*. Na abertura da reportagem, a redatora procura ressaltar as características do ator que pudessem representá-lo, no universo feminino, como um homem ideal. Para isso, emprega em seu texto diversos adjetivos:

No papel do herói rebelde Wolverine, do esperado filme *X-Men – o confronto final*, Hugh Jackman tem instinto animal e vive tentando conter a fera que existe dentro dele. Na vida real, parece mais um gatinho: homem **gentil e bem humorado**, pai **dedicado**, marido **dos sonhos**. Prepare-se para se prender nas garras dele!

Além disso, a redatora ainda faz uso da linguagem figurada, valendo-se de um percurso metafórico que se opõe à imagem idealizada de homem perfeito do ator, de modo que se ressalte o desejo que as mulheres têm de encontrar em um homem também um lado mais sensual, para que ele seja, então, completo:

No papel do herói rebelde Wolverine, do esperado filme *X-Men – o confronto final*, **Hugh Jackman tem instinto animal e vive tentando conter a fera que existe dentro dele**. Na vida real, **parece mais um gatinho**: homem gentil e bem humorado, pai dedicado, marido dos sonhos. **Prepare-se para se prender nas garras dele!**

Some-se a isso, também, o emprego do verbo “preparar” no modo imperativo afirmativo, que se apresenta numa oração exclamativa. Com essa construção frasal, a redatora não só orienta a leitora para a execução de uma ação, como também para a forma como ela deve executar essa ação.

Assim, pois, por meio desses recursos que são empregados já na abertura do texto, estabelecem-se formas de interação entre o texto e suas leitoras virtuais.

Nas páginas 121 e 122, *Nova* traz uma reportagem intitulada “A vida secreta do seu sapato”, na qual trata dos pés femininos e seus sapatos elementos de desejo sexual masculino, e se propõe a instruir suas leitoras para que partilhem desse conceito, como se elas não tivessem conhecimento desse interesse masculino.

Assim, a abertura da reportagem é permeada de frases interrogativas:

Você sabe por que à meia-noite, quando o encanto se desfez, os sapatos de cristal da Cinderela (e só eles) não desapareceram? Puro fetichismo, querida. A história original, contada pela primeira vez 1200 anos atrás, na China, estava mais para literatura erótica criada por um povo que já associava pés femininos com sensualidade. **E sabe por que virou lenda infantil sem que ninguém estranhasse?** No fundo, todos nós achamos a fissura por pés uma coisa natural; inconscientemente acreditamos que têm mesmo tudo a ver com sexo. **Quer ver só?**

Prevendo que a leitora virtual pudesse não responder às perguntas, a reportagem traz, imediatamente após as perguntas, as repostas, numa linguagem intimista, que se vale de um vocativo afetivo muito comum às mulheres:

Você sabe por que à meia-noite, quando o encanto se desfez, os sapatos de cristal da Cinderela (e só eles) não desapareceram? **Puro fetichismo, querida.**

A edição traz na capa a jornalista Fátima Bernardes e entrevista reproduzida nas páginas 132 e 133, sob o título “Fátima fenômeno”.

O texto de abertura da entrevista já se inicia com uma pergunta, de forma a estabelecer um diálogo com as leitoras e, prevendo que exista no imaginário feminino a idéia formada de que futebol é assunto preferencialmente masculino, a redatora acrescenta que, entre eles, há uma legítima representante do universo feminino:

Já viu a multidão de torcedores brasileiros que correram para a Alemanha ao primeiro apito do evento máximo do futebol? Bem, nem só de homens se faz a alegria dos campos e das arquibancadas tomados de verde e amarelo. Temos uma representante à altura: Fátima Bernardes...

Para justificar que a entrevistada está à altura das leitoras, o texto ressalta as características que a validam como um exemplar de mulher de sucesso: tem maturidade, filhos perfeitos, casamento estável e realização profissional:

...Fátima Bernardes, de 43 anos, três lindos filhos e um chefe que, por acaso, é também sua alma gêmea há 16 anos. Musa da Copa pela segunda vez, ela mostra que profissionalismo, iniciativa e carisma são mesmo as suas marcas registradas. No último dia 30, a jornalista comemorou exatos 8 anos e dois meses com âncora do *Jornal Nacional*. O segredo de tanto reconhecimento? “Faço o que gosto, sou aplicada e não me acomodo” diz..

Também nesse sentido de validar a entrevistada como modelo para as leitoras, a redatora vale-se de adjetivos e substantivos para um julgamento positivo:

Fátima Bernardes, de 43 anos, três **lindos filhos** e um chefe que, por acaso, é também sua alma gêmea há 16 anos. **Musa da Copa** pela segunda vez, ela mostra que **profissionalismo, iniciativa e carisma**

são mesmo as suas marcas registradas. (...) Com você, a palavra dessa **mulher tão especial**, que sabe jogar no ataque (para ter sucesso e auto-realização) e também na defesa (de várias ciladas da vida moderna).

Essa edição também trouxe uma reportagem a respeito de batons, na verdade um tipo de *merchandising* editorial⁵, entre as páginas 142 e 147.

Na abertura da reportagem, a revista coloca-se na condição de “tutora” das bocas femininas, uma vez que, antes de indicar, tomou o cuidado de testar os batons que julga adequados para suas leitoras. Entretanto, para eliminar um possível caráter cientificista dos testes, que poderia distanciar-se da característica intimista da revista, a redatora opta por uma linguagem hiperbólica:

Nós passamos um mês provando – e **beijando muuuito** – **dezenas de batons** até montar esta **verdadeira apólice de seguro** para **bocas bem pintadas**. Elegemos **as cores mais incríveis** para sua pele, descobrimos os tons da moda e identificamos **os melhores produtos do mercado**. E mais: pedimos a especialistas que entregassem truques decisivos para conquistar lábios sensuais.

Observa-se nesse texto de abertura que a revista busca mostrar que não se trata apenas de uma sugestão de produto de beleza, mas de um tipo de pesquisa. Para isso, ressalta que foi um trabalho intenso de pesquisa, que durou um mês e testou dezenas de batons, para que pudesse chegar a um resultado adequado. Para enfatizar a complexidade da pesquisa, empregou-se a preposição “até”, que vai indicar um percurso longo entre o início e o fim dos testes.

Enfim, em função dos resultados dos testes, a revista elege as melhores cores, descobre os tons da moda e identifica os melhores produtos, tudo sem que a leitora tome qualquer iniciativa, a não ser a de agir conforme estabelece a revista, para que, segundo ela, elas consigam seu objetivo: conquistar lábios sensuais (masculinos).

⁵ O *merchandising* editorial é uma estratégia do composto de marketing utilizada corriqueiramente nos veículos de comunicação de massa. Consiste na evocação intencional, paga ou não, de uma empresa, de uma marca, de um serviço ou de um produto no espaço editorial, nos programas ao vivo ou gravados, nos folhetins eletrônicos ou nas produções ficcionais. (Cf. MARSHALL, 2003:132)

Considerações finais

Se na esfera coletiva a mulher é vista como um ser social e tem respeitados os seus direitos, por outro lado, muitas vezes na esfera particular, esses mesmos direitos lhes são negados, porque é nos ambientes mais íntimos que se observam as diferenciações entre as identidades de gênero feminino e masculino.

Neste ponto, a imprensa especializada feminina desempenha papel fundamental, pois, na investigação dos assuntos que poderão compor sua pauta editorial, torna públicas as questões femininas que se desenvolvem na esfera privada, e assim começam a emergir as marcas da identidade de gênero feminino.

É em função dessa cumplicidade que as revistas especializadas femininas procuram imprimir em suas editorias e em sua linguagem uma marca de identidade de gênero que, de fato, seja capaz de promover a interação com suas leitoras. Assim, estabelecem um perfil de leitora e, por meio desse perfil, articulam as estratégias interacionais por meio das quais se objetivará atingir a interação.

Por isso, há, nas revistas especializadas femininas, a busca pelo emprego de uma linguagem que represente a identidade de gênero feminino e que se evidencia consoante o veículo e o público-leitor que se pretende atingir.

Em síntese, as revistas especializadas femininas ocupam lugar de fundamental importância na construção de uma identidade de gênero feminino. Por isso, este segmento do mercado editorial procura, cada vez mais, contemplar em suas editorias assuntos que possam atender às expectativas da mulher moderna, em decorrência dos diversos papéis sociais que ela hoje desempenha.

Apesar disso, o que se observa também é que essas revistas, mesmo que se proponham ser porta-vozes desse universo feminino, empregam uma linguagem que ainda estigmatiza a mulher como subalterna num mundo “feito pelos homens, onde as mulheres devem habitar.”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARROS**, Diana L. P. de. Entre a fala e a escrita: algumas reflexões sobre as posições intermediárias. In. PRETI, D. (Org.) *Fala e escrita em questão*. São Paulo: Humanitas, 2000.
- BUITONI**, Dulcília S. *Imprensa Feminina*. São Paulo: Ática, 1986.
- COULTHARD**, Malcolm. *Sexo e linguagem*. São Paulo: Ática, 1991.
- FIORIN**, José Luiz. *Linguagem e ideologia*. São Paulo: Ática, 2001.
- JESPERSEN**, Otto. The woman. In. CAMERON, D. (Ed.) *The feminist critique of language: a reader*. 2nd ed. London: Routledge, 1998.
- MARCUSCHI**, Luiz A. *Da fala para a escrita : atividades de retextualização*. São Paulo: Cortez, 2001.
- MARSHALL**, Leandro. O jornalismo na era da publicidade. São Paulo: Summus Editorial: 2003.
- MILLS**, Sara. The gendered sentence. In. CAMERON, D.(Ed.) *The feminist critique of language:a reader*.2nded.London:Routledge,1998.
- MONTEIRO**, José L. *Para compreender Labov*. São Paulo: Cortez, 2000.
- PARATESI**, Nora G.d'.As palavras tabu e a mulher. In. AEBISCHER, V. & FOREL C. (Orgs.) *Falas masculinas, falas femininas?* São Paulo: Brasiliense, 1991.
- PRETI**, Dino. *Sociolinguística – Os níveis de fala*. 9. ed. São Paulo: Edusp, 2000a.
- _____Papéis sociais e formas de tratamento em A ilustre Casa de Ramires, de Eça de Queiroz. In. BERRINI, B. *A ilustre Casa de Ramires. Cem anos*. São Paulo: Educ, 2000b.
- TANNEN**, Deborah. *Gender and discourse*. New York: Oxford University Press, 1994.
- VILAS BOAS**, Sérgio. *O estilo magazine – o texto em revista*. São Paulo: Summus Editorial, 1996.

Jornalismo e marketing em jornalismo

Eduardo Refkalefsky ¹

Resumo: Definição do conceito de marketing e sua aplicação nas empresas jornalísticas. Marketing não significa divulgar ou vender um produto, mas adaptá-lo ao mercado. Em última instância é o jornalista que realiza este trabalho, na medida em que ele é quem tem a capacidade de "adaptar" o produto notícia-informação para os receptores. Atividades como as promoções de vendas e encartes são apenas serviços de apoio para esta função realizada pelos profissionais de redação. Esta concepção é fundamental para que os jornalistas conheçam a importância de seu trabalho, o impacto econômico e as limitações da ação de administradores e publicitários dentro das organizações jornalísticas.

Palavras-Chave: Administração de redação; Brindes; Estratégia Editorial; Formação Jornalística; Escola de Frankfurt.

1. Introdução

Dentro das empresas e organizações jornalísticas, a relação entre os jornalistas e o pessoal do "marketing" é uma das mais delicadas e, por que não dizer, mal compreendidas. A idéia secular da separação entre "Igreja e Estado" — a redação e o setor administrativo-comercial — parece estar acabando ou se tornando um anacronismo nos grandes órgãos de imprensa, rádio, TV e novas mídias.

Cabe, portanto, definir novamente esses campos, em especial descrevendo o que se entende por marketing e sua relação — ou não — com a prática e a formação jornalística. Apresentamos, inicialmente, o que o senso comum — principalmente da classe jornalística — considera marketing, contrapondo com os conceitos práticos e acadêmicos sobre o termo. Em seguida, discutimos o que seria "marketing jornalístico",

¹ Jornalista profissional, doutor em Comunicação e professor da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

quem exerce esta função e qual o papel dos profissionais de administração e propaganda dentro das organizações informativas.

Este trabalho faz parte do projeto de pesquisa "O ensino de Comunicação e Economia em cursos de graduação de Comunicação Social no Brasil", desenvolvido na ECO/UFRJ. O marketing, para este projeto, se relaciona com a aplicação prática da Economia da Empresa, sub-área de Economia.

2. Comunicação autocentrada e centrada no outro

Marketing, para os não-especialistas, é sinônimo de “propaganda” ou “vendas”, quase sempre usado pejorativamente — “Collor só acertou no seu marketing”, “o Plano Real é uma jogada de marketing”, “o Fome Zero faz o marketing do Lula”. Todas essas afirmações, no fundo, se referem apenas à *divulgação ostensiva* de determinados conteúdos. A divulgação é uma ferramenta importante da *comunicação de marketing*, mas não é o marketing em si. Da mesma forma, a idéia usual do que seja o marketing em uma empresa jornalística é sinônimo da distribuição de encartes e brindes nos jornais, de promoções das rádios e televisões ou dos *banners* de uma página de notícias na internet.

Para esclarecer os conceitos, recorremos a Peter Drucker (1909-2005), considerado o principal nome na ciência de administração e estratégia empresarial. A maioria dos biógrafos e analistas da obra do austríaco coloca em segundo plano o fato dele ter trabalhado, no início da carreira, como jornalista econômico em Frankfurt (SOUZA: 1999, 16). Mas consideramos esta experiência fundamental para a gênese das idéias de Drucker, explicando, em grande parte, o conteúdo revolucionário de seus livros. A visão jornalística está estritamente ligada à idéia druckeriana de que o marketing e outras ferramentas gerenciais não são "caixas pretas", ou "técnicas" — são

filosofias, novas maneiras de enxergar uma empresa, negócio ou qualquer tipo de organização.

O trabalho jornalístico é, fundamentalmente, o de articular discursos e "tem uma delegação ou representação tácita que o autoriza a ser os ouvidos e os olhos remotos do público" (LAGE: 2001, 23). Mesmo com a suposição — perfeitamente aceitável — de que Drucker não era especialista em teoria e filosofia do jornalismo, a prática profissional certamente deve tê-lo influenciado a entender o marketing como um discurso sobre a realidade. "É a empresa vista pelos olhos do cliente", como disse o pensador austríaco.

Notamos, também, como o modelo sistêmico da comunicação se equivale ao modelo econômico de produção, base do marketing. Na comunicação, temos o processo entre *Emissor-Mensagem-Receptor*. Na economia, *Produtor-Mercadoria-Comprador*. Em ambos os processos, podemos distinguir duas orientações para a Mensagem/Produção em cada um dos pólos — Emissor/Produtor de um lado, Receptor/Comprador de outro (REFKALEFSKY: 2004, 35ss).

No processo de comunicação, a ênfase no primeiro pólo se chama "comunicação centrada no eu" (emissor). É a base da comunicação artística, fundada na lógica da auto-expressão. Se alguém escreve um poema, está colocando no papel seus sentimentos, sua visão de mundo (conscientemente ou não). Quando Van Gogh pintou *Os Girassóis*, o que ficou na tela foi seu "eu artístico". Já a segunda orientação da comunicação está "centrada no outro" (receptor), é um fator social de produção. Não se trata mais de exprimir a si mesmo, mas de se comunicar *levando em conta* o receptor. É uma comunicação orientada para o outro. A frase "comunicação não é o que a gente fala, mas o que o outro entende" resume este conceito.

Podemos relacionar as três funções sociais de produção jornalística — publicista, sensacionalista ou técnico (LAGE: *ibid.*, 10ss) — com a comunicação autocentrada e centrada no outro. O publicista ilustraria a comunicação centrada no eu, pois a ênfase está na capacidade individual de acumular conhecimento para a formação de opinião. Com o sensacionalismo, fruto da industrialização da imprensa no final do século XIX, a ênfase está no leitor não acostumado a ler e que precisa ser seduzido, através de um texto fortemente emocional. O técnico também se orienta para o outro, traduzindo os discursos específicos e os jargões de grupos de poder ("economês", "advocacês" e "biologuês", entre outros) para uma linguagem comum.

3. Conhecimento e valor agregado

Peter Drucker diz, em *Administrando para Obter Resultados*:

“Dentro da empresa não há resultados, nem recursos. Ambos estão fora dela [...] — não há centros de lucros dentro da empresa, somente de custos. O que se pode dizer com certeza a respeito de qualquer atividade empresarial, seja ela engenharia, vendas, fabricação ou contabilidade, é que ela consome esforços e portanto incorre em custos [...]. Os resultados não dependem de alguém dentro da empresa, nem de algo dentro do controle da mesma, mas de alguém de fora — o cliente numa economia de mercado, as autoridades políticas numa economia controlada. É sempre alguém de fora que decide se os esforços de uma empresa se transformam em resultados econômicos ou em desperdício e refugo. O mesmo vale para o único recurso distinto de qualquer empresa: conhecimento. Outros recursos, como dinheiro e equipamento físico, não conferem qualquer distinção. O que torna uma empresa distinta e constitui seu recurso peculiar é sua capacidade para usar conhecimento de todas as espécies — de científico e técnico a social, econômico e gerencial [...]. Entretanto, o conhecimento não é um recurso da empresa, é um recurso social universal. Ele não pode ser mantido em segredo por qualquer período [...]. [A empresa] pode ser definida como um processo que converte um recurso externo, isto é, conhecimento, em resultados externos, ou seja, valores econômicos” (DRUCKER: 1998, 4s, grifos nossos).

Estas idéias podem ser aplicadas a qualquer tipo de empresa ou, de modo mais geral, a qualquer tipo de organização. Por exemplo, para uma escola de samba, os recursos estão na mente dos carnavalescos e diretores, e os resultados no coração do

público e na cabeça dos jurados. A diretoria de uma empresa estatal deve levar em conta a política geral do Estado que a controla, bem como as variações de cada governo que chega ao poder. Uma organização não governamental (ONG) ou fundação é administrada a partir de um conselho diretor, ou mantenedor, que estabelece, no estatuto, os objetivos sociais e os provedores de recursos.

Outro ponto relevante deste trecho é destacar a importância do conhecimento. É o único recurso que agrega valor econômico a uma organização. Como Peter Drucker definiu posteriormente, o conhecimento pode ser dividido em “conhecimento sobre a tecnologia de produção” (inovação tecnológica) e “conhecimento sobre o mercado” (marketing).

Portanto, a estratégia de qualquer empresa ou de qualquer organização se divide em duas orientações. A *orientação para o mercado* (marketing) e a *orientação para o produto* (inovação tecnológica). São as únicas formas de se agregar valor a uma organização, todo o resto são custos. Ambas se relacionam com os dois sistemas de comunicação e economia que foram citados anteriormente. A orientação para o produto equivale à comunicação autocentrada e ao produtor, enquanto a orientação para o mercado se relaciona com o receptor e o comprador.

O pano de fundo que determina a escolha de uma das estratégias é saber o que surgiu primeiro, o mercado ou o produto. Produtos criam mercados (inovação tecnológica) ou mercados criam produtos (marketing)?

4. Conceito de marketing

Para o principal autor de livros didáticos de marketing, Philip Kotler, marketing significa o “processo social e gerencial através do qual indivíduos e grupos obtêm aquilo que desejam e de que necessitam, criando e trocando produtos e valores uns com

os outros” (KOTLER & ARMSTRONG: 1998, 3). Ele também descreve: “é a tarefa de criar, promover e fornecer bens e serviços a clientes, sejam estas pessoas físicas ou jurídicas” (KOTLER: 2000, 25).

Em vez de trabalhar com estas definições funcionalistas e um pouco prolixas, é preferível analisar o significado da palavra através da etimologia. *Marketing* significa *market* (mercado) + *ing* (gerúndio, ação, movimento). Portanto, temos que marketing significa *mercado em movimento*. E o que significa “movimentar o mercado?”. Em vez de produzir para depois vender (“levar para o mercado”), primeiro se *entende* o comprador para depois *adaptar* o produto a ele, antes da venda. Em outras palavras, o marketing é 80% de informação (pesquisa) e 20% de ação (propaganda e venda) — o contrário do que diz o senso comum. A tarefa principal é descobrir “necessidades, desejos e demandas” dos consumidores (estados de carência física ou simbólica) e adaptar o produto a eles.

Nesse processo, é importante ressaltar que a racionalidade econômica do consumidor não é necessariamente compreendida pela empresa. Você pode vender uma revista e dar um perfume como brinde, e achar que o consumidor *comprou* a revista. Na verdade, ele poderia estar apenas *comprando o perfume* (mesmo sendo “dado”), tendo para isso que adquirir a revista como forma de “pagamento”. Se o vendedor entender a lógica do comportamento deste consumidor, verá que vender revistas de porta em porta seria menos proveitoso e lucrativo do que vender perfumes. Foi desta forma que surgiu a Avon nos Estados Unidos do século XIX, uma antiga empresa que vendia revistas até descobrir o filão dos cosméticos.

A direção dos grandes jornais brasileiros, na década de 1990, demorou para chegar a este mesmo raciocínio e descobrir como era contraproducente a então chamada “guerra de promoções”. Tudo começou quando a *Folha de S. Paulo* encartou um Atlas

em fascículos nas edições de domingo, alardeando que a tiragem do jornal ultrapassou um milhão de exemplares. A concorrência seguiu pelo mesmo caminho, que logo se mostrou antieconômico para todo o mercado. Mesmo que as tiragens fossem altas, o raciocínio econômico do consumidor era bastante pragmático para parar de comprar o jornal quando as promoções se encerravam.

No final das contas, a "guerra de suplementos" não alcançou os resultados esperados — a conquista de novos leitores, principalmente assinantes. O leitor "comprava a promoção", mas não "comprava o jornal". Um caso emblemático foi relatado pelo diretor de um jornal português no I Congresso de Jornalismo de Língua Portuguesa, no Rio de Janeiro, em 1995. Um leitor foi à sede do jornal, comprou quatro exemplares, recortou os cupons promocionais de cada um, ainda na portaria do prédio, e deixou lá os exemplares.

5. O que é adaptado?

É importante ressaltar que o processo de adaptação do produto ao consumidor apresenta vários níveis de aprofundamento. Uma empresa pode fazer uma adaptação *cosmética* e *superficial* de um produto, mudando a cor da embalagem ou o ator da propaganda. Uma adaptação *em essência* ou *substância* implica em mudanças maiores, como na composição ou fórmula química. Quanto mais profundas forem essas mudanças, mais completo será o processo e, conseqüentemente, maior a possibilidade de sintonia e adequação ao público. É necessário, para isso, empregar sistemas de informação cada vez mais sofisticados. Entre eles, estão a *discussão em grupo* (*focus group*), a *entrevista em profundidade* e a *pesquisa motivacional* (MATTAR: 1996, 46ss).

Podem-se também usar como sistema de informação os métodos informais. “Intuição”, “sensibilidade” e “*feeling*” são empregados por muitos empresários e empreendedores, que alcançam grandes resultados. Silvio Santos não precisa de nenhum estudo para saber do que as “colegas de auditório” gostam (SILVA: 2000, 108ss). Evidentemente, nem todos têm este “dom”, que a Psicologia, Economia, Filosofia e até Teologia tentam explicar. Por isso, as pesquisas formais de marketing e opinião pública são instrumentos imprescindíveis para a vida da maioria das organizações contemporâneas. Se bem empregadas, complementam o lado intuitivo e subjetivo da tomada de decisões.

O conceito de “níveis de aprofundamento” é uma resposta às críticas de que o marketing seja algo “superficial” ou que não leve em conta demandas sociais. *Mudanças cosméticas, na verdade, não representam a essência da adaptação.* Na maior parte das vezes, trata-se de puro e simples desconhecimento da realidade do consumidor. Pesquisa não significa apenas perguntar "o que a pessoa quer", pois necessidades, desejos e demandas mais profundos estão além da racionalização e da consciência das pessoas. Muitas vezes, o processo de adaptação segue uma *lógica social e econômica*.

Por exemplo, um processo acelerado de urbanização faz com que diversas pessoas tenham menos tempo para se dedicar às atividades domésticas. Isto leva os executivos de marketing de empresas de higiene e limpeza, higiene pessoal e alimentos a *adaptarem* os produtos a este novo mercado — independente de decisões individuais. Há uma *demandas sócio-econômica* por trás de toda racionalização dos consumidores.

Um nível maior de profundidade permite, ainda, discutir quem é o responsável, em última instância, pelo processo de adaptação ao mercado. Como lembrou Vicent

Barabba (1999, 21), "o marketing é importante demais para ficar a cargo dos marketeiros".

Como o marketing é menos uma técnica fechada e mais uma filosofia, um modo de ver o negócio ("com os olhos do cliente", de acordo com Drucker), qualquer profissional, no final das contas, pode praticá-lo, dentro de qualquer organização. Qualquer atividade pode ser *orientada para o marketing* e pode realizar a *função* de marketing.

O marketing de um jornal impresso não é simplesmente adicionar brindes ou colocar um telefone para resolver problemas dos leitores. Não são nem mesmo os brindes e encartes, as promoções para conquistar assinantes ou o roteiro dos anúncios. Quem *movimenta o mercado* da organização são os jornalistas, os únicos capazes de *adaptar* o "produto" (notícia, informação e serviços) em substância e profundidade — sejam mudanças na redação dos textos, no visual das páginas, no processo de edição ou em qualquer etapa da produção da informação e notícia.

Os publicitários e marketeiros que trabalham em um jornal fazem, na verdade, *apoio a marketing* (ou *serviços de marketing*). Coordenando pesquisas, eles ajudam — ou deveriam ajudar — os jornalistas na adequação do "produto" ao mercado. Mas poucas pesquisas nos veículos de comunicação são pensadas para serem lidas por jornalistas. Em grande parte, devido ao desconhecimento das rotinas de produção e da realidade de trabalho nas redações. Há muitas oportunidades para pesquisadores de marketing e opinião pública desenvolverem projetos neste sentido — ou para jornalistas que desejem entender mais sobre pesquisa.

Por sua vez, as campanhas publicitárias e promocionais divulgam para os leitores as mudanças *em essência* do "produto" jornal. Muitas vezes, as diferenças de fato da informação entre um veículo e a concorrência não são suficientemente

compreendidas pelos publicitários, gerando, com isso, campanhas de eficácia limitada. Também, neste caso, há muitas oportunidades para publicitários que se aprofundem melhor nas diferenças entre jornais e desenvolvam campanhas mais próximas da realidade. Ou para jornalistas que desejem se aprofundar nas rotinas publicitárias para orientar, com maior precisão, as campanhas. No Rio de Janeiro, o diário *O Globo* tem apresentado uma campanha publicitária que mostra os jornalistas, de dentro da redação, falando sobre quais serão as notícias e reportagens da edição do dia seguinte.

Podemos comparar esta idéia de que "quem faz o marketing do jornal é o jornalista" com a indústria automobilística. Um engenheiro da Volvo, por exemplo, é quem faz o marketing automotivo da indústria sueca. Se a característica principal dos carros da empresa é a segurança, fazer apenas uma campanha publicitária não alterará a essência da adaptação — embora possa ser um *apoio* a ela. Só o engenheiro tem capacidade para *adaptar* o carro em relação à segurança (necessidade do mercado), introduzindo, antes dos concorrentes, novos itens na fabricação. O *air bag* lateral e do carona, freios ABS, limpador do vidro traseiro, limpador de faróis, barras de proteção lateral e *air bag* no teto (cortina) foram alguns produtos desenvolvidos pela Volvo, dentro do conceito de *adaptar o produto ao mercado*. Em outras palavras, fazendo o *marketing automotivo*.

Outro caso, aparentemente bizarro, é o mito de que o *magô* Paulo Coelho tenha tido sucesso por causa "do marketing". Em outras palavras, da propaganda intensiva dos livros. Na verdade, quando o magô começou a fazer sucesso no início dos anos 90, não houve nenhuma campanha publicitária, no máximo a divulgação para a imprensa especializada, comum a todos os livros. O sucesso se deveu muito mais ao "boca a boca".

Mas se o "marketing" de Paulo Coelho for interpretado no sentido amplo, de adaptação ao mercado, se estará mais perto da verdade. O escritor faz *marketing* ao escrever aquilo que interessa ao grande público (jornada espiritual, magia, incenso, pirâmides, fadas, gnomos, duendes, anões de jardim etc.). Seu *feeling* de escritor (ou de mago) é o melhor "sistema de informações" para detectar as tendências do momento (esoterismo exótico) e o gosto dos leitores. Essa sensibilidade incomum é o combustível para orientar a criação de novos livros.

Cabe ainda analisar *o que é adaptado* efetivamente no processo de marketing. No primeiro momento as empresas adaptam o *produto ao mercado*. Com o tempo, se torna necessário mudar não só a mercadoria, mas todo o *processo de produção*. Se os consumidores desejavam um carro barato, como Henry Ford percebeu, não era questão simplesmente de baixar o preço ou reduzir a qualidade das peças. Até porque havia um limite para não sacrificar o retorno financeiro com os preços baixos, ou a reputação da empresa com carros defeituosos. Ford descobriu que seria necessário mudar todo o modo de se fabricar um automóvel, iniciando a produção em série que tornou o modelo T o primeiro carro popular da história.

A *Folha de S. Paulo*, nos anos 80, foi pioneira em adaptar o processo de produção jornalística para se adequar a uma necessidade do leitor — receber cedo a informação. Por isso, o fechamento da primeira tiragem foi antecipado para que o leitor do interior do estado pudesse ter acesso ao jornal logo pela manhã. A medida, aos poucos, seria adotada pela concorrência.

Estratégia diferente fora adotada na década de 1990 pelo antigo *Diário Popular* — hoje *Diário de S. Paulo*. O jornal, na época comandado por Miranda Jordão, esperava o último páreo do Jockey para ser rodado e circular com os resultados, considerados importante para grande parte dos leitores.

6. Inovação Tecnológica

A outra estratégia que uma empresa pode empreender, oposta e complementar à de marketing, é a *inovação tecnológica*. Neste caso, a empresa não se importa com "o que o consumidor quer", mas lança um produto revolucionário, inédito e o mercado é que se adapta a ele. Essa estratégia é adotada pelas empresas de pesquisa tecnológica, como a Intel. Os engenheiros não perguntam o que os usuários de informática querem. Eles simplesmente fazem chips cada vez mais rápidos e confiáveis, para *só depois* levá-los ao mercado. É o método do *faça e venda*.

Da mesma maneira, muitas empresas criativas limitam as pesquisas de mercado e opinião para não desestimular os profissionais — ou porque os clientes, no momento da pesquisa, não conseguem visualizar os benefícios do produto. Foi o caso da agência norte-americana DDB, que quase não consegue lançar a campanha da locadora Avis ("*We try harder*" — "Nós nos esforçamos mais") porque tinha sido rejeitada em discussões em grupo. "É negativa demais", disseram os participantes das reuniões.

Akio Morita e Masaro Ibuka, fundadores da Sony, desprezavam pesquisas de mercado, enfatizando a criação e o desenvolvimento de produtos considerados de fabricação "impossível", como um rádio "de bolso" nos anos 50 (COLLINS & PORRAS: 1995, 149s).

Por sua vez, editores e chefes de redação restringem o contato de repórteres com pesquisas sobre o conteúdo dos jornais, pois elas podem inibir o voluntarismo, o "faro de reportagem" e a contundência dos textos — que representam a "inovação tecnológica" no jornalismo.

A aplicação dos conceitos de Drucker às empresas jornalísticas mostra que a "inovação tecnologia" não se restringe a produtos tangíveis ou bens materiais como

rádios e chips. Inclui também serviços e bens intangíveis. Inovação tecnológica em uma colônia de férias pode ser a criação de uma nova atividade. Em um hotel ou parque de diversões, a recepção mais cordial dos funcionários. No jornalismo, informação confiável, e na propaganda, campanhas criativas.

A confusão que o termo "tecnológico" pode causar a este tipo de estratégia se deve a problemas conceituais de economia. A ciência econômica se desenvolveu nos séculos XVIII e XIX e ainda guarda termos e modelos ligados à atividade industrial. Mas a economia mundial na virada do século XX para o XXI se torna, cada vez mais, uma economia de bens imateriais, mercadorias intangíveis e serviços. Como no caso do próprio jornalismo.

Isto também explica o privilégio, na "economia da comunicação" (ou informação), da abordagem de aspectos tecnológicos em detrimento da estrutura comercial ou da economia da linguagem. As principais escolas econômicas brasileiras de linha estruturalista, UFRJ e Unicamp, utilizam modelos de economia industrial e de desenvolvimento cepalino. Por sua vez, os modelos microeconômicos ortodoxos (EPGE-FGV e PUC-RJ) são menos adequados ainda para explicar a comunicação brasileira.

5. Conclusões

1. O que os publicitários, administradores e "marketeiros" dizem e o que os jornalistas acham sobre o que seja marketing jornalístico costuma estar mais errado do que certo. Quem faz o marketing em uma organização jornalística é o jornalista — independentemente do tamanho, finalidade (veículo de comunicação ou assessoria de imprensa) e que seja uma empresa comercial, instituição sem fins lucrativos ou parte do aparelho de Estado.

2. O Marketing jornalístico é uma das duas atividades (estratégias) que gera valor econômico para a organização jornalística. Significa o processo de: (a) escutar o receptor (seja ele leitor, ouvinte, telespectador, internauta, para citar os mais usuais), utilizando métodos formais (pesquisas) ou informais (*feeling* jornalístico); (b) adaptar a linguagem (que é a essência do "produto" jornalístico) através das atividades de reportagem, produção, redação e edição; e (c) fazer uma avaliação permanente (*feedback*), que se transformará em seguida no item (a).

3. A outra estratégia que gera valor é a chamada (impropriamente) inovação tecnológica. Nos veículos de comunicação, compreende principalmente os processos de reportagem, através dos quais os jornalistas conseguem matérias inéditas ("furos") e com isso atraem os receptores. Mas também incluem a linguagem textual e visual (diagramação, visual nos telejornais ou arquitetura de páginas de internet) e qualquer inovação que, por si só, seja conquiste o público.

4. A formação dos jornalistas brasileiros, tanto nos cursos superiores quanto nas redações, ainda não contempla esta temática. É um assunto extremamente delicado. A bibliografia disponível pode induzir facilmente a conclusões erradas, reforçando os equívocos do senso comum de que marketing seja "propaganda" ou algo "oposto" à atividade jornalística.

Quando houve, em 1999, a avaliação das condições de oferta dos cursos de jornalismo (a segunda parte do sistema do "Provão", que avaliava os currículos, docentes e cursos, de maneira geral), tivemos a oportunidade de visitar, a serviço do MEC, uma das melhores escolas, situada no estado de São Paulo. Foi o único lugar em que presenciei a discussão sobre uma disciplina deste tipo. O coordenador falou do interesse em introduzir, no currículo, a disciplina "Empreendedorismo". Aconselhei que tomasse cuidado, pois o programa de curso e a bibliografia poderiam levar a conteúdos

como "ao acordar, repita cinco vezes diante do espelho *eu vou vencer!*". Não que a área conhecida como "auto-ajuda" seja desprovida de valor. Mas é um conteúdo secundário para a formação dos jornalistas, que são — a prática o comprova — automotivados por natureza.

5. Na ECO/UFRJ, a temática sobre economia da empresa jornalística — que inclui vários tópicos discutidos neste trabalho — foi alocada na disciplina *Comunicação e Economia*, no segundo período do currículo introduzido em 2001. Faz parte do ciclo básico, que reúne nos três primeiros períodos todos os alunos, que só então escolhem a habilitação (jornalismo; publicidade e propaganda; produção editorial; rádio e TV). Apesar de não ser exclusivo dos alunos de jornalismo, a temática também é relevante para a formação para as outras habilitações.

No caso específico do jornalismo, os temas econômicos e mercadológicos são importantes porque os formandos não se empregam apenas nas redações dos grandes veículos. É cada vez maior o número de jovens jornalistas que trabalham em instituições sem fins lucrativos, ONGs, sindicatos, governo ou se tornam microempresários. Por isso, além da capacidade técnica, precisam também de conhecimentos gerenciais e de planejamento. Os jornalistas mais experientes, principalmente os com cargo de chefia, acabam aprendendo, na prática, os conteúdos de marketing — embora não tenham consciência de que o trabalho que executam tenha este nome.

6. O conhecimento real do que seja o marketing jornalístico é importante para se evitar que profissionais de outras áreas ocupem indevidamente espaços na estrutura empresarial. Ou pelo menos para saber contra-argumentar na linguagem do "inimigo". Ou ainda para evitar — ou pelo menos tentar — que o dinheiro da empresa seja gasto em atividades secundárias.

7. Finalmente, cabe ressaltar que uma das teorias mais difundidas nos estudos de Comunicação no Brasil, a Escola de Frankfurt, em grande parte contribuiu para a confusão dos termos de jornalismo e marketing, principalmente nas universidades. Ao considerar apenas o caráter conativo (de convencimento) do discurso jornalístico, os frankfurtianos acabaram com qualquer tentativa de separação entre Igreja e Estado, assim como jogaram por terra qualquer tentativa de se conseguir dignidade para a profissão de jornalistas. Felizmente eles estão errados.

REFERÊNCIAS

BARABBA, Vicent P. **Reunião de Talentos: Criando a empresa baseada no mercado**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

COLLINS, James C.; PORRAS, Jerry I. **Feitas para Durar: Práticas bem-sucedidas de empresas visionárias**. Tradução de Silvia Schiros. Rio de Janeiro: Rocco, 1995

DRUCKER, Peter. **Administrando para obter Resultados**. Tradução de Nivaldo Montingelli Jr. São Paulo: Pioneira, 1998.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. Tradução da Bazán Tecnologia e Lingüística, Revisão Técnica de Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 10^a Edição, 2000.

KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. Tradução de Vera Whately e Revisão Técnica de Roberto Meireles Pinheiro. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 7^a Edição, 1998.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SOUZA, Francisco Alberto Madia de. **Marketing Pleno**. São Paulo: Makron, 1999.

MATTAR, Fuad Nagib. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, Edição Compacta, 1996.

REFKALEFSKY, Eduardo. **Comunicação e Posicionamento da Igreja Universal do Reino de Deus**. Tese de doutoramento em Comunicação e Cultura. Orientador: Prof. Dr. José Amaral Argolo. Rio de Janeiro: Escola de Comunicação da UFRJ, 2004.

SILVA, Arlindo. **A Fantástica História de Silvio Santos**. São Paulo: Editora do Brasil, 3^a Edição, 2000.

Celulares, sabonetes e felicidade: a publinotícia/não-notícia em Caras

Fabiana Moraes ¹

Resumo: Este artigo tem como objetivo mostrar a presença cada vez mais forte de uma das categorizações da não-notícia no jornalismo, categoria essa que chamamos de publinotícia. Para isso, retiramos exemplos obtidos na revista de celebridades Caras. A idéia é demonstrar como, a partir do crescimento do infoentretenimento, o apagamento das fronteiras entre a publicidade e o jornalismo torna-se mais evidente, num fenômeno que está ligado a própria mudança de estrutura e de valores pela qual o jornalismo passa. Também propomos, no final do artigo, uma revisão na própria deontologia jornalística, que prega posturas éticas contraditórias às práticas que se observam hoje dentro desse campo.

Palavras-chave: Publinotícia; não-notícia; infoentretenimento; publicidade; deontologia

O conceito moderno de notícia passa, como já apontaram diversos autores, pelo seu entendimento como um produto a ser comercializado, uma mercadoria gerada pelo sistema capitalista. Seu aparecimento como um serviço para as massas no século 19 está diretamente ligado à maior industrialização e ao aumento do consumo nesse período.

Segundo Lage (1981), o aparecimento do jornal está subordinado ao desenvolvimento da economia de mercado e das leis de circulação econômica. Ou seja, o jornal surge como o instrumento de que o capitalismo financeiro e comercial precisava para fazer que as mercadorias fluíssem mais rapidamente e as informações sobre exportações, importações e movimento do capital chegassem mais depressa e mais diretamente aos componentes do circuito comercial. Seria ingênuo perceber, a partir desse nascimento, a notícia como algo alheio ao meio econômico, ao mercado, tentando entendê-la apenas como um produto informativo, e não como um meio de promoção e divulgação de produtos.

¹ Mestre em comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco.

Segundo Fonseca (2004), os órgãos da mídia, quando privados, são empresas capitalistas de comunicação, que, portanto, objetivam o lucro. A própria liberdade democrática do sistema capitalista permite que os órgãos privados de comunicação opinem e construam uma realidade que será compartilhada pública e socialmente – daí o caráter extremamente particular da mercadoria-notícia, que, apesar de ser muitas vezes vendida como mais um produto, é responsável pelas impressões e mesmo por influenciar o comportamento de determinados grupos sociais. Weber (*apud* Fonseca) observou que diversos diários franceses mudavam sua opinião de acordo com as variações sofridas pelo mercado.

Em tempos de infoentretenimento, porém, essa ligação íntima entre notícias e publicidade terminou gerando um tipo de produto midiático que mescla de forma complexa a idéia de informação com o que entendemos como marketing: é o chamado publijornalismo, ou publinotícia. No artigo *O admirável novo jornalismo*, Leite (2000) percebe como esse produto comum no campo do infoentretenimento vem realizando uma “revolução silenciosa” no jornalismo. O autor não aponta, como avisa em seu texto, para o fato de as publicações hoje trazerem mais anúncios ou de utilizarem formas publicitárias para constituir seus textos. Para ele, é mais importante perceber como as normas e sistemas da publicidade adentraram o campo do jornalismo (na visão do autor, ao que parece, um jornalismo mais objetivo), transformando sua produção em um fenômeno híbrido batizado de publijornalismo, neologismo que ele chama de “provisório” e do qual nos apropriamos nesta breve análise.

O “publijornalismo” só contesta, elucida ou investiga porque está vendendo um melhor produto e vendendo a si mesmo o tempo todo, e não porque julga, como seu antepassado (o jornalismo), que estará também influenciando numa determinada realidade ou cumprindo um papel cultural ou ideológico numa sociedade. A informação como produto, puro e simples, não significa que o valor simbólico da notícia tenha sido abandonado: o próprio conteúdo passou para a escala do consumo, e o acontecimento ele mesmo tornou-se apenas uma mercadoria aos olhos da rede universal do “publijornalismo” e sua espetacularização da realidade (Leite, 2000).

O publijornalismo (ou publinotícias ou publireportagens, conceito bastante usado em Portugal) também já foi identificado por outros pesquisadores, a exemplo de Chaparro (2004), que identifica dentro do campo noticioso o crescimento do que ele chama de jornalismo utilitário ou jornalismo de serviço, caracterizado por matérias que prestam um “serviço ao leitor” e estão, ao mesmo tempo, carregadas pelo discurso do

mercado. Nesse ambiente, no qual nasce uma subespécie de reportagem, narrativa jornalística e propaganda se mesclam. Aí, diz Chaparro, se cria um tipo híbrido de informação onde, sob os encantos da forma jornalística, reinam intencionalidades e ações de propaganda

A fronteira entre jornalismo, publicidade e propaganda torna-se perigosamente tênue, diria até que desaparece (...). As coisas pioram muito quando esse jornalismo (...) sem nervura crítica invade os espaços nobres da informação diária, sob a proteção de nomes notáveis na assinatura do texto.

Chaparro assume uma visão que, a partir da enorme inserção da publinotícia no jornalismo atual, pode ser tomada como romântica. Primeiro porque é difícil conceituar o que seria um “espaço nobre” da informação diária, visto que, num meio impresso, por exemplo, as sessões de política e economia são nobres para um público X, enquanto outra fatia de leitores pode tomar como “nobre” apenas o caderno destinado à TV. Outra questão é encarar o jornalismo, artigo “sem nervura crítica”, apenas como um produto voltado para o bem social. Sabemos que esse “bem” tem diversas texturas e beneficiados, e é promovido predominantemente por grandes conglomerados de comunicação com ligações intensas com o campo político e, como analisamos neste trabalho, o da propaganda. Para Marshall (2003), a imbricada relação entre publicidade e jornalismo inaugura um novo paradigma midiático. Numa sociedade iconocêntrica, onde se vê um jornalismo que se utiliza cada vez mais da linguagem e das práticas televisivas, além de sofrer fortes pressões mercadológicas, a liberalização de dogmas e mitos que sustentavam o ethos dos jornalistas caiu por terra. A nova orientação da mídia se dá no sentido de atrair anunciantes, e não mais no sentido estrito de informar. É o “jornal sem palavras” (*apud* Soares), o “jornalismo cor-de-rosa” (*apud* Kurtz), no qual se vê com clareza os recursos base do infoentretenimento. Esse tipo de jornalismo, diz Marshall, está “estrategicamente preparado para não desagradar a ninguém, seja leitor, usuário, consumidor, cliente, dono, anunciante, etc.” (2003;27).

O autor lembra que é a inserção dos anúncios publicitários nos impressos a partir do século 19 a responsável pelo barateamento dos diários e sua conseqüente popularização entre as massas. O precursor da novidade seria o francês Emile de Girardin, que lançou, em 1835, o jornal *La Presse* com preços pela metade do praticado pelos seus rivais graças ao ingresso da publicidade (2003;81). De Girardin até os dias de hoje, porém, a publicidade adentrou de maneira definitiva o espaço até então utilizado

para notícias e opiniões, modificando a maneira de se ver e de se fazer jornalismo. Analisando essa inserção, Marshall identificou 25 diferentes maneiras de utilização de recursos publicitários dentro de espaços jornalísticos (mimese, dirigismo, quinhentismo, desfiguramento, releasmania, composição, etc). Todos esses exemplos nos mostram, aponta o autor, para uma época na qual a liberdade de imprensa deu lugar à liberdade da publicidade. Estamos diante, continua ele, de uma patologia jornalística que está em plena metástase, espalhando-se pela cultura e pela sociedade de comunicação e informação (2003;167).

Cornu (1994), apesar de perceber o fenômeno de maneira nociva à deontologia jornalística, cita Estelle Leroy e Amaury de Chambord para apontar que o modelo do publijornalismo tornou-se um modo de comunicação absolutamente necessário e complementar das campanhas institucionais para explicar a tecnicidade de seus produtos. Já Fontanelle (2003), que estudou a imbricada relação entre sociedade e publicidade através da figura do palhaço Ronald McDonald, cita a publinotícia como estratégia comum ao marketing de hoje:

A julgar, por exemplo, pelas informações contidas num livro que narra a história da Coca-Cola, em fins do século XIX a propaganda de mercadorias já era amplamente veiculada nos jornais impressos (Pendergrast, 1993). Mas, como já sabemos, até aí tratava-se, "apenas", de propaganda. Hoje, como pudemos constatar, o que há é uma fusão entre informação e publicidade que torna os dois indistinguíveis. Não por acaso, um estudioso do marketing vai apontar a atual importância que ganhou os "publieditoriais" - os arranjos, parte editoriais, parte publicitários - que tornam-se "importantes fontes de endosso a produtos" (apud Buitoni, 2000, p.119).

Chaparro, porém, toca em um ponto crucial: de fato, o publijornalismo deixou seus locais de excelência, como as sessões dedicadas ao consumo das revistas, jornais e programas televisivos, para adentrar num campo maior, e o exemplo que tomamos para ilustrar esse artigo é aquele visto no semanário de celebridades e vips Caras.

A publicação realiza suas matérias apoiando-se nos parâmetros desse conceito híbrido da indústria do infoentretenimento (este um conceito híbrido em si). Assim, Caras, que tem impressão média de 300 mil exemplares semanais, termina produzindo uma série de pseudo-eventos (Boorstin, 1992) que a apóiam na construção de não-notícias (Moraes, 2005). Mas o que Caras nos mostra de diferente em relação à tradicional relação entre a publicidade e o jornalismo, cujas fronteiras são geralmente

marcadas e há uma definição dos dois papéis – o de informar e o de vender produtos? Observando diversas matérias da revista, percebemos que não há nenhuma determinação traçada entre o que está sendo informado ou divulgado: patrocinadores e anunciantes estão colocados em meio às reportagens e são fotografados da mesma forma que as celebridades usualmente mostradas. Tudo funciona como uma troca, e tanto notícia quanto produto tornam-se puro fetiche. Diz Morin (1977;104):

A publicidade propõe os produtos que asseguram bem-estar, conforto, libertação pessoal, standing, prestígio e também sedução. Essa complementaridade concerne ao mesmo tecido humano que é a vida privada. Daí a estreita ligação entre publicidade e cultura de massa. A publicidade apadrinha tão bem a cultura de massa (programas de rádio e de televisão, competições esportivas) quanto é apadrinhada por ela. A cultura de massa é o terreno onde a publicidade obtém sua maior eficácia, e, inversamente, os orçamentos publicitário das grandes firmas criam os programas de rádio, os filmes publicitários, isto é, todo um setor da cultura de massa. A cultura de massa, em certo sentido, é um aspecto publicitário do desenvolvimento consumidor ocidental.

É a própria existência do anunciante em eventos ou edições específicas que vai determinar a construção de uma não-notícia em Caras. Para empregar o termo não-notícia, nos apoiamos nas informações programadas pela mídia para alimentar a si mesma. Se, nos anos 60, Boorstin classificou como pseudo-eventos os fenômenos criados para alimentar os mídia (as coletivas de imprensa, as inaugurações de placas comemorativas, etc), avançamos neste termo para classificar como não-notícia os eventos criados pelo próprio campo do jornalismo para alimentar a si mesmo. Nos apropriamos, assim, de Caras, que realiza a si mesma a partir de um castelo, uma ilha e diversas “repúblicas de licença” (Rabelais, 2003). No semanário, encontramos vários exemplos não-noticiosos, como as matérias onde a própria revista é o personagem principal de suas não-matérias a partir da fala de famosos ou as produções apoiadas em personagens sem relevância jornalística, mas que encontram espaço na revista ao terem seus nomes associados, ainda que minimamente, a algum vip (Moraes, 2005). Para este trabalho, porém, nos detemos em apenas um exemplo não-noticioso: aquele no qual encontramos a publi-notícia. É sem dúvida o maior recurso usado por Caras para manter-se semanalmente em circulação, e é, igualmente, um exemplo que demonstra de maneira clara o desaparecimento de fronteiras entre publicidade e jornalismo, um fenômeno do infoentretenimento que é cada vez mais comum no campo midiático.

Um exemplo: na edição 581, uma matéria mostra a atriz Karina Bacchi ganhando um kit de banho da Lux Luxo por ter feito uma pintura inspirada nos produtos da empresa. Era a própria marca que patrocinava a edição verão 2004 do Castelo na França. Na matéria de página inteira, duas fotos mostram uma representante da Lux entregando o kit para a atriz, que está surpresa com o resultado, embora o “flagra” tenha sido realizado em sua própria casa, no Brasil. Esse pequeno exemplo nos leva a perceber que as não-notícias publicadas no semanário são fruto de estratégias de marketing estabelecidas pelas próprias empresas: ao inserir seus produtos em locais mitificados como o Castelo ou a Ilha de Caras, elas garantem um espaço precioso: a legitimação da qualidade dos produtos é nos dada pelo famoso que ali aparece usando tais produtos como se estivesse vivendo uma situação “espontânea”. Essa relação celebridades-produtos é explorada com sucesso pela indústria publicitária e é também a força motriz de Caras. Para Fontenelle (2003), em um momento, as marcas fazem uso de pessoas e eventos para poder constituír suas imagens; num outro, são essas pessoas e eventos que se colam às marcas para falarem de si mesmas. De acordo com Gitlin (2003) a prática de contratar celebridades para infundir significado às mercadorias e aumentar o desejo por elas cresceu no século 20. É importante ressaltar que esse modo de vender produtos está diretamente ligado às necessidades da publicidade em agregar a si o valor veiculado pelas imagens e linguagem televisiva. Citando Hobsbawm (1995) Fontenelle pontua que, com o crescimento do consumo das imagens eletrônicas, a propaganda que apelava para as características e benefícios de um produto cedeu espaço para a sua imagem - é a época em que “as campanhas publicitárias teriam que vender, não o bife, mas o chiado; não as latas de sopa, mas a felicidade familiar.” Com as mudanças mercadológicas e mesmo comportamentais provocadas pelo maior consumo da TV, a propaganda, a partir dos anos 60, começa a deixar de lado ainda sua promoção de funcionalidade dos produtos para promover apelos afetivos ligados à marca. Elas começam a significar algo mais – os comerciais não precisam necessariamente vender um produto, e sim sua capacidade de emocionar, entreter, elevar. Lipovetsky (1989, *apud* Fontenelle) mostra que, já nos anos 80, essa nova maneira comportamental da propaganda faz com ela própria passe a não ter sentido: zomba de si mesma, deixa de mostrar o que está sendo comercializado.

Temos aqui, desta forma, duas poderosas armas do infoentretenimento – e, conseqüentemente, da não-notícia: a marca e a sua associação o modo de vida e a celebridade (uma confundindo-se com a outra). Num tempo onde o famoso é em si uma

marca publicitária, sua fala passa a significar tanto um acontecimento jornalístico quanto a publicização de um produto – e é desse combustível que a publinotícia se apropria.

Vem se construindo (...) um novo estilo de vida, um novo sentimento de pertencimento no qual os ídolos, heróis e celebridades são referências e modelos: com grande frequência, seus corpos são erotizados, desnudados e influenciam o consumo” (Hershmann e Pereira, 2003).

Boa parte dessa publinotícia em Caras dá conta de um novos ethos publicitário: não é a ostentação em si, a alegria de ter, mas a de viver bem, se jovem, ser belo. São valores agregados a uma riqueza que não necessariamente precisa estar exposta. É nesse caso que a publinotícia em Caras vai além da mera venda de artigos como celulares e sabonetes. Caras vende felicidade. E felicidade, nas últimas décadas, é cada vez mais tratada pela mídia como um artigo de luxo. Plenitude, beleza, bem-estar e juventude são complementos dessa idealização vista nas páginas da revista. A felicidade tornou-se ela mesma um fetiche. Um exemplo recente que agrega essa imagem do “luxo estilhaçado”, da celebridade e da narrativa jornalística carregada pelo discurso publicitário é a edição que traz a modelo Gisele Bundchen na capa inaugurando a embaixada Caras na Alemanha Ali, eles foram fotografados, suas vidas tornadas em matérias (invariavelmente positivas) e diversos produtos e patrocinadores, se fundiram ao glamour – e vice-versa - Caras para garantir mais sucesso nas vendas. A modelo foi contratada pela empresa alemã Nívea como garota propaganda. É a Nívea a dona de um spa construído no castelo, no qual a modelo surge diversas vezes sendo fotografada. A partir daí, vê-se que a sua entrevista no espaço tem ligações com o próprio fechamento de parceria entre a publicação e a empresa. O texto ainda avisa que tipo de produto a celebridade usou – a linha Nívea Visage. Gisele surge nos espaços Nívea usando o roupão bordado com a marca (“a top/cabelos soltos/envolta num roupão Nívea”). Mais do que o texto, as imagens da modelo no espaço é que enfatizam mais a idéia da publireportagem. Nelas, vê-se continuamente a marca Nívea, como vemos nas fotos abaixo:



Apesar da forte imagem de venda de produto (mais do que isso, de um branding, estratégia publicitária que compreende a promoção de uma marca sob diversas formas), a publinotícia traz uma entrevista com a modelo, uma das maiores celebridades do mundo, atualmente. Antes da entrevista, na abertura, a editora de Caras, Andréa Dantas, escreve um texto de alto teor publicitário:

Ansiosa por relaxar, Gisele se dirige a uma das maiores atrações da Embaixada: o Spa Nivea, em que a modernidade de tratamentos é envolvida pela beleza de ambientes incrustados na pedra e arcos medievais, num clima profundamente calmo e convidativo. Saunas, solarium, duchas especiais e salas de massagem, além de aparelhos para quem não abre mão dos exercícios, integram o complexo. “Ah, sou mais uma boa massagem nas costas”, avisa a top, cabelos soltos, envolta em um roupão Nivea. Neste ambiente, a bela passou pelos três passos diários e essenciais de beleza: limpeza, tonificação e hidratação do rosto, usando Nivea Visage. Em sua estada na Embaixada de CARAS, onde inaugurou o Spa Nivea, Gisele deu uma entrevista exclusiva à revista.

É interessante observar, primeiramente, como o texto de Caras se utiliza, muito à vontade, de adjetivos comumente ligados ao mundo publicitário, adjetivos estes evitados pelo jornalismo “comum”, diário. A ver: “(...) O Spa Nivea (...), em que a modernidade de tratamentos é envolvida pela beleza de ambientes incrustados na pedra e arcos medievais, num clima profundamente calmo e convidativo (...)”.

Mas Caras não se alimenta apenas de celebridades para construir suas não-notícias: patrocinadores e parceiros são tratados com relevância, e têm suas vozes transformadas em artigo noticioso de diversas maneiras no corpo do semanário. Na mesma edição que este artigo tomou como exemplo para mostrar o caso Bundchen, uma matéria mostra diversos executivos do banco inglês HSBC, que patrocinava uma regata

também apoiada por Caras. O banco é ainda um dos anunciantes da edição. O gancho da matéria seria uma homenagem que a instituição prestou ao pessoal da embarcação, além da comemoração dos nove anos do banco no País. Personagens que até a pouco tempo estavam restritos às colunas sociais são mostrados pelo semanário para todo o Brasil:

*Patrocinador do barco Brasil 1— integrante da regata de volta ao mundo Volvo Ocean Race —, o banco HSBC promoveu uma homenagem à equipe da embarcação, formada por medalhistas olímpicos como **Torben Grael** (45), capitão, e **Marcelo Ferreira** (40), regulador de velas; além de companheiros como **Alan Adler** (41), diretor do projeto, e **Andy Meiklejohn** (30), proeiro. Realizado no Iate Clube do Rio, o jantar comemorou também os nove anos do banco inglês no Brasil. “Pessoas como Alan e Torben trazem credibilidade a um projeto tão grandioso como este. O barco está criando um elo emocional entre o HSBC e o esporte”, declarou **Glen Valente** (41), diretor de marketing do HSBC, ao lado de **Hilgo Gonçalves** (47), diretor regional da rede Leste-Nordeste do banco. (...) O encontro reuniu ainda os executivos **João Francisco Borges da Costa** (53), presidente da HDI Seguros; e **Ernani Paciornik** (51), diretor-presidente do Grupo 1 Editora, responsável pela publicação da revista *Náutica*, com a mulher, **Denise Godoy** (44).*

Outra maneira de Caras realizar suas publinotícias é transformar, de maneira ainda mais clara, seus parceiros em tema de matérias extremamente positivas. Em meio a diversos desses exemplos, usamos a publinotícia que traz como principais protagonistas as donas do restaurante carioca Sharm El Sheikh, as sócias Liuba Cruz e Souza e Lúcia Prezzi Mark. O restaurante, na ocasião, era o “convidado” de Caras para servir as celebridades que estavam então cumprindo temporada na ilha.

Na Ilha, como no restaurante, as sócias apresentaram o mundo dos faraós aos vips. “Cuidamos de tudo pessoalmente e muitas vezes vou para a cozinha, coloco a mão na massa e testo novas receitas”, disse Lúcia. Tapetes, almofadas, cortinas e narguilés espalhados pelo caramanchão decoraram a mágica noite egípcia. “A comida está um arraso! Sinto como se estivesse no Egito, um lugar que desejo muito conhecer”, comentou Raul Gazzola, que vive o personagem Cadu na novela Prova de Amor, da Rede Record. “Está tudo delicioso e o ambiente é agradabilíssimo”, elogiou Betty Faria.

Como podemos observar, a fala dos famosos é, ela mesma, o meio de propaganda que Caras utiliza para vender os serviços do restaurante que é parceiro da temporada de vips na ilha. Essa fala, ao mesmo tempo em que cumpre seu papel de

vender o restaurante, também ganha a importância de notícia . A fama que leva os vips até o ambiente da ilha é o mesmo fator que torna esse elogio-fala como uma espécie de atestado dos bons serviços e da qualidade da casa, e não há propaganda que consiga ultrapassar os benefícios desse fenômeno. Aliada a esse fator a revista também, mais uma vez, adjetiva seu produto com termos como “mágica noite egípcia”.

No artigo *Entre o jornalismo e a publicidade*, Serrano (2001) refere-se a essa tomada de posição publicitária - não assumida - dentro do texto jornalístico. O professor cita as sessões dedicadas ao consumo, em especial àquela intitulada Boa vida, presente no jornal português Diário de Notícias.

Em tais situações a publi-reportagem, enquanto género que não se assume como mensagem publicitária explícita e que faz uso do modo redaccional jornalístico, presta-se magnificamente a cumprir os desígnios dos anunciantes muito mais eficazmente do que o faria a estrita 'publicidade'. Uma das tarefas que cumpre com mais eficácia tem a ver com a descrição técnica dos produtos publicitados (...) que faz de uma maneira mais credível, em linguagem científica, rigorosa, e tanto mais eficaz quanto se não identifica como publicidade (...)

O que se percebe é que o semanário satisfaz, assim, uma gama de necessidades que a própria constituição da revista torna necessária: da grande celebridade (Gisele), ao patrocinador-anunciante (HSBC), passando pelo parceiro das temporadas na ilha ou no castelo (o restaurante egípcio), todos encontram força e legitimidade no ambiente do semanário, que também se apropria das vantagens que cada um desses indivíduos trazem, à sua maneira, para a revista. O mais interessante é que, ao realizar suas produções a partir da presença dos famosos e dos parceiros da revista, o semanário deixa de quebrar a tal barreira entre jornalismo e publicidade. Em Caras, não há essa quebra - a própria construção da notícia traz em si o consumo como personagem de igual importância. Não há separação entre notícia e publicidade, pois as duas estão unidas em um único corpo.

A publinotícia e a deontologia jornalística

Numa atualidade onde a presença do infoentretenimento vai crescendo à medida onde tem-se um número cada vez maior de leitores mais propensos às softnews (e tentar responder se é o infoentretenimento que forma esse público ou se é o público que torna possível esse infoentretenimento requer uma investigação mais elaborada), a presença da publinotícia já é uma realidade dentro dos meios noticiosos – e, claro, publicitários.

Patterson (2003) acredita que a intensa competição entre os conglomerados midiáticos foi a responsável pela modificação das notícias na forma e no conteúdo, orientando-as no sentido do entretenimento. O que dizer então dos códigos deontológicos que regem os princípios da profissão? O resultado entre o confronto da lista dos códigos de ética jornalísticos e os valores inerentes à prática não-noticiosa – e, conseqüentemente, à publinotícia, são extremamente contraditórios. Em seu artigo *A dinâmica da deontologia digital*, Machado (2003) propõe uma ruptura entre o modo tradicional das abordagens para um avanço sobre o que os jornalistas da área digital realizam

Com a emergência do jornalismo digital muda de forma significativa tanto o sistema de produção de notícias nas sociedades contemporâneas, quanto as relações entre todos os atores envolvidos nas diversas etapas do trabalho jornalístico. O espaço descentralizado das redes de produção e circulação de notícias torna difícil a imposição de padrões deontológicos apriorísticos a todos os membros de uma comunidade estabelecida ao redor de uma determinada publicação jornalística. Com trajetórias profissionais distintas, os diferentes atores sociais articulados como produtores de conteúdos de um mesmo meio são mais inclinados a negociar de forma consensual as regras comuns de conduta.

Dentro dessa realidade, o jornalismo digital é, segundo o autor, gerido por profissionais que ora se guiam pela cartilha dos códigos de ética profissionais comuns ou “sucumbem à política do mercado livre sem quaisquer compromisso deontológico”. Assim como na área específica citada por Machado, também a prática da publinotícia presume uma mudança nos códigos de ética que regem o jornalismo. Um dos valores desse campo diz, por exemplo, que deve-se vetar a promoção ou evocação intencional ou não de qualquer produto, marca e empresa nos espaços editoriais (Marshall, 2003). Confrontado com alguns poucos exemplos retirados de uma publicação específica como a Caras, esse mandamento torna-se inócuo. Cornu, por sua vez, nos lembra que a independência dos jornalistas está em jogo em relação à sua ligação com anunciantes, e cita que a Declaração de Munique orienta para que nunca se confunda o ofício do jornalista com o de publicitário. Além disso, não se deve aceitar orientações de anunciantes, sejam elas diretas ou indiretas. Percebendo a ineficiência dessas recomendações frente ao que de fato está sendo praticado nos media de hoje, levantamos a questão da real importância que os códigos deontológicos jornalísticos, que possuem uma base em comum em praticamente todo o mundo ocidental, frente ao

cotidiano dos media noticiosos de hoje. É claro que seria ingênuo acreditar que, mesmo antes de a mimese entre jornal e publicidade acontecer, as recomendações para que princípios como a verdade e a análise dos fatos fossem sempre seguidas. Mas é importante perceber que boa parte do jornalismo realizado dentro do seio do infoentretenimento não encontra mais bases dentro do código de ética até então proposto. Segundo Machado,

Numa fase de transição moral como a nossa os antigos deveres prescritos nos códigos não são suficientes para as tomadas de posição dos profissionais e tampouco existem novos parâmetros deontológicos para enquadrar as particularidades da prática e a variedade de funções dos produtores de conteúdos jornalísticos nas redes digitais (...) Como as normas e princípios deontológicos são muito vagos os códigos de ética são pouco úteis para enfrentar com bons resultados a variedade de situações com que o jornalista se confronta no exercício profissional

Cornu classifica como problemática a relação entre os domínios da publicidade e do jornalismo a partir do aparecimento do sponsoring (patrocínio), que confunde a barreira entre os dois. O surgimento do publjornalismo suscita, para ele, questões mais delicadas: o gênero, diz, é uma forma admissível, deontologicamente falando, de se fazer publicidade em um jornal. O anunciante compra um espaço e ali publica um texto de caráter redatorial destinado a vender seus produtos. Mas, de acordo com as regras, esse espaço publicitário deve estar claramente assinalado como tal (e ter diferente tipografia). Não deve ser assinalado por jornalista da casa, nem sequer um jornalista profissional. Assumindo para si o desejo antes de tudo mercadológico, o próprio ensino do jornalismo já passou ele mesmo a se orientar para a publireportagem. É um sinal do próprio desenvolvimento da prática – se hoje boa parte dos profissionais da área sofre constrangimentos ao ser forçado pelas empresas jornalísticas a escrever reportagens publicitárias, alguns exemplos mostram que o futuro reserva menos “problemas” no que se refere à essa obediência. Em Portugal, um curso destinado aos profissionais da comunicação intitulado Gestão de Imagem e Assessoria de Imprensa, oferecido pela Escola Técnica de Imagem e Comunicação, traz o seguinte texto de apresentação:

Desenvolver as melhores estratégias de comunicação para as empresas e para as instituições, utilizando as técnicas de Relações Públicas e de Publicidade. Conhecer os principais instrumentos para chegar aos media e produzir informação positiva sobre as

*entidades. Construir e gerir relações de confiança com os media e os líderes de Opinião. Criar e manter uma Imagem Positiva para as marcas, através de um trabalho de comunicação e informação (...). Módulos: os media em português. Acontecimentos e eventos. Pseudo-acontecimentos e notícias. Dossiers de imprensa. Press Release. **Publireportagem**. O curso destina-se a profissionais de comunicação interessados em desenvolver as suas competências e a estudantes que querem enveredar por uma profissão na área da comunicação*

Em tempos onde “gerar imagens positivas” utilizando-se de técnicas de relações públicas e publicidade passaram a integrar os cursos voltados para jornalistas, é necessário que se faça uma revisão dos princípios éticos que orientam, ainda que virtualmente, o campo jornalístico. A não-notícia configurada como uma publireportagem é uma realidade que demonstra a própria mudança estrutural pela qual o jornalismo vem passando, onde paradigmas que sempre nortearam os profissionais da área passaram a ser incompatíveis com o exercício do ofício. Com o crescimento de veículos como Caras – esta mais “clara” em seu uso de matérias publicitárias, e mesmo com o uso das publireportagens em veículos como os jornais de referência, observa-se uma relação mais tranqüila da mídia (e talvez dos leitores/consumidores) com o estilo. Se antes jornalistas se sentiam ofendidos em ter que escrever matérias pagas, hoje o trabalho pode ser encarado apenas como mais uma especialização. Se o leitor exigia saber se estava se informando ou estava consumindo uma peça publicitária, hoje o próprio pode não estar certo sobre qual das duas atividades está realizando. Quando leio uma matéria de Caras na qual Gisele surge limpando a pele com produtos Nívea ou outra onde vejo diversos famosos elogiando a comida de um restaurante egípcio instalado na ilha de Caras, estou, claramente, consumindo um híbrido entre matéria jornalística e anúncio publicitário que me mostra famosos enquanto vende produtos de beleza ou comida exótica. É uma espécie de anúncio com plus: sou informado sobre as qualidades de um produto, que se diferencia, no caso, por estar sendo vendido através da fala ou da imagem de alguém que reconheço como notável ou candidato a. É o prestígio do jornalismo aliado à linguagem da publicidade, e é essa a mescla que orienta e modifica, de maneira definitiva, a forma de se ler e fazer jornalismo.

Referências bibliográficas

BOORSTIN, Daniel. **The image**: a guide of pseudo-events in America. New York: Vintage Books, 1992.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

CHAPARRO, Carlos. Jabaculê, corrupção da notícia. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=263ASP017> (acesso em 6/5/2006)

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Disponível em: <http://www.geocities.com/Paris/Rue/5214/debord.htm>. Acesso em: 03 mai. 2004.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **O espetáculo das imagens: as relações entre mídia, consumo e marketing através da análise de uma marca publicitária**. Disponível em <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/publicidadeepropaganda/0215.pdf> (acesso em 2/5/2006)

GABLER, Neal. **Vida, o filme**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GITLIN, Todd. **Mídias sem limite**: como a torrente de imagens e sons domina nossas vidas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

HERSCHMANN, Micael; MESSEDER Pereira, Carlos Alberto (orgs.). **Mídia, memória e celebridades**: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LEITE NETO, Alcino. O admirável novo jornalismo. Disponível em <http://www.paremasmaquinas.com.br/art017.htm>, 10/07/04.

LIPOVETSY, Gilles. **O luxo eterno – da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo.: Companhia das Letras, 2005

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MORIN, Edgard. **Cultura de massas no século 20**: o espírito do tempo: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1977.

MORAES, Fabiana. **Do Pseudo-evento à não notícia: um estudo sobre a revista Caras**. Recife, 2005. Universidade Federal de Pernambuco.

MACHADO, Elias. A necessidade de redefinir a deontologia no jornalismo digital. Disponível em www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/goncalves2003.doc. Acesso em 9/5/2006.

NATALI, João Batista. **Jornalismo internacional**. São Paulo: Contexto, 2004.

PATTERSON, Thomas E. Tendências do jornalismo contemporâneo: estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a democracia. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/scielo.php>. ISSN 1645-5681. Acesso em: 09 jul. 2004.

RABELAIS, François. **Gangântua e Pantagruel**. São Paulo: Itatiaia, 2003.

Caras:

Gisele visita embaixada de Caras. Disponível em
http://caras.uol.com.br/materias/materias_144.htm

HSBC festeja parceria com o esporte e o Brasil. Disponível em
http://caras.uol.com.br/materias/materias_157.htm

Vips curtem jantar egípcio na Ilha. Disponível em
http://caras.uol.com.br/materias/materias_157.htm

Moral nietzschiana e *habitus*: o discurso jornalístico como epistemologia

Fabiana Piccinin¹

Resumo: A partir do conceito nietzschiano de moral, este artigo faz uma discussão sobre o lugar de “epistême” conquistado pelas mídias na sociedade contemporânea, se detendo, especialmente no papel do jornalismo. Dentro do sistema midiático, é a instância jornalística que, ao trabalhar com a referencialidade, se institui de maneira legítima e credível, ditando regularidades e comportamentos, por se apresentar como versão de verdade. Dentro desse contexto, a reflexão proposta vai no sentido de verificar como os jornalistas, ao internalizarem as regras de produção jornalística produzem as epistêmes de maneira naturalizada, tornando-se os primeiros censores do processo de transformação do fato em notícia. As hipóteses de como acontece a naturalização das condições produtivas na redação é explicada através do conceito de *habitus* de Bourdieu.

Palavras-chave: Jornalismo, moral, epistemologia, Nietzsche, *habitus*.

Não tenho a pretensão de estabelecer moral, no entanto, para aqueles que o fazem, posso dar-lhes um conselho: se pretendem privar de honra, as melhores coisas e estados, prossigam com elas na língua, assim como vêm fazendo até aqui! (Nietzsche: Gaia Ciência: Aos pregadores da moral, 292)

A intervenção midiática, incrementada especialmente por conta dos grandes avanços tecnológicos do nosso tempo, estabeleceu uma nova lógica nas relações interpessoais, econômicas, sociais e, especialmente, simbólicas na sociedade atual. Os indivíduos estão convencidos que quaisquer ações e/ou decisões, das mais prosaicas às mais complexas, estão em relação direta com os discursos que circulam e se apresentam, como a tradução simbólica da contemporaneidade, de maneira que o acesso a essa produção simbólica imaginária torna-se condição para a inserção social. Por essa razão, as mídias são uma das

¹ Professora da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), Doutoranda do PPGCOM (PUC-RS).

instâncias interpretadoras da realidade, capaz de mover os indivíduos a uma consulta incessante às informações provenientes do discurso midiático, tornando-o a fonte mais usual do conhecimento partilhado.

No caso do jornalismo, soma-se à idéia de discurso midiático e, portanto imprescindível à vida em sociedade, também o fato de ser um discurso especializado, credível e legítimo como lugar da informação e referencialidade, como garantidor da verdade dos conteúdos dos discursos. Dentro da instituição midiática, cabe ao jornalismo prover informações credíveis, verossímeis e contínuas por meio do tratamento e adequação dos discursos herméticos à linguagem consensual.

Por essas razões, qualquer discurso, ao ser atravessado pela instância jornalística, conquista existência e, portanto, passa a ser tomado como a interpretação da realidade exterior, dando “explicações” sobre os mais diferentes fenômenos que compõem a experiência em sociedade. Fazendo circular esses diferentes discursos credíveis e legítimos, o jornalismo torna-se um importante lugar de origem de discursos e epistêmes aos quais aos indivíduos se referenciam, tornando-se uma das novas morais contemporâneas.

Não há discurso (análise científica, manifesto político, etc.) nem ação (manifestação, greve, etc.) que, para ter acesso ao debate público, não deva submeter-se a essa prova de seleção jornalística, isto é, a essa formidável “censura” que os jornalistas exercem, sem sequer saber disso, ao reter apenas o que é capaz de lhes “interessar”, de “prender sua atenção”, isto é de entrar em suas categorias, em sua grade, e ao relegar à insignificância ou à indiferença expressões simbólicas que mereceriam atingir o conjunto dos cidadãos”. (Bourdieu, 1997, p.67)

É fato que a história da humanidade é a história do homem atribuindo sentidos continuamente ao exterior que o cerca, num processo tão intrínseco e atávico que acontece, na maior parte das vezes, quando a atribuição é mesmo anterior ao sentido, de maneira que, não havendo explicação, o homem inventa a explicação. Para Nietzsche (1998), isso se deve ao fato de que o homem não suporta o mal-estar do não sentido, e essa é razão de origem do que ele vai chamar de moral, constituída, por isso, não naturalmente, mas a partir da construção de conceitos de “bom” e “mau”. Assim, na medida que intervém na cotidianidade dos indivíduos, as mídias – nesse caso o jornalismo - se endereça como

produtor de não ficção, e por isso de comprometimento com o real, de maneira a tornar-se a grande “fonte” das explicações cotidianas e por isso, cada vez mais, se apresentando como fonte da moral no conceito nietzschiano.

Para o pensador, tudo começa pela constituição dos valores, que por essa mesma razão se mostra como uma construção, um efetivo trabalho, só possível de ser visibilizado pelo caminho contrário, ou seja, o de desvendar a sua origem. E neste processo de desconstituir as morais explicativas do mundo para que se possa chegar ao processo original, a virulência do discurso de Nietzsche é apontada para a filosofia que, no seu entender, naquele momento, desempenhava papel regulador e regrador da sociedade pelas verdades defendidas. A filosofia detinha, portanto, a epistême dos conceitos e, apresentava o discurso da valoração. Se o fazia, produzia o “entorpecimento” dizia Nietzsche (1998), por constituir um atravessamento contínuo do discurso social.

Hoje, a analogia possível traz essa relação para o papel do discurso midiático jornalístico. Na medida da necessidade inexorável de que todos os discursos passaram a ter de se anunciar pelo e através do discurso jornalístico para conquistar visibilidade e legitimidade, é desse lugar que tudo e todos são ditos. A complexificação da sociedade condiciona os discursos herméticos, oriundos de diferentes momentos e áreas de poder, ao atravessamento midiático, neste caso jornalístico. Qualquer “nova verdade” só a será se mediada pelo discurso midiático, e no caso do jornalismo, sobretudo credível e imparcial, uma vez que aí está o seu grande valor.

Nas palavras de Barros Filho:

Se “Deus morreu” (Nietzsche) no século XIX, “o sujeito ressuscitou” (Deleuze) no final do século XX. Talvez para substituí-lo. Após ter sido despersonificado, “transformado em um simples lugar, onde se encontram linhas de causalidades históricas, socioeconômicas, lingüísticas ou pulsionais”, normatizado pela objetividade do enunciado e manipulado pela passividade da recepção, o grande retorno do sujeito tem palco: o do campo da comunicação, do agir comunicativo, dos meios, das mediações, da impossibilidade de não comunicar. (Barros Filho, 83:2003)

Dessa maneira, pode-se compreender como o jornalismo consolida o lugar da referencialidade contemporânea e, portanto, um lugar de grande poder e influência. É no “palco” do jornalismo que diferentes campos e atores estabelecem uma luta contínua pela conquista do sentido, da mesma forma que, conforme aponta Nietzsche (1998), quaisquer discursos morais se apresentam continuamente tentando se sobrepor um ao outro, numa luta eterna e virulenta.

Para que conquistem força socialmente, como explicação para os fatos exteriores, os discursos devem se instituir como leis regulamentadoras do convívio social. Para tanto, a formação dessa “cola” simbólica se dá, socialmente, porque os discursos moralizantes investem nas categorias mais frágeis do homem, tais como sua condição de culpa inata e de dever, do mesmo modo profunda e eficazmente explorado também pelas religiões instituídas. Por outras palavras, significa dizer que, para conquistar a força social e legítima, qualquer discurso moralizante ocupa-se dos instintos, das culpas, das fés emocionais e do fanatismo, que vão ser a base deste jogo de força e poder na esfera das obrigações morais.

Há aqui, na essência desses sentimentos, a exploração do que de mais caro é para o homem, a sua sobrevivência. Sobreviver depende dos sentidos e das explicações ofertadas, para que, de alguma maneira, seja possível ter a tranquilidade necessária para acomodação das inquietudes. Nesse espaço de fácil crença é que atua também o jornalismo apresentando continuamente os padrões, as regulações, os comportamentos que devem arbitrar a experiência dos indivíduos. Segundo Rodrigues “é a instituição midiática que desempenha, nas sociedades modernas, este papel estratégico de composição e de conseqüente cimento homogeneizador da vida coletiva.” (Rodrigues, 1997).

No entanto, o que de mais importante se apresenta nesse processo, segundo Nietzsche (1998), é o fato de a produção da epistême ser resultante dessa explicação contínua da moral – neste caso do jornalismo – sobre a realidade exterior, e tornar-se, por isso, tão absolutamente naturalizado e escravizante que só a sua desconstituição torna possível vislumbrar sua existência. Sem desconstruí-la, o homem não é capaz de percebê-la como construída e seu uso como vontade de poder, uma vez que os discursos moralizantes não permitem desconfiar porque se apresentam de maneira totalizante e sem hesitações. O discurso jornalístico apresenta-se como um discurso acabado, total, sem intermitências e

vazios. Diferentemente dos discursos cotidianos, em que há hesitações, rupturas e silêncios, o discurso midiático flui de maneira ininterrupta, de forma acabada e escondendo seus processos de gestação.

Neste sentido, o tratamento dado aos fatos que vão tornar-se notícia, para que adquiram a credibilidade jornalística, são a própria explicação do mundo livres da suspeita, naturalizados como a “versão” de verdade. Retomando Nietzsche (1998) mais uma vez, é possível ver que o confiar está vinculado à moral, caracterizado por se apresentar de maneira cabal, como verdade absoluta e capaz, por isso, de acabar com qualquer inquietude ou dúvida humana. Significa dizer que o homem precisa de um discurso orientador, que se apresente com a pretensão de ser a luz sobre as ações e decisões que precisam ser tomadas. Esse investimento orientador é feito na consciência que, em geral, segundo Nietzsche (1998), é mais forte que o pensamento e, por essa razão gera fé cega e crença. É o contrário, diz ele, do pensamento, que quando mais forte que a consciência, gera a emancipação.

Mas não é com esta categoria que trabalha o jornalismo. A prática jornalística investe nas fés cegas e na consciência que, por sua vez, se manifestam gregariamente. O discurso jornalístico só existe e se torna legítimo e credível se circular socialmente, mobilizando os grupos sociais. Ou seja, a moral que se apresenta agora pela mediação jornalística, é elemento de comunicação e age no sentido de tranquilizar o homem, oferecendo a ele a verdade na qual precisa crer e servir de orientação. E esse discurso moralizante ganha força se manifestado coletivamente. O jornalismo se move pela perspectiva de, pretensamente, “saber” oferecer a todos os cidadãos e aos homens que vivem em sociedade, os assuntos e temas sobre os quais precisam estar informados, assim como a versão desses fatos.

A capacidade dos jornalistas para decidirem o que é notícia passou a constituir aquilo que os distingue dos que não são. (...) os profissionais dos media adotaram a idéia segundo a qual os profissionais são mais qualificados do que a respectiva audiência para determinar os seus interesses e necessidades. (Zelner, 2000, p.34)

Na medida em que elege temas e elege maneiras de narrar os fatos, o jornalismo faz circular uma determinada moral que se transmite então não só pela arte e pela cultura, mas, sobretudo pelas mídias. Assim, vê-se que a comunicação, aliada à tecnologia é garantidora de infinitas possibilidades, fazendo do discurso midiático um totem, um deus pós-moderno, na medida em que ocupa exatamente este lugar, sempre demandado, de pastor, profeta, presidente, ídolo, enfim.

Então, assim como a filosofia sempre se apresenta como capaz de criar conceitos valorativos e, portanto, torna-se produtora de epistême, também a comunicação cria conceitos, hoje, especialmente porque, a técnica potencializa seus discursos e faz circular imaginários a serem interpretados. Exatamente o que faz o jornalismo, que como o filósofo, concebe seu processo como o de dar nomes às coisas, diferenciar os graus de acertos e erros e interpretar.

A MORAL NO DISCURSO JORNALÍSTICO SE CONSTITUI PELO *HABITUS*

O jornalismo alcança esse lugar de referencialidade e credibilidade para a vida em sociedade por conta de uma série de mecanismos que vão colocá-lo nesse lugar de “fonte de informações” necessária para a prática da vida social diária. Nesse sentido, Bourdieu (1982) vai dar ao pensamento de Nietzsche (1998) a respeito da moral, materialidade, por meio do exemplo da estruturação e instituição das práticas jornalísticas.

Dentro da lógica da moral nietzschiana, Bourdieu (1982) diz que os objetos de conhecimento são construídos, não dados e que o princípio dessa construção é o sistema de disposições estruturadas e estruturantes que se constituem na prática. Como Nietzsche, Bourdieu acredita que, em dado momento, algumas valorações foram dispensadas para que fossem criadas as morais explicativas. Essas explicações, para Bourdieu, estão intrinsecamente ligadas a uma determinada prática social, resultante da institucionalização do que ele vai chamar de *habitus*:

(...) sistema das disposições socialmente constituídas que, enquanto estruturas estruturadas e estruturantes, constituem o princípio gerador e unificador do conjunto das práticas e das ideologias características de um grupo de agentes. Tais práticas e ideologias poderão atualizar-se em ocasiões mais ou menos favoráveis que lhes propiciam uma posição e uma trajetória determinadas no interior de um campo intelectual que, por sua vez, ocupa posição determinante na estrutura da classe dominante. (Bourdieu:1982, 191)

Por outras palavras, o *habitus* nasce como gerador e regulador das práticas cotidianas de um determinado grupo, definindo, em sua atuação conjunta com o contexto no qual está inserido, reações aparentemente espontâneas. E por essa razão está diretamente ligado à origem das epistêmes.

No caso do discurso jornalístico, o conceito de *habitus* leva ao que é anterior ao resultado da produção jornalística em si, tornando evidente a existência de uma lógica moralizante que move o trabalho dos jornalistas. A prática dos jornalistas está permeada por determinadas crenças, inabaláveis e imprescindíveis para garantir a qualidade do trabalho. A objetividade e a imparcialidade são os grandes exemplos das balizas do trabalho jornalístico, assumidas por todos os profissionais do campo jornalístico, que ao buscarem e defenderem esses conceitos, apresentados como basilares para a conduta jornalística, acreditam estar oferecendo a “verdade” aos seus públicos.

Assim, o *habitus* ajuda a compreender como a moral se institui de forma tranqüila e naturalizada, porque é da qualidade do *habitus* que é regulador e regulatório, se apresentar, por aparência, espontâneo e não fruto de uma produção pensada e racionalizada conforme uma subjetividade determinada.

No caso do jornalismo, a existência de um *habitus* particular compreende a aceitação tácita das regras de conduta no campo, objetivadas na prática dos agentes e colaboradores, de maneira que um agente despersonalizado se apresenta sempre como sendo verdadeiro, remetendo o jornalista à hipotética condição de uma regra independente do sujeito. A prova disso são os manuais que ensinam sobre a isenção e o relato mais impessoal até o limite da ruptura com o repertório dos jornalistas:

Essas técnicas, que encontraram sua primeira fundamentação no *cogito* cartesiano e, posteriormente, no positivismo filosófico da segunda metade do século XIX, apresentam pontos de tangência com o denominado método fenomenológico, aperfeiçoado e aplicado ao longo do século XX...(…) A fenomenologia, enquanto discurso filosófico, sempre foi meta-cognitiva. Tem como objeto exclusivo (...) a própria possibilidade do conhecimento. Passou a exhibir, ao longo do século XX, evidente dimensão epistemológica, servindo como fundamento para múltiplos métodos de abordagem do real, como o científico e o jornalístico. Nessa perspectiva, sustenta a possibilidade, senão o imperativo de, “pôr entre parênteses” o objeto investigado. (Barros Filho: 2003: 109).

Os jornalistas, freqüentemente naturalizam essas regras porque eles próprios se acreditam como “escravos dos fatos”, por assumir a tese de que a verdade independe de qualquer relato, prevalece absoluta, atinge sua realidade a cada instante. Nessa reflexão, a realidade é autônoma de qualquer processo de observação, tomada como asséptica na verificação e posterior relato e ratificando os ideais de objetividade e imparcialidade nas morais, dessa vez, do jornalismo a partir dos jornalistas e de sua produção jornalística. A camuflagem da enunciação se dá através do uso da terceira pessoa que é a forma verbal da não-pessoa. Como o discurso científico e histórico, o discurso midiático usa da estratégia da universalidade, que garante credibilidade da narração dos fatos independente do lugar de fala do enunciador.

Por essa razão, Barros Filho (2003) diz que, o conjunto de procedimentos que constituem a produção jornalística transforma os jornalistas em observadores de suas múltiplas ações, transformando o trabalho num processo rotinizador e repetitivo.

Soma-se a isso, o ritmo alucinado pela produção que impõe uma rápida e desejada definição de um repertório de possibilidades que, nunca sendo absolutamente rígido, favorece a reprodução, nem sempre percebida de, de um saber prático aparentemente eficaz. Barros Filho (2003) lembra oportunamente que, num ofício em que a luta contra o tempo é regra de sobrevivência, qualquer princípio de economia de ação, de execução, é bem-vindo. Assim, a reprodução de conceitos já postos, sem reflexão e problematização, são oportunos à prática jornalística e à constituição do *habitus*.

Por essa razão, vê-se que a condição de produção jornalística objetiva torna-se uma parte da estrutura inerente, porém escondida, do processo. A moral que embasa a prática

jornalística é a objetivação contínua do subjetivo, a ponto de parecer-lhe possível alcançar a plenitude da imparcialidade e isenção do relato.

Se, eventualmente, o jornalista cogitar a condição da imparcialidade e ou objetividade do jornalismo, ainda assim haverá um recolhimento das intenções subjetivas em nome do que ele entende por bom jornalismo. É interessante como esse processo de “padronização” da produção, especialmente em momentos conflituosos, convoca continuamente os jornalistas a produzirem epistêmes e explicações valorativas totais e livres de suspeita, pelo cuidado de um tratamento aparentemente objetivo.

Frente aos dilemas éticos o jornalista é convocado a dirimir as contradições estabelecendo um valor (Barros Filho:2003), de maneira que a síntese, na prática, gera uma categoria moral, “o bom jornalismo”. O jornalista é encarregado de buscar a verdade e desfruta de legitimidade para tal, ocultando portanto, para mostrar.

A DISCIPLINA COMO INTERNALIZAÇÃO DO *HABITUS*

Há, no entanto, uma inquietação recorrente a respeito dos jornalistas dentro do processo de internalização das regras do *habitus* que se refere, justamente, à velocidade com que produzem e assumem as morais, de maneira absolutamente naturalizada e sem reflexões. É interessante perceber como não perduram os questionamentos sobre a prática profissional e sobre a valoração contínua que precisam fazer nem mesmo entre os jornalistas novatos. É perceptível nas redações a ausência de grandes debates frente aos discursos moralizantes que vão estruturar sua práxis, no que se refere, por exemplo, às categorias de objetividade e isenção.

Chama atenção como essa prática é rapidamente assumida, ainda que esses princípios que “nor-teiam” o trabalho, juntamente com a própria política editorial das empresas onde trabalham, não sejam tornadas explícitas nas redações. Por outras palavras, significa dizer que, mesmo sem pregação ostensiva, os jornalistas, muito rapidamente se adequam às lógicas valorativas da instituição jornalística e de seu *habitus*, a ponto de, antes mesmo de serem orientados e/ou até mesmo censurados pelos seus superiores na prática de

julgar o tratamento da notícia, já executarem algum tipo de censura individual e pessoal. Ou seja, os limites do que pode e não pode ser tornado notícia são muito presentes, internalizados e tidos como espontâneos, tal qual os processos idiossincráticos da atividade exigem sem explicitamente pedir.

Um conceito importante que pode ajudar a entender este processo é o apresentado por Foucault (2004) com relação à eficácia da disciplina nas relações de poder. Para o autor, a disciplina é uma relação de dominadores e dominados. No entanto, essa eficácia só é alcançada se se estabelecer a partir de normas de conduta, de maneira que, “cada peça saiba seu lugar”.

Assim, enquanto Nietzsche propõe pensar o bom soldado – o indivíduo a quem são endereçados os discursos moralizantes e as orientações sobre o dever ser – como fruto da seleção natural, Foucault (2004) acredita que é preciso treiná-lo através da articulação do corpo com a tecnologia de guerra, já que a disciplina exige *corpos dóceis*.

Pensando o jornalismo por este aspecto, vê-se que a disciplina é fundamental para a consolidação da “moral” jornalística, porque exige um treinamento específico dos jornalistas para que dêem conta de um sem número de tarefas impostas segundo condições impostas anteriormente. Ou seja, como propõe Foucault (2004), o poder conformador exige a necessária disciplina para alcançar certa produtividade. Neste sentido, o repórter que crê no cumprimento de suas tarefas, que precisa entregá-las seja quais sejam as intempéries necessárias para dar conta do trabalho num determinado prazo, torna-se um soldado.

As organizações de mídia são fundadas na idéia de que o próprio soldado – neste caso o repórter – convença-se de sua importância dentro de uma engrenagem maior, onde sua produção é essencial, onde as tarefas precisam ser cumpridas com rapidez e eficácia e onde um erro implica em muitos. São características das instituições disciplinadoras, como são as redações, onde o poder é sempre verticalizado e a cobrança muito severa (Foucault:2004),. Ou seja, a institucionalização dos papéis claros, punitivos e cobradores evidencia que uma redação está muito próxima do esquema de funcionamento dos quartéis e das escolas proposto por Foucault como o lugar do disciplinamento. Chefes, funções, tarefas, metas de produtividade em linha de montagem em tempos determinados, de maneira que o conceito de disciplina se institua na prática e, sobretudo, vá ser lógica de criação e manutenção da moral, nesse caso resultante da práxis jornalística.

Assim, os jornalistas internalizam tão bem as regras disciplinadoras, inculcadas pelos valores da moral dessa profissão, que se constitui, neste caso, pela ideologia profissional continuamente assimilada e ratificada no cumprimento das rotinas produtivas.

Segundo Breed (apud Traquina:72:2001), há seis fatores que promovem o conformismo com a política editorial da organização. O primeiro diz respeito ao temor dos jornalistas de receberem punições, que podem se converter em cortes no material captado, na não assinatura do material ou simplesmente a decisão sobre quem irá fazer a matéria.

Percebe-se neste item a clara evidência da disciplina como conceito base para a execução das tarefas previstas de maneira produtiva e sem questionamentos. Na mesma linha de observação, outro item apontado por Breed (apud Traquina: 2001) está relacionado aos sentimentos de obrigação e estima com os superiores. Segundo ele, os jornalistas, ainda que estejam submetidos às tarefas pelas regras claras de disciplinamento, constituem laços de amizade e admiração para com os jornalistas mais velhos que servem de modelo. Este sentimento de estima têm, segundo Breed (apud Traquina:2001), papel estratégico de “aliciamento” para o conformismo.

A disciplina está tão bem internalizada pelos jornalistas a ponto de saberem que seus desejos de alcançar uma posição de destaque estão relacionados ao cumprimento das ordens prescritas. Este é mais um fator que contribui para o conformismo dos jornalistas, na medida em que concordam que lutar contra a orientação da política editorial do jornal constitui grande obstáculo para os avanços na carreira.

Outro ponto interessante observado pelo autor é que o local de trabalho dos jornalistas é relativamente pacífico, em que as organizações sindicais não têm interferido em assuntos internos. De certa maneira, por conta das razões disciplinadoras, os jornalistas não se mobilizam pelas causas profissionais, tirando a força dos órgãos representativos.

As organizações jornalísticas reforçam as crenças dos jornalistas sobre uma certa ineficácia das instituições representativas, como é o caso dos sindicatos, fazendo-os acreditar que a profissão exige um tanto de talento vocacionado pelo importante papel social desempenhado, que a remuneração e os direitos trabalhistas jamais poderão compensar. Neste sentido, Breed (apud Traquina: 2001) chama atenção para o fato de que o jornalistas têm prazer pela atividade apontada pela pesquisa. Entre as diversas gratificações não-financeiras que os jornalistas figuram a variedade da experiência, o testemunho pessoal

de acontecimentos significantes e interessantes, ser o primeiro a saber, obter informações secretas, conviver com pessoas notáveis. Segundo o autor, *os jornalistas estão próximos das grandes decisões sem terem de as tomar; tocam no poder sem serem responsáveis pela sua prática.*

Associada à idéia de prazer que os jornalistas têm com a atividade está também o valor que dão às notícias. Segundo a pesquisa de Breed (apud Traquina: 2001), para os jornalistas as notícias têm um valor máximo, de maneira que o trabalho do jornalista é de 24 horas e as notícias são um desafio constante. Assim o jornalista investe continuamente na realização desse objetivo: obter mais notícias e não contestar a política editorial da empresa. É preciso ir em busca de notícias, e é preciso vencer a hora do fechamento. A harmonia entre os jornalistas e a direção é cimentada pelos seus interesses comuns pela notícia. Conforme Breed:

Qualquer potencial conflito entre dois grupos, tais como greves de grupos de trabalho na indústria, seria prontamente dissipado, dado que a notícia é um valor positivo. A solidariedade dentro da redação, é assim, reforçada”. (Breed apud Traquina: 2001:72)

Dessa maneira, percebe-se que a práxis jornalística é disciplinadora e totalizante, de modo que aos jornalistas não lhes pareça cabível e nem pertinente fazer qualquer tipo de reflexão sobre o trabalho, e por isso, os princípios da prática profissional são tidos como moralizantes. E além de crer cegamente nesses princípios, os jornalistas trabalham segundo as normas prescritas, sem dúvidas, e de maneira produtiva, acreditando estarem cumprindo os deveres impostos, sem revoltas ou insurreições, e sim numa crença absolutamente naturalizada de que, na valoração de certo e errado, estão assumindo os posicionamentos mais corretos, sob a “benção” e o aval social por conta da importância do trabalho desempenhado.

Fica fácil compreender por isso que, ao tornar-se o lugar da interpretação dos fatos para o cidadão comum, o jornalismo e suas práticas de tratamento dos fatos já conquistou o lugar de moral, de causa e consequência para os próprios jornalistas. Ao tratar estes fatos, torná-los notícia, os jornalistas já incorporaram toda uma crença moralizante sobre a sua

prática profissional que para eles é incontestado pelas razões já discutidas. Produzir esse discurso específico e colocá-lo para circular socialmente para que adquira sentido e cresça simbolicamente é o subsequente e óbvio. E por isso, gradativamente sólido e livre de contestação, o que sabe-se, por isso mesmo, danoso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS FILHO, Clóvis de. & MARTINO, Luís Mauro Sá. *O habitus na comunicação*. São Paulo: Paulus, 2003.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1982.

_____. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 1997

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. História da violência nas prisões. 29. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

NIETZSCHE, Friedrich. *Genealogia da Moral*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

_____. *Além do bem e do mal*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

_____. *A gaia ciência*. São Paulo: Martin Claret, 2005.

RODRIGUES, Adriano. *Comunicação e cultura*. A experiência cultural na era da informação. Lisboa: Presença, 1994.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Petrópolis, 2001.

ZELIZER, Barbie. Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Revista Comunicação e Linguagens*. n. 27, p.32-61, fev. 2000.

Quando o jornalista é a notícia: considerações éticas sobre o caso Tim Lopes

Felipe Blanco ¹

Resumo: Análise da cobertura jornalística do Jornal Nacional sobre o caso Tim Lopes evidenciando aspectos que comprovam a tese de que esta foi manipulada para atender aos interesses do campo midiático, mais especificamente a Rede Globo de Televisão. Por último, analisa as implicações éticas desta manipulação praticada pelos “media” por meio de textos de matérias do Jornal Nacional .

Palavras-chave: ética, jornalismo investigativo, neutralidade, Jornal Nacional, Tim Lopes.

Introdução

Valores como neutralidade e objetividade permeiam o discurso jornalístico e são considerados fundamentais para a legitimação do campo midiático como o espaço de mediação das múltiplas vozes e atores sociais. Entretanto, isso não exclui os “media” da disputa pelo poder na esfera pública, ao ponto deste campo desenvolver suas próprias estratégias de controle social.

Reivindicando (ou impondo) para si a função de fiscalizador dos demais campos sociais, baseados no ideal democrático da liberdade de informação e expressão, e como o único campo neutro para tal, os “media” instrumentalizam seu papel de fiscais da sociedade, principalmente, através do jornalismo investigativo.

Resgatando as noções de objetividade e neutralidade pregadas pelos “media”, discutiremos como estes conceitos são aplicados ao jornalismo investigativo a partir de uma análise da cobertura jornalística do Jornal Nacional (TV Globo) sobre o assassinato do repórter Tim Lopes, evidenciando aspectos que comprovem a tese de que esta foi – direta ou indiretamente –

manipulada para atender aos interesses do campo midiático. Por último, analisaremos as implicações éticas desta manipulação praticada pelos “media”.

Neutralidade e Objetividade: pilares do campo midiático

Para legitimar-se como lugar de mediação e palco de visibilidade dos demais campos sociais, os media necessitam minimizar as influências e intervenções advindas de outros campos no ato de enunciação das falas. Para isso, utilizam-se da *objetividade*. É ela quem garante a credibilidade do discurso jornalístico permitindo o puro relato dos acontecimentos. Outro fator importante para a legitimação do discurso midiático é a *neutralidade*; é necessário manter-se isento no relato dos fatos, ceder espaço à fala dos demais atores sociais, camuflando a sua opinião.

Porém, a participação dos media no processo enunciativo não tem se limitado à simples observação e relato dos fatos. Como Lima (2002, pp.02-03) comprova, uma das estratégias de participação dos “medias” na disputa pelo poder se dá com a seleção dos fatos noticiados e a maneira como são retratados, moldando-os conforme os interesses midiáticos em jogo. Partindo da análise discursiva das revistas semanais *Veja* e *Isto É* durante a cobertura dos escândalos de corrupção no orçamento da União em 1993, Lima conclui:

“...os dispositivos de comunicação, ao se apresentarem como o lugar de visibilidade das vozes que se encontram desorganizadas no tecido social, não são, como se pretende, apenas um lugar de visibilidade e muito menos de encontro casual destas vozes, mas funcionam como instâncias que ditam as regras e sancionam o dizer e o fazer dos atores sociais, uma vez que cabe a eles o papel de determinar quem pode ou não participar da cena discursiva e a quem é permitido dizer algo. (...) Ao trazerem essas vozes para participar da cena discursiva, buscam mascarar a subjetividade do processo de enunciação, com vistas a legitimar seu próprio discurso. (...) Mas deixa ver que tal discurso não se contenta somente em organizar as vozes nesse espaço de visibilidade ofertado às outras vozes sociais, ao contrário, ele participa da cena discursiva, seja de forma explícita ou implícita, se posiciona, interfere, usando como referentes essas vozes que lhe garantem resguardar regras específicas de sua simbólica.”. (Ibidem, pp. 15-16).

¹ Jornalista, Pós-graduando em Semiótica e Cultura Visual (Universidade Federal do Pará).

Quando falam os deuses

Embora pregue a neutralidade e a objetividade como seus principais valores, os “médias” reservam para si um espaço oficial e legitimado de fala, onde expressam opiniões, críticas e, principalmente, assumem uma posição explícita diante de um fato ou assunto. São os chamados Editoriais. Todavia, a necessidade de ampliar este espaço de enunciação midiática ultrapassa as barreiras dos Editoriais e se amplia, ainda que implicitamente, por toda a obra midiática (revista, jornal, etc.). No telejornalismo, essa difusão materializa-se na figura do âncora jornalístico, originada em meados dos anos 70, nos Estados Unidos. O apresentador de telejornal precisa estar inteirado de todas as etapas do processo informativo, da elaboração de pauta à edição; mais do que simplesmente ler a notícia no “teleprompter”, ele precisa agora conhecê-la, interpretá-la, criticá-la para o público que o assiste.

Ao âncora cabe a missão de manifestar a opinião do veículo onde trabalha, ser seu porta-voz diante do público. Tarefa que exige uma seleção criteriosa por parte das emissoras na escolha de seus apresentadores/âncoras, envolve vultosas negociações salariais e um código de conduta específico para estes profissionais. O âncora jornalístico, geralmente editor do telejornal, tem autonomia na escolha de sua equipe de trabalho e na seleção das matérias, por exemplo, mas não pode associar sua imagem (diretamente associada à imagem da empresa) a uma marca ou produto comercial sem autorização de seus superiores. Seja com suas palavras, entonação de voz, gestos ou expressões faciais, o âncora, mais do que qualquer de seus companheiros, deve garantir e preservar a credibilidade da emissora onde atua profissionalmente.

Mas até que ponto o telespectador aceita a interferência do âncora/jornalista no relato da notícia? Até onde a subjetividade do apresentador pode interferir numa reportagem, notícia ou entrevista? Com que intuito, em favor de quem: do público, da empresa, ou de si próprio?

“Antes de mais, quem apresenta as notícias tem de tomar consciência de si como instância própria no processo informativo. Dar ou não dar a notícia, dá-la sob que forma, são decisões dessa instância. O jornalista que dá a notícia assume a responsabilidade de a dar. Não há um automatismo noticioso de tipo ilibatório: a notícia chegou, logo é apresentada. Pelo contrário, no meio há uma decisão”. Fidalgo (1997, p. 05)

A postura de jornalistas, sobretudo dos âncoras, no decorrer dos debates e entrevistas aos candidatos da eleição de 2002 foi tida como uma das mais opinativas da mídia brasileira desde 1994. Na tentativa de preservar a neutralidade nos debates e entrevistas eleitorais, os apresentadores excederam-se na condução do diálogo e beiraram o autoritarismo. Os fins (informação pública) justificam os meios (interferência/subjetividade)?

“Manter a distância na apresentação das notícias, na imprensa, na rádio ou na televisão, significa antes de mais comedimento ou contenção. O que se verifica muitas vezes no apresentador da notícia é o oposto, a exuberância e o empolgamento de quem anuncia a notícia como verdade única e última”. (idem)

Sobre o jornalismo investigativo

Para Silvio Waisbord (2001, s.p.), *“o jornalismo investigativo distingue-se por divulgar informações sobre más condutas que afetem o interesse público. As denúncias resultam do trabalho dos repórteres, e não de informações vazadas para as redações”*. Essa modalidade jornalística ganha notoriedade mundial na década de 70 com as revelações publicadas sobre o caso Watergate, no jornal americano “The Washington Post”. Em trinta anos, o jornalismo investigativo passou a girar em torno de denúncias anônimas, sensacionalismo e especulações, sempre contando com um aparato tecnológico de ponta (câmeras, gravadores, microfones, etc.) utilizado secretamente nas reportagens, e sobre os quais recai uma série de reflexões éticas, as quais abordaremos posteriormente.

O eixo condutor do jornalismo investigativo é o da imprensa como Quarto Poder, fiscal do Estado e seus representantes, sempre em nome do público e seu direito à informação. As opiniões em torno do tema divergem entre uma concepção que acredita no jornalismo investigativo como serviço de utilidade pública e outra que o acusa de ser uma prática polêmica, antiética, que denigre e põe em risco a classe jornalística pela baixa confiabilidade das denúncias em que se pauta.

Quer seja um serviço social, quer uma forma de denunciismo (facilmente manipulável para agir em favor de interesses dos grupos econômicos por trás dos “media”), a utilização de aparelhos sofisticados de gravação de imagem e som, como as microcâmeras, é um dos pontos mais questionados desta modalidade jornalística. Atualmente disponíveis em anúncios comerciais de revistas, as câmeras de 8 mm são bastante utilizadas por detetives particulares. Mas o grande questionamento ético por trás do uso de câmeras escondidas, além dos riscos a que expõe o jornalista, é em relação à identificação.

Brasil (2002, s.p.) apresenta uma série de argumentos contrários à prática das câmeras ocultas:

“Será que um jornalista que recebe a denúncia de um crime não deveria, necessariamente, obedecer à lei e dirigir-se a uma delegacia ou ao Ministério Público, mesmo acreditando que existe grande possibilidade de nada ser feito? Será que, enquanto jornalistas, teríamos o direito de decidir o que é certo ou errado, legal ou ilegal? Será que a possibilidade de uma matéria importante e exclusiva justifica o risco de ocultar-se uma ferramenta profissional tão poderosa quanto uma câmera, e o que é ainda pior, justificaria ocultar às possíveis fontes a natureza da profissão de jornalista? Um dos principais preceitos do jornalismo ainda é a constante busca da verdade. Será que para obter essa verdade estaríamos dispostos a mentir, mesmo que com os melhores motivos? Quais as situações de exceção que justificam a liberdade para mentir? Pode-se mentir só de vez em quando? Os fins justificariam os meios?”

A identificação é uma medida necessária para salvaguardar o próprio jornalista durante o desempenho de seu trabalho bem como legitimar o interesse público pelo fato em questão. A Legislação Federal, através da Lei de Informação (Lei 5.250, de 9.2.1967) prevê a procura, o

recebimento e a difusão de informações². A identificação permite aos “media” que, somente a eles, seja atribuído o direito de informar; de outra forma abre-se precedente para que agentes diversos, descompromissados com os valores sobre os quais se pauta a atuação midiática, realizem uma tarefa para a qual não estão credenciados (pela sociedade e pela Lei), muito embora possuam as suas limitações.

O caso Tim Lopes

a) Tim Lopes: o fato

Domingo, 02 de junho de 2002, às 20h, Vila Cruzeiro, favela do bairro da Penha, Rio de Janeiro. Nesta data e local foi visto pela última vez o repórter da Rede Globo Arcanjo (Tim) Lopes, de 51 anos. Ele preparava uma reportagem investigativa sobre consumo de drogas e sexo explícito envolvendo menores de 18 anos num baile funk promovido por traficantes cariocas. Fizera quatro visitas ao local, duas das quais portando uma microcâmera. A reportagem baseava-se na denúncia de moradores da favela que afirmavam ter recorrido à imprensa como última instância, já que mesmo depois de ter denunciado o caso à polícia, os bailes funks continuavam a realizar-se no local. Tim Lopes foi reconhecido e morto pelos traficantes da Vila Cruzeiro.

b) Tim Lopes: o mito

² O Código de Ética do Jornalista também prevê em seu Capítulo I, Artigo 1.º: “O acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse”.

O que poderia ser considerado mais um caso de violência nos morros cariocas, imediatamente tomou proporções de atentado à liberdade de imprensa. O Jornal Nacional, da TV Globo, foi o noticiário que mais evidenciou o caso Tim Lopes, especialmente – acreditamos – por se tratar de um companheiro de redação. Consultando o site do telejornal (www.globo.com/jornalnacional), constatamos que no período de 04 de junho (dois dias após o desaparecimento do repórter) a 09 de junho (confirmação de sua morte), o telejornal noticiou diariamente matérias sobre o desaparecimento do jornalista. Desde a primeira matéria sobre o caso, eram feitas referências a entidades de jornalistas de todo o mundo cobrando soluções das autoridades cariocas e brasileiras para a violência no país. Na reportagem “Jornalista desaparecido”, de 04 de junho, o texto obedece ao lide básico do texto jornalístico, relatando o fato. Encerra com referências à organização Repórteres Sem Fronteiras, Associação Nacional de Jornais, Associação Brasileira de Imprensa e Sindicato dos Jornalistas do Rio de Janeiro. A abordagem direciona a um atentado contra a liberdade de imprensa.

Entretanto, é na reportagem “Jornalista continua desaparecido”, do dia seguinte, onde mais encontramos evidências do direcionamento dado pelo telejornal à cobertura do caso. De um total de 13 (treze) parágrafos, os 08 (oito) últimos são destinados a comentários sobre a liberdade de imprensa, em 05 (cinco) deles a temática da ameaça à liberdade de imprensa é repetida. São mencionados representantes da Associação Brasileira de Imprensa, Sindicato dos Jornalistas do Rio, Associação de Correspondentes da Imprensa Estrangeira, ONG Justiça Global e Associação Nacional de Jornais. Os 02 (dois) últimos parágrafos trazem a opinião do ministro-chefe do gabinete de segurança institucional da Presidência, general Alberto Cardoso, contestando a hipótese de desafio à imprensa. Fica evidente, pelo destaque dado à idéia de atentado evidenciando mais argumentos favoráveis à sua hipótese, o posicionamento adotado pelo telejornal. Essa posição é reforçada pela publicação da matéria “Jornalistas de todo o mundo comentam o desaparecimento

de Tim Lopes” (07 jun. 02), totalmente destinada aos comentários de entidades jornalísticas internacionais sobre o desaparecimento do repórter de uma possível comoção/pressão internacional sobre o caso.

c) **Tim Lopes: a revanche**

A hipótese de atentado à imprensa defendida pela emissora carioca evidencia-se ainda mais após a confirmação da morte do repórter Tim Lopes. E vai além: os responsáveis *teriam* sua punição. O “Editorial da TV Globo sobre a morte de Tim Lopes”³ (10 jun. 02) deixa clara essa postura... :

“Os traficantes que o mataram interromperam seu plano e devem estar acreditando que calaram a sua voz. Estão errados. Sua voz será ouvida, cada vez mais alta, em cada reportagem que nós jornalistas do Brasil fizermos. Sua voz vai ecoar, hoje e sempre, na redação da Globo e nas casas de cada brasileiro de bem. (...)”

...ratificada em “A posição da TV Globo”, carta do diretor de jornalismo da emissora.

Carlos Henrique Schroder (jun. 02):

“Nós temos certeza de que mesmo diante deste atentado a imprensa brasileira não abrirá mão do seu papel. Nós, da Globo, continuaremos firmes neste propósito. (...) Não permitamos que sua morte tenha sido em vão. Que sirva, ao menos, de alerta para que as autoridades dêem um basta definitivo à violência e à criminalidade. Nós vamos cobrar.”

³ Na edição de 10 de junho de 2002, seguiu-se ao editorial uma homenagem ao repórter, com os âncoras e todos os jornalistas do Jornal Nacional aplaudindo uma imagem de Tim Lopes colocada no fundo da redação.

Com a prisão do assassino do jornalista, no dia 19 de junho de 2002, o direcionamento recai sobre a eficácia da polícia carioca. Na quinta-feira em que o traficante Elias Pereira da Silva, o Elias Maluco, foi preso, 04 (quatro) matérias e o editorial do Jornal Nacional falavam sobre a prisão do traficante; em todas elas as expressões, frases e depoimentos ressaltavam a eficiência e precisão do trabalho da polícia carioca. Só no Editorial do dia 19 de setembro a expressão “vitória da polícia” é mencionada 05 (cinco) vezes. *“Ao relatar um acontecimento, os mídia, para além do acontecimento relatado, produzem ao mesmo tempo o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo.”* (Rodrigues, 1990, p. 102)

Ética em jornalismo

Lidar com os diversos campos e atores sociais exige de jornalistas uma ética humana acima da ética profissional. Bucci (2000, s.p.) assim define a ética jornalística:

“A ética jornalística não se resume a uma normatização do comportamento de repórteres e editores; encarna valores que só fazem sentir se forem seguidos tanto por empregado da mídia como por empregadores – e se tiverem como seus vigilantes os cidadãos do público”.

O assunto é sempre alvo de polêmica pela facilidade com que uma postura ética elaborada por agentes externos aos “media” possa levar à prática da censura. As correntes liberal e igualitária/estatal frequentemente entram em conflito no espaço público. Para a primeira, o público é capaz de estabelecer suas próprias regras de aceitação/recepção, influenciando e regulando assim o padrão jornalístico. A segunda credita essa responsabilidade ao Estado como guardião do bem coletivo. O Código de Ética dos Jornalistas, estabelece 26 artigos, soberanos, os quais restringem as normas as quais subordina-se a profissão, não dando margem a interferências externas. O

jornalista deve seguir e ser julgado por eventual infração, única e exclusivamente pelo Código, salvo os casos previstos pela Lei de Imprensa.

No entanto, o Código dá margem a uma série de interpretações distintas, sempre ressaltando prejuízos para a sociedade do impedimento da busca e revelação de informações. Preza pela divulgação dos fatos, mas em momento algum sobre a forma de divulgação (Objetividade? Identificação do jornalista na apuração dos fatos?). O Código apresenta-se como instância superior e inquestionável da atuação do jornalista mesmo sem considerar uma série de fatores que influenciam no exercício da profissão. Finalmente, representa a supremacia reivindicada para si pelos “media” em relação aos demais campos e sua capacidade (consciência) de auto-regulamentação.

Considerações finais

Os “media” consolidam-se como campo de mediação pautados na objetividade e neutralidade de seu discurso, camuflando a realidade subjetiva do agendamento da esfera pública, prática esta que propõe os principais fatos discutidos pela sociedade e a forma de discussão.

Sob o viés da ética no jornalismo, evidenciamos casos onde os media abrem mão da objetividade/neutralidade para manifestar sua opinião e a imediata reação do público diante desta intervenção. Procuramos ainda analisar manifestações implícitas de direcionamento da opinião pública tomando como base a morte do jornalista Tim Lopes.

O caso traz à tona o uso da objetividade/neutralidade no discurso midiático, principalmente jornalístico. O assassinato de Tim Lopes expressa como reagem os “media” diante de uma situação em que se encontram no centro da cena discursiva. A autoreferenciação é constante e a subjetividade toma o espaço da objetividade, preservando-se somente a neutralidade, mais do que

nunca disposta a obliterar toda a interferência dos demais campos para impor a sua versão da realidade (a morte de Tim Lopes como um atentado à liberdade de imprensa), mantendo obscuros os seus reais interesses.

Vimos as influências e as responsabilidades do trabalho de um âncora jornalístico e comprovamos que os editoriais da TV Globo sobre o caso supracitado ganharam em eloquência e subjetividade com os acréscimos de seus âncoras, mais especificamente dos responsáveis pelo Jornal Nacional.

Constatamos que fendas no Código de Ética dos Jornalistas permitem a atuação dos “media” na manipulação da divulgação das informações, a exemplo do caso Tim Lopes. Acreditamos que a empresa não garantiu a segurança necessária ao jornalista e tentou desviar a abordagem do assunto nos seus noticiários para a hipótese de atentado à liberdade de imprensa. Conforme afirma Zargonis (2002): *“A morte de Tim Lopes em nada teve a ver com a liberdade de imprensa. Qualquer um que tentasse espionar o campo inimigo teria tido o mesmo fim: jornalista, médico, engenheiro, comentarista de futebol, prostituta ou policial”*. A lei do tráfico não faz distinção entre jornalistas e traficantes rivais.

Seria esta a postura adequada dos media ao encontrar-se no centro da cena discursiva? Manipular a enunciação e mediação consentida pelos demais campos em causa própria, abrindo de mão de conceitos sobre os quais os media construíram sua legitimidade, contrariando o artigo 12.º do Código de Ética da profissão, que versa sobre a publicação de matérias com interesse de favorecimento pessoal ou vantagens econômicas?

Por maiores que sejam suas falhas o Código precisa ser respeitado e seguido – principalmente nos pontos onde é rigoroso – e suas prerrogativas analisadas e discutidas com toda a sociedade, ressaltada ao longo de toda a obra como principal beneficiário do trabalho jornalístico e pelo bem da qual devem trabalhar os profissionais da área.

Referências bibliográficas

ATRÁS DAS GRADES. Jornal Nacional. Rio de Janeiro. 19 set. 02. Disponível in: <www.globo.com/jornalnacional>, acesso em 30.09.02.

BRASIL, Antônio. *Uma alternativa às câmeras ocultas*. Artigo. 2002. Disponível in: <www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/vq120620028.htm>, acesso em 15.09.02.

BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

EDITORIAL DA TV GLOBO SOBRE A MORTE DE TIM LOPES. Jornal Nacional. Editorial. Rio de Janeiro. 10 jun. 02. Disponível in: <www.globo.com/jornalnacional>, acesso em 20.09.02.

EDITORIAL DA TV GLOBO. Jornal Nacional. Editorial. Rio de Janeiro. 19 set. 02. Disponível in: <www.globo.com/jornalnacional>, acesso em 30.09.02.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS. Manual de Assessoria de Imprensa. São Paulo: Ed. Da Comissão Permanente e Aberta dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo, 1986.

FIDALGO, António. *A distância como virtude. Considerações sobre ética da comunicação*. Artigo. 1997. Disponível in: <<http://bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=fidalgo-distancia.html>>, acesso em 11.09.02.

JORNALISTA DESAPARECIDO. Jornal Nacional. Rio de Janeiro. 04 jun. 02. Disponível in: <www.globo.com/jornalnacional>, acesso em 20.09.02

JORNALISTA CONTINUA DESAPARECIDO. Jornal Nacional. Rio de Janeiro. 05 jun. 02. Disponível in: <www.globo.com/jornalnacional>, acesso em 20.09.02.

JORNALISTAS DE TODO O MUNDO COMENTAM O DESAPARECIMENTO DE TIM LOPES. *Jornal Nacional*. Rio de Janeiro. 07 jun. 02. Disponível in: <www.globo.com/jornalnacional>, acesso em 20.09.02.

LIMA, Regina Lúcia Alves de. *Vozes em cena: as disputas simbólicas de sentido no espaço público mediatizado*. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2002, Salvador. Anais... Salvador: Intercom, 2002. CD-ROM, Grupo de Jornalismo.

MARQUES, Francisca Éster de Sá. *Ética e discurso jornalístico*. 199-. Disponível in: <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=marques-ester-etica-discurso.html>, acesso em 11.09.02.

PIRES, Luciano. *Mídia: problema e solução do País*. *Gazeta Mercantil*. São Paulo, 16 set. 02. Cartas & Opiniões, p. A3.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da comunicação*. Lisboa, Editorial Presença, 1990.

SCHRODER, Carlos Henrique. *A posição da TV Globo*. 2002. Disponível in: <www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/vq120620029.htm>, acesso em 20.09.02.

WAISBORD, Silvio. *Por que a democracia necessita do jornalismo investigativo*. Artigo. 2001. Disponível in: <<http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0401/ijgp/ig0404.htm>>, acesso em 11.09.02.

VITÓRIA DA POLÍCIA. *Jornal Nacional*. Rio de Janeiro. 19 set. 02. Disponível in: <www.globo.com/jornalnacional>, acesso em 30.09.02.

ZARGONIS, Martius. *Repórter não é herói*. 2002. Disponível in: <www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/iq030720023p.htm>, acesso em 20.09.02.

Palavras planas em corpos rígidos: o olhar de Época sobre o comportamento humano

Fernanda Cupolillo Miana de Faria ¹

Resumo: Em uma das três revistas semanais de informação de maior circulação nacional, Época, identifica-se uma tendência, que teve início na década de 90 do século XX, de aumentar o destaque e o espaço conferido às reportagens de comportamento. Nessas reportagens, é possível perceber uma grande penetração de discursos positivistas sobre o comportamento humano, que parecem aludir, direta e indiretamente, aos pressupostos do comportamentalismo (ou behaviorismo). A corrente de pensamento comportamentalista surgiu no campo da psicologia, no início do século XX, nos EUA, (país do qual derivam muitos dos padrões que contribuíam para moldar o jornalismo brasileiro). Nas reportagens de comportamento, a maneira pela qual se faz uso dos pressupostos da objetividade e imparcialidade – através dos quais se exerce autoridade (jornalística) – parece favorecer a penetração de algumas das idéias que constituem o behaviorismo, que busca de forma explícita uma identificação com as ciências naturais e que, em última instância, nega o indivíduo enquanto sujeito.

Palavras-chave: comportamentalismo; objetividade; imparcialidade; autoridade; despolitização

Época, uma das três revistas semanais de informação mais consumidas nacionalmente (as outras duas, Veja e Istoé), busca identificar-se como uma publicação que, ao contrário das concorrentes, consegue aliar com leveza imagem e informação. Época apresenta-se, portanto, como uma revista *moderna*, com *cara de século XXI*; o seu lançamento no mercado – 1998 - é muito mais recente, inclusive, que os de Veja e Istoé, cujas primeiras edições datam da década de sessenta e setenta respectivamente. As qualidades comumente associadas à Época, em virtude da imagem de *modernidade* de que se investe e das qualidades que agrega simbolicamente ao corpo da publicação (eficiência,

¹ Graduada em Comunicação Social (jornalismo) pela Universidade Federal Fluminense. Mestranda em Comunicação pela mesma universidade.

clareza etc.), parecem contrastar, no entanto, com o estilo de argumentação adotado em grande parte de suas reportagens; mais especificamente, nas reportagens de comportamento, cujo destaque – vale ressaltar - tem crescido ao longo dos anos.

Por meio de uma pesquisa qualitativa² realizada com as reportagens de comportamento das publicações do ano 2000 ao de 2003 foi possível identificar alguns dos mecanismos recorrentemente empregados na elaboração de tais reportagens que contribuíram - em nossa análise - para a caracterização desse espaço como conservador; embora, é preciso dizer, identificou-se, paralelamente, um grande esforço no sentido contrário, ou seja, no sentido de valorizar o suposto caráter inovador e transgressor da revista. A análise do material extraído da revista, que foi dividido – por uma questão metodológica - em áreas temáticas (saúde/beleza; relacionamento; carreira; filhos), deu-se a partir da desconstrução da linguagem utilizada pelo jornalista, entenda-se: dos artifícios de que lançou mão, intencionalmente ou não, para agregar valor noticioso e, conseqüentemente, conferir um status de verdade às reportagens. Procedeu-se, paralelamente, à investigação de como os assuntos são abordados dentro de cada área temática, e como, macroscopicamente, eles se interligam e se referenciam. Para entender como se abriu um espaço para que se perpetuasse na revista a repetição de mecanismos que imbuíam as reportagens de um caráter conservador, fez-se necessário retornar, em primeiro lugar, a alguns dos pressupostos do jornalismo - cujo uso era bastante claro em *Época* - que parecem ter favorecido, em grande medida, esse tipo de abordagem.

² Pesquisa realizada como trabalho de conclusão de curso (2005), no curso de Comunicação Social – Jornalismo, com o auxílio do professor orientador Denis de Moraes. Em 2006, o trabalho está sendo aprofundado na pós-graduação (Mestrado em Comunicação), sob a supervisão da professora orientadora Ana Lúcia Enne.

A preocupação com a objetividade, “qualidade de um texto informativo que procura retratar fielmente os fatos, sem a interferência de valores subjetivos e opiniões pessoais no processamento da informação³” (RABAÇA; BARBOSA, 1987, pág 499), e com a neutralidade, imparcialidade ou isenção, “conceitos que têm caráter moralista e moralizante, e, quando conjugados aos seus antônimos, formam pares que tendem a nos convocar a um ajuizamento do tipo bom/mau, certo/errado” (ABRAMO, 2003, 37 e 38), além de, em muitos momentos, ter resultado na estabilização do sentido nas reportagens de Época, parece também ter atuado como *facilitadora* de argumentos de cunho positivista sobre o comportamento humano. O comportamentalismo, ou behaviorismo, teoria que defendemos ter sido *apropriada* (porém não em estado bruto) por Época na construção de grande parte das reportagens de comportamento, constitui uma corrente de pensamento originária do campo da psicologia que surgiu no início do século XX, nos EUA, e cuja base filosófica é, em grande parte, derivada do modelo de ciência empirista dos séculos XVII e XVIII. Tendo sido criada em 1913⁴, a corrente comportamentalista respondia diretamente às preocupações do pensamento norte-americano da época, como constata Sennett:

“No mundo anglo-saxão, o impulso para a particularidade levou a uma paixão pela medição estatística. A importância do que estava sendo medido tornou-se menos interessante do que a tecnologia usada para medi-lo. (...) Aquilo que não podia ser quantificado, ou que era complexo demais para quantificar, passou a parecer menos real (SENNETT, 2001, pág 20)”.

³ Ver conceito de *redação* em *Dicionário de comunicação*. São Paulo: Ática, 1987, pág. 499.

⁴ Data que marca o surgimento do behaviorismo, segundo Fernando Rey, em *Sujeito e Subjetividade*. São Paulo: Thompson, 2003.

Por buscar uma identificação com as ciências naturais e estar fundamentado no pragmatismo e no funcionalismo e utilizar-se de métodos de base estatística como recurso para garantir legitimidade científica, o comportamentalismo pode ser caracterizado como uma corrente de pensamento que atua no sentido de decodificar *gestos* individuais e sociais a partir de um olhar estabilizador. Pensa-se o ser humano como um organismo vivo no qual se desenrolam determinadas ações e reações que podem ser entendidas, previstas e, por isso, controladas, observando-se as condições externas – do ambiente - que as gerou. A variabilidade de *respostas* de que é capaz um ser humano em relação com outros indivíduos e com o meio de que faz parte, é limitada, portanto, ao que pode ser objetivamente identificado em sua ação, ao que está orientado a uma finalidade concreta e, por fim, ao que pode ser medido em termos estatísticos⁵. Pouco ou nada se fala na teoria comportamentalista a respeito da singularidade, da história e da subjetividade de cada indivíduo, elementos que, caso fossem introduzidos na argumentação de Época, contribuiriam para tornar mais complexas as discussões sobre o comportamento humano. Agregaria-se, caso houvesse tal incorporação, a idéia de que o ser humano é dotado de possibilidade de opção e ação criativa e, portanto, pode romper a qualquer instante com o que se supõe sua resposta natural e provável ao conflito que se desencadeia no meio e do qual ele faz parte⁶.

Mas, resgatando as nossas preocupações iniciais, em que medida os pressupostos clássicos do jornalismo, a busca pela objetividade e neutralidade, podem vir a funcionar como facilitadoras desse tipo de fala? De acordo com a pesquisa realizada com as

⁵ Critérios que, de acordo com o behaviorismo, conferem legitimidade científica à pesquisa.

⁶ De acordo com Fernando Rey, o sujeito é aquele “dotado de capacidade de opção, de ruptura e de ação criativa e sua ação atual e seus efeitos são constituintes de sua subjetividade, e não causas que aparecem como elementos externos da ação”. Ver em *Sujeito e subjetividade*. São Paulo: Thompson, 2003, pág. 224.

reportagens de comportamento de *Época* foi possível identificar como alguns dos conceitos a partir dos quais se estrutura o comportamentalismo - particularmente os que dizem respeito a como as ações humanas obedecem a determinadas regras de funcionamento -, respondem diretamente a algumas das preocupações mais urgentes do jornalismo, cuja prática se orienta a partir da busca por um acontecimento, supostamente *significativo*, do qual não se pode duvidar. Quando pautada pelos parâmetros da objetividade, a narrativa jornalística abre espaço para que a notícia (relato construído a partir de um acontecimento) seja entendido como sendo o próprio acontecimento e, conseqüentemente, como uma espécie de verdade que é resultante, em grande medida, da crença na infalibilidade do olhar. A imparcialidade atua no mesmo sentido que o pressuposto da objetividade, pois supostamente orienta o olhar do jornalista para que ele não se desvie do acontecimento do qual deve ser extraída a essência; a interlocução entre o acontecimento e o jornalista deve, por isso, ser breve, econômica, caso contrário o jornalista pode vir a *manchar* a realidade, tomada como um em-si, para não contaminá-la com pedaços de si mesmo. Essa característica mostra-se evidente, inclusive, no próprio conceito de objetividade, em que realidade e fato parecem se confundir,⁷ sendo que o fato é, na verdade, um relato sobre o real. Assim como o jornalismo, portanto, o comportamentalismo concebe a possibilidade, a partir da observação, de alcançar o âmago da realidade, sua suposta essência, que teria uma base *concreta* (ou seja: que não deixaria dúvida para os sentidos humanos); por isso, supõe-se capaz dar respostas precisas, *matemáticas*, sobre acontecimentos sociais.

Dentro da narrativa jornalística de *Época*, convém destacar ainda um outro elemento que, assim como a objetividade e a imparcialidade, abre espaço para que o comportamentalismo se manifeste e, para além disso, que se misture e se integre quase que

⁷ Ver conceito no final da página 1.

visceralmente à fala jornalística: a autoridade. Uma das formas em que se observou tal característica diz respeito aos alternados papéis que o jornalista parece assumir, ao longo de sua argumentação, na relação com o leitor: ora apresenta-se como *conselheiro*, oferecendo guias práticos de como se comportar e se relacionar nas mais diferentes situações; ora como *juiz*, avaliando as situações, distinguindo claramente o certo do errado, o bom do mau, dando *puxões de orelha* e incitando os indivíduos a reverem seus conceitos; ora como *camarada*, partilhando da intimidade dos leitores, felicitando-os nos momentos de alegria e amparando-os nos de tristeza. O jornalista não está sendo neutro ou objetivo, como pode parecer, ao buscar a verdade ou o que ele entende por *bom caratismo*, exemplo de boa cidadania, bom senso, justiça etc. O que ele supõe compartilhado pela população na forma de arquétipo, modelo universal e ideal de conduta, não passa, muitas vezes, de uma expressão pessoal de seus conflitos intra e intersubjetivos, de seu estar no mundo, de sua forma particular de interagir com as pessoas, objetos e situações que direta e indiretamente preenchem sua vida.

Nas reportagens de comportamento também observou-se a manifestação da autoridade jornalística através: 1) da pouca variedade de fontes ouvidas (Época recorre a um número limitado de especialistas para validar seus pontos-de-vista; dentre eles, a psicóloga Rosely Sayão, a antropóloga Mírian Goldenberg, a psicóloga Maria Helena Matarazzo e o médico Jairo Bouer); 2) do compartilhamento de uma mesma opinião pelos especialistas entrevistados; 3) da utilização da fala das fontes pelo jornalista (em especial a dos especialistas) para expor e validar a sua; 4) pelo uso de estatísticas, dados e estudos relacionados ao tema da reportagem e que conferem um status de verdade às interpretações dos especialistas (embora em parcela expressiva das reportagens não haja uma preocupação no sentido de esclarecer informações a respeito das condições em que foram gerados esses

indicadores e os institutos e organismos responsáveis pelos mesmos); 4) da forma como usualmente se constrói a narrativa, por meio de metáforas óbvias, previsíveis jogos de palavra e deslizamentos de sentido; metalingüísticamente, as palavras denunciam como as idéias são trabalhadas no texto e o tipo de interlocução que se espera que estabeleçam com os leitores. Há uma valorização, portanto, da camada mais externa e superficial da palavra, já desgastada por um certo tipo de uso; tal como uma seta, a palavra parece apontar para único significado. Não se pretende por meio dessa afirmação argumentar sobre uma suposta incapacidade de o leitor subverter alguns *jogos de palavras* apresentados pela revista e de se apropriar de forma inusitada do que, a princípio, parece não oferecer dúvida. Tem-se o propósito somente de ressaltar o quanto *Época* não se preocupa em potencializar as possibilidades de intervenção crítica do leitor e os diferentes tipos de apropriação possíveis do texto. Assim como se supõe que o jornalista, por meio de uma conduta objetiva, opera uma transferência do acontecimento entre o plano real e o da linguagem, espera-se do leitor, igualmente, uma leitura de caráter objetivo, capaz de identificar os elementos da reportagem que precisam ser *retidos*, ou seja, tudo aquilo que, a princípio, considera-se como fato e que, portanto, não se modifica e muito menos se questiona.

A orientação da prática jornalística a partir da objetividade e da imparcialidade, conceitos que foram ainda mais reforçados por um determinado tipo de uso (pouco crítico) feito dos mesmos, resultando na autoridade jornalística, foi determinante, portanto, para que a fala comportamentalista se instalasse nesse espaço. Mas é de se questionar por que essa concepção particular de ser humano (o comportamentalismo) encontra tanto eco numa publicação brasileira e que nem mesmo se identifica como um espaço para a divulgação de conhecimentos científicos específicos a essa área? E qual é o ponto específico de interseção entre o jornalismo brasileiro e o norte-americano? Voltando na história, pode-se constatar,

pelo menos *oficialmente*, que o mito da imparcialidade “surgiu em meados do século XIX, com a idéia de jornalismo informativo e se fortaleceu, no século XX, com o desenvolvimento nos Estados Unidos, nas décadas de 20 e 30, do conceito de objetividade” (RIBEIRO, 1995, pág 24). Foi também sobretudo a partir do modelo de jornalismo dos EUA que se operou uma reforma na prática jornalística brasileira durante a década de cinqüenta, pois até então o jornalismo praticado nas redações era caracterizado por possuir uma interlocução constante com o campo da literatura; antes de se adotar o modelo dos EUA, portanto, uma coisa parecia derivar da outra.

Além de todos esses fatores terem atuado no sentido de viabilizar a existência de um *canal aberto* entre o jornalismo brasileiro, especificamente o produzido em algumas reportagens de *Época*, e uma determinada teoria do campo da psicologia oriunda dos EUA (o comportamentalismo), é possível apontar ainda um outro fator que também contribuiu, e de forma determinante, para a existência desse canal: a penetração do mito cientificista na mídia. Apesar de datar do século XVII a prática de interpretar a realidade e as diferentes áreas do conhecimento a partir de uma lógica objetivista, que privilegia o caráter mensurável do que é estudado, é somente no século XX, com a “inserção das tecnologias de comunicação no tecido das sociedades industriais” (RIBEIRO, 1995, pág 23), que o mito cientificista assume uma forma hegemônica, penetrando e circulando indiscriminadamente nas diferentes camadas sociais, sobretudo através da ação da mídia. Um dos fatores que possibilitou não só a penetração do mito cientificista na mídia, mas também o fortalecimento de seu discurso nesse espaço, foi justamente a construção da prática jornalística a partir da imparcialidade e objetividade. Sobre esse contexto atual de grande valorização do mito cientificista, Jurandir Freire Costa diz que:

“A mitologia científica vem substituindo as instituições tradicionais, na tarefa de propor recomendações morais de teor universal. Entre os fabricantes de opinião, em especial a mídia, o mito científico encampou o direito intelectual de falar do lugar da Verdade, provocando uma reviravolta no terreno dos valores. As formas de vida, antes referendadas por valores religiosos, éticos ou políticos, passaram a se legitimar no plano do debate científico” (COSTA, 2004, pág 190).

A representação fisicalista do indivíduo, cujos princípios, como sustentamos, derivam da corrente comportamentalista - e sobre a qual muito se fala na mídia, em especial, nas reportagens de comportamento de *Época*; em grande parte, pela existência do mito científicista -, passou a ganhar ainda mais destaque a partir das últimas duas décadas, ocasião em que “as ciências da vida e biotecnologias conheceram um salto espetacular”. Nesse período, Bezerra aponta a existência de uma “verdadeira invasão do imaginário social pelo vocabulário fisicalista, que busca descrever as dores e dissabores da vida psíquica em termos estritamente biológicos” (BEZERRA, 1999, pág 12). Nas reportagens de *Época* foi possível identificar alguns dos pressupostos que estruturam a corrente comportamentalista (que aparecem misturados à argumentação do jornalista) e que são representativos desse novo olhar que se inaugura, num contexto macroscópico, sobre o ser humano. Faz-se necessário ressaltar, no entanto, que não parece haver uma intenção por parte do jornalista de fazer uma menção específica ao comportamentalismo em sua argumentação; pelo contrário, o jornalista parece investido na tarefa de apanhar discursos, muitos deles circulantes no senso-comum, mais amplos a respeito do universo da ciência, e que muitas vezes se supõe representativos da ciência em si, embora em menor grau também se intencione fazer emergir de sua fala saberes específicos sobre as diferentes áreas do conhecimento.

A referência ao comportamentalismo em *Época* - embora não em *estado bruto* - fez-se por meio: 1) de explicações sobre o funcionamento do corpo em termos estritamente químicos com o intuito de legitimar determinados comportamentos humanos como sendo a mera exteriorização de um mecanismo biológico, natural e interno do corpo; 2) da descrição do comportamento a partir de uma essência, de um estado puramente biológico e espontâneo que, caso viesse a ser sufocado pelas convenções humanas, poderia transformar-se em manifestação patológica; 3) da descrição da ciência como prática de enquadramento, enclausuramento e estabilização do real; 4) da redução dos conflitos da subjetividade à chamada auto-estima; 5) da valorização de um determinado tipo de atitude dos indivíduos considerados culturalmente velhos: o de resgatar, a qualquer custo, e sob pretexto de lhes proporcionar mais qualidade de vida, o comportamento jovem; 6) da descrição do conhecimento como algo rígido, que pode ser armazenado no corpo e que se constrói por meio do acúmulo de informações; e não como um processo, complexo e indeterminado, que se desencadeia a partir da interação do indivíduo com o mundo e se transforma a todo instante; 7) da descrição do indivíduo como passivo às imagem-mensagem que lhe chegam através da mídia, como se, depositário de informação apenas, um diálogo não fosse possível com o que lhe afeta por meio dos sentidos; 8) da interpretação da ação do homem a partir do pressuposto de que os indivíduos reagem de uma mesma forma a estímulos idênticos. Representam-se os males do século (drogados, gamemaníacos, hiperativos e depressivos, entre outros) a partir de uma postura asséptica, de não envolvimento. Por isso a grande oferta de manuais pela revista, que, figurativamente, representam o alívio da dor. Assim como comprimidos, dispensam a investigação das causas do problema e, mesmo que provisoriamente, restituem a ordem e a normalidade; 9) da apresentação dos personagens que compõem as reportagens a partir de estereótipos

sociais; o indivíduo está sempre sujeito ao que ditam os perfis, cujas características se apresentam como sendo estáveis, imutáveis.

Algumas das possíveis conseqüências da apropriação desse tipo de visão particular do ser humano por uma revista semanal de informação que, a exemplo de *Época*, atribui-se o papel de encerrar numa resposta os motivos pelos quais toda a sorte de manifestações culturais e sociais eclodem no espaço social e se repetem ciclicamente dentro dele (afetando de maneira significativa o público-alvo a que se direciona a publicação), são: 1) a explicação de comportamentos individuais, que parecem se repetir no plano social, constituindo, por vezes, fenômenos de ordem social, por meio de elementos externos à ação do indivíduo. Ou seja, o indivíduo não é descrito como sujeito de suas ações; pelo contrário, aparece determinado por estruturas – o próprio corpo e o meio ambiente – que, natural e instintivamente, encontram meios para solucionar os conflitos que, momentaneamente, geram estados de desorganização; 2) a despolitização das discussões originárias de fenômenos de dimensão social, reduzidas à identificação de como cada indivíduo, isoladamente, e de forma ideal, deve responder a esses fenômenos, visando à obtenção de um ganho máximo de sua ação.

Egoístas e passivos, os indivíduos descritos por *Época* nas inúmeras situações que, sob o seu ponto de vista, são significativas cultural e socialmente, parecem fadados a aceitar como dado o destino que *irrompe*, instintivamente, de seus organismos e do organismo social de que fazem parte. Sob essa perspectiva, portanto, falar em transformação do mundo, invenção de si próprio e consciência do outro, não como competidor em potencial, mas como ser humano, em toda a sua complexidade - só para dizer o mínimo -, não parece fazer muito sentido. Mesmo investindo em sua marca de modernidade e em sua atitude supostamente engajada, *Época* parece possuir muito pouco

do que se pode esperar de um jornalismo inovador, começando pela escolha de seu repertório vocabular, em que não se pode detectar nenhuma *camada de sombra*. Faltam, portanto, *palavras sutis*⁸, capazes não de ir direto ao ponto, mas de subverter o caminho. Como sugere Denise Bernuzzi Sant'Anna, “a sutileza, assim como a delicadeza (...) são coletivas e indicam passagens, criam envelopes, epidermes capazes de amaciar certos contatos e iniciar o corpo para a vida junto a muitos outros” (SANT'ANNA, 2001, pág 125).

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ABRAMO, Perseu. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

ALBUQUERQUE, Afonso de. *A narrativa jornalística para além dos faits-divers*. In. Lumina – Facom/UFJF, v.3, nº 2, p.69-91, jul/dez 2000. Disponível em: www.facom.ufjf.br

ALSINA, Miguel. *La noticia como construcción de la realidad*. Barcelona: Paidós, 1993.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1999.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 2002.

BEZERRA, Benilton Jr. *Seremos sujeitos amanhã?*. In: Cadernos de psicanálise - CPRJ, n. 13, ano 21, Rio de Janeiro, 1999.

_____. *O ocaso da interioridade e suas repercussões sobre a clínica*. In: PLASTINO (org.). *Transgressões*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2002.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRETON, Philippe. *A argumentação na comunicação*. São Paulo: EDUSC, 1999.

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. *Videologias*. São Paulo: Boitempo, 2004.

⁸ O conceito de palavra sutil é introduzido no texto de Denise Bernuzzi de Sant'Anna como sendo aquela que “é paradoxal porque breve, discreta e quase imperceptível, mas, ao mesmo tempo, espessa”. Ver em *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995, pág. 125.

BUSSE, Maria Luiza Franco. *Texto sem conforto – Uma proposta de redação jornalística*. Rio de Janeiro: e-papers, 2002.

COSTA, Jurandir Freire. *O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

CHAMPAGNE, Patrick. *Formar a opinião – o novo jogo político*. Petrópolis: Vozes, 1998.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1982.

GOFFMAN, Erwing. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2002.

LEITE, Paulo Moreira. *O outro lado do poder*. In: Canal da imprensa, maio 2003. Disponível em: www.canaldaimprensa.com.br/perfil.

LOPES, Merival Julio. *A Influência Estrangeira no Jornalismo Brasileiro*. Niterói, tese de concurso para professor livre docente, IACS/UFF, 1979.

LOPES, Paulo Fernando de Carvalho. *Corpos (en)cena: a construção do discurso midiático sobre a noção de saúde a dois anos do século XXI*. In: NETO, Antônio Fausto; HOHLFELDT, Antônio; PORTO, Sérgio Dayrell; PRADO, José Luiz Aidar (org.). *Comunicação e corporeidades*. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2000.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. *Dicionário de comunicação*. São Paulo: Ática, 1987.

REY, Fernando González. *Sujeito e subjetividade*. São Paulo: Thompson, 2003.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *A história do seu tempo. A imprensa e a produção do sentido histórico*. Dissertação de mestrado defendida na ECO/UFRJ, 1995.

_____. *Imprensa e história do Rio de Janeiro dos anos 1950*. Tese de doutorado em Comunicação UFRJ, 2000.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi (org). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

_____. *Corpos de passagem*. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2004.

SENETT, Richard. *A corrosão do caráter - conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2004.

_____. *Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental*. Rio de Janeiro: Record, 1994.

_____. *O declínio do homem público: As tiranias da intimidade*. São Paulo: Companhia das letras, 1974.

_____. *Autoridade*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SODRE, Carla Tank. *As capas da revista Veja: uma análise discursiva a partir da década de 80*. Monografia apresentada como conclusão do curso de jornalismo. Estácio de Sá, 2005.

SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Vozes, 2001.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas: um estudo antropológico sobre identidade e carreira em camadas médias*. Dissertação de mestrado defendida na UFRJ, 1991.

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

As condições sociais de emergência e desenvolvimento do jornalismo no Brasil

Fernanda Rios Petrarca ¹

Resumo: Esse artigo tem como objetivo apresentar o contexto de surgimento e de desenvolvimento da “profissionalização” no jornalismo brasileiro, procurando dar conta da caracterização e das especificidades do estabelecimento dos diferentes critérios formais e legais para o exercício da atividade, bem como do surgimento das faculdades de jornalismo e das associações profissionais. A análise permitiu mostrar o que tem caracterizado o estabelecimento desses critérios que visam definir e regular a “profissão” de jornalista no Brasil é a sua utilização como recurso para agir na esfera da política partidária e governamental. Assim, ser reconhecido como “profissão” oferece diversos meios para atuar politicamente.

Palavras-chave: jornalismo, profissionalização, faculdades de jornalismo, associações profissionais, profissão.

A “Profissionalização” no Jornalismo Brasileiro

O estabelecimento da fronteira jurídica e formal, como tem mostrado a literatura que embasa esse trabalho, constitui uma das maneiras de certos espaços sociais se institucionalizarem (BOURDIEU, 1998a, 1998b, 2001, NEVEU, 2001). O processo de institucionalização da atividade jornalística no Brasil apresenta-se instável, visto que em diferentes momentos o conteúdo dos princípios de enquadramento do jornalismo foi alterado, não conseguindo tornar constante e duráveis suas fronteiras e critérios oficiais de pertencimento. Os diversos decretos oficiais instaurados para regulamentar a atividade, os quais estabeleciam quem poderia exercê-la e como deveria, revelam que o controle sobre a atividade está constantemente em pauta e disputa. A configuração desse processo aconteceu diferente da forma como ocorreu em outros países, como os Estados Unidos, onde os princípios oficiais de pertencimento conseguiram se fixar através de uma legislação ainda vigente. Pretende-se mostrar, nesse momento, que o que tem caracterizado o estabelecimento desses critérios que visam definir e regular a “profissão” de jornalista no Brasil é a sua utilização como recurso para agir na esfera da

¹ Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

política partidária e governamental². Assim, ser reconhecido como “profissão” oferece diversos meios para atuar politicamente.

A primeira legislação da “profissão” foi criada em 30 de novembro de 1938, pelo governo ditatorial de Getúlio Vargas, junto com as assessorias dos sindicatos de jornalistas de São Paulo e Rio de Janeiro³. Esse decreto buscava regulamentar a duração e as condições de trabalho nas empresas jornalísticas, definido o jornalista como *trabalhador intelectual cuja função se estende desde a busca da informação até a redação de notícias e artigos e à organização, orientação e direção desse trabalho* (FILHO, 1995, p. 49). Nele definiram-se também as principais funções ocupadas pelos jornalistas: redator-chefe, secretário, subsecretário, chefe e subchefe de revisão, chefe de oficina, de ilustração e chefe de portaria. Um dos objetivos e principais intenções era registrar e cadastrar aqueles que tinham vínculos com a imprensa. Considerava-se jornalista todo aquele “homem de imprensa” devidamente registrado no Ministério do Trabalho, condição fundamental para sua admissão no jornal. Assim o Estado passava a ter o controle sobre aqueles que desempenhavam atividades em jornais.

O momento de criação desse decreto ocorreu em um período de intensas crises do governo com a imprensa. O Estado Novo instituído por Getúlio Vargas estabeleceu a censura no país e criou órgãos como o departamento de imprensa e propaganda, cujo objetivo era controlar a imprensa e o rádio. A primeira fase se deu pelo fechamento de muitos jornais e revistas que tinham vínculos políticos partidários, mas também se caracterizou pelo investimento do governo em sua propaganda, criando revistas culturais e jornais em diversos Estados. As proibições do governo varguista que levaram ao fechamento de muitos periódicos, favoreceu, em contra partida, o crescimento dos

²A temática da profissionalização no Brasil aconteceu diferente da forma como ocorreu em outros países, como os Estados Unidos, por exemplo, em que a profissionalização surgiu como meio das ocupações conseguirem um lugar privilegiado e seguro no mercado através do apoio do Estado. Nesse país ser reconhecido como profissão possibilitava um reconhecimento social e também uma proteção contra a competição no mercado de trabalho sancionada pelo Estado. Já na França as ocupações não precisaram reivindicar um título de profissão para ganhar status e justificar uma proteção no mercado. O status de uma pessoa na França dependia de sua passagem por uma das grandes escolas de educação superior controladas pelo Estado, independente da especialidade. A identidade era dada não por ser reconhecida como profissão, mas pelo status conquistado através de uma educação de elite (FREIDSON, 1998).

³O Decreto-Lei número 910 determinava que a jornada de trabalho correspondia a cinco horas, tanto de dia como de noite. Ela poderia ser contratualmente prolongada para sete horas, ocorrendo compensação financeira. Tal decreto também estabelecia que o jornalista precisava ser brasileiro (nato ou naturalizado), maior de idade, não podendo ter antecedentes criminais, nem estar respondendo a processos na Justiça. Apesar do pedido dos sindicatos de exigir formação universitária para o exercício da profissão, protegendo o candidato e a categoria, não foi inserido no decreto (ROCHA, 2003).

jornais sem vínculo político partidário direto, tais como Diário de Notícias e Correio do Povo, no Rio Grande do Sul.

Nesse sentido, para entender a primeira regulamentação da profissão de jornalista e o processo de estabelecimento dos primeiros critérios jurídicos institucionais é preciso relacioná-los, de um lado, ao projeto para organizar a profissão proposto pelos jornalistas e às convicções políticas de que estavam imbuídos. De outro lado, trata-se de vincular à proposta do governo. Uma grande parte dos jornalistas, nesse contexto, participava ativamente das lutas políticas não só exaltando o caráter brasileiro e a nação brasileira, mas também atuando e se filiando a partidos políticos locais⁴. Nas décadas de 1920 e 1930 o jornalismo, assim como a literatura e algumas instituições como o ensino superior, foram colocados a serviço da recuperação da nacionalidade e instrumento de transformação social e política. O projeto corporativo, que visava organizar as profissões, defendido pelos jornalistas e por outros atores que desenvolviam atividades específicas como escritores, médicos e advogados, era inseparável da vontade de contribuir para fundamentar a cultura e a política. Aqueles que se dedicavam à arte, a literatura, ao cinema, a medicina, ao jornalismo e a diversas outras áreas associavam suas atividades a preocupação de se colocarem a serviço da construção política do país⁵. É desse modo que a “profissão” se torna um meio, um recurso, para atuar na organização política da nação e se inserir na política estatal.

Assim, tanto o nacionalismo de que eram porta-vozes esses atores, quanto o projeto que defendiam para organizar as profissões, aparece como uma maneira de obter reconhecimento do Estado e ao mesmo tempo possibilitar acesso a ele. “Nacionalismo”, “caráter nacional”, “realidade brasileira” e “organização profissional” aparecem como noções imbricadas, uma vez que era o Estado Nacional em suas concepções que deveria criar as condições para o sentimento nacional e para a organização corporativa. O esquema corporativo enunciado e proclamado por esses atores sociais, como a regulamentação das profissões e a criação das leis trabalhistas, não está separado das suas convicções políticas e pretensões em atuar em prol da nação. O pertencimento a uma categoria profissional e atuação política aparecem como indistintas. Como mostra

⁴Pode-se citar Plínio Barreto, Alceu Amoroso Lima, Azevedo Amaral e Alberto Torres. Além de participarem ativamente da política do país, tinham também uma forte atuação na imprensa, publicando em jornais e revistas.

⁵Isso é muito diferente do que aconteceu em países como os Estados Unidos onde os jornalistas para reivindicar uma condição de profissão precisaram definir essa atividade como um grupo específico com um saber fazer próprio e constituída por um “corpo profissional autônomo” que atuava distante da política.

Pécaut (1990) um dos motivos que contribuiu para que um conjunto diverso de atores se inserisse na política nesse momento foi o sentimento de pertencer a uma categoria profissional.

Essa articulação entre participação nas lutas políticas e defesa da regulamentação profissional, pode ser vista não só pela exaltação da nacionalidade, mas também pela inserção em partidos políticos. Esse é o caso dos representantes das principais entidades que visavam reunir jornalistas no período e que defendiam o estabelecimento de critérios formais para exercer a profissão. Dentre essas entidades estão a Associação Brasileira de Imprensa, fundada em 1908, a Associação Paulista de Imprensa, fundada em 1933, o Sindicato dos Jornalistas do Rio de Janeiro, em 1935 e o Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, fundado em 1937. A começar pelo jornalista, redator chefe do jornal *Correio da Manhã*, membro da Associação Brasileira de Imprensa, Pedro Costa Rego, que nesse período já havia sido secretário da agricultura, deputado federal e senador. Além de ter sido o primeiro professor a ministrar cadeiras de jornalismo brasileiro na recém criada Universidade do Distrito Federal, atuou também como escritor e literato, compondo romances e obras críticas. Ainda é possível citar o jornalista, ilustrador e chargista Lívio Abramo, um dos fundadores do sindicato dos jornalistas profissionais de São Paulo. Lívio Abramo atuou ativamente no Partido Comunista Brasileiro, mas por suas posturas “trotskistas” foi expulso e vinculou-se ao Partido Socialista Brasileiro. Abramo também ficou conhecido por suas gravuras e desenhos que nesse período passaram a abordar as temáticas sociais, como temas sobre a rotina dos operários e o funcionamento das fábricas. Contribuiu ao mesmo tempo no Sindicato dos Artistas Plásticos de São Paulo. Outro jornalista a se destacar nesse contexto foi Guilherme de Almeida, presidente da Associação Paulista de Imprensa em 1937. Formado em Direito, atuou como jornalista de vários jornais de São Paulo, tendo sido membro também da Academia Paulista de Letras, da Academia Brasileira de Letras, do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo. Guilherme escrevia poemas e obras críticas e atuou politicamente engajando-se na Revolução Constitucionalista de 1932. Além desses nomes, pode-se destacar o jornalista Edgard Leuenroth, um dos primeiros diretores do sindicato dos profissionais de imprensa do Rio de Janeiro que depois se transformaria no sindicato dos jornalistas do Rio de Janeiro. Atuou junto à fundação do Partido Comunista Brasileiro, na Federação Operária e diversas entidades anarquistas, assim como na Associação Paulista de Imprensa e no sindicato dos gráficos. Esse jornalista organizou e editou vários jornais oficiais de movimentos

políticos, estruturando também o Primeiro Congresso de Jornalistas (1918) e Primeiro Congresso Paulista de Imprensa (1933).

Esses dados servem para revelar que os jornalistas representantes de entidades próprias da categoria nesse período, ao mesmo tempo em que desenvolviam todo um trabalho voltado para essa área através de promoção de congressos, estimulação da criação de escolas de jornalismo e leis que regulamentassem o exercício dessa atividade, atuavam politicamente contra regimes autoritários, promovendo a liberdade de imprensa e expressão e se inserindo em partidos políticos. Suas participações não se restringiam a um único universo, mas a vários espaços sociais, como o da arte, da cultura, da política, desempenhando uma diversidade de papéis. Através da inserção em diversos espaços e do exercício de várias funções, esses jornalistas acreditavam estar contribuindo para fundamentar uma cultura nacional e organizar a política brasileira.

O projeto corporativista instaurado pelo Estado Novo tinha como objetivo “organizar” tanto a sociedade, de um modo geral, quanto um conjunto de atores que desempenhavam atividades profissionais como médicos, escritores, advogados e jornalistas. Muitos desses atores desempenhavam várias dessas atividades ao mesmo tempo. Esse projeto incluía a regulamentação das profissões, as leis trabalhistas, legislação sindical e outros que se apoiavam na atribuição de direitos moldados em função da filiação profissional. As profissões foram reconhecidas e receberam um estatuto oficial, o que possibilitou identidades e direitos específicos. Nesse período, além da regulamentação da profissão de jornalista, foram fundadas algumas organizações como a Ordem dos Advogados do Brasil, criada em 1930, a Academia de Medicina, fundada em 1931, o Conselho de Engenharia e Arquitetura, em 1933, e o Sindicato dos Escritores. O objetivo da regulamentação profissional não consistia em questionar as atividades desempenhadas pelos seus representantes, mas *conferir meios às elites de determinadas profissões para criar as condições de acesso ao exercício profissional e intervir em nome de uma “ética profissional”* (PÉCAUT, 1990).

Nesse contexto, ampliava-se o número de sindicatos e entidades voltadas aos jornalistas no país, com o objetivo de enquadrar a classe jornalística. Começavam a surgir também às primeiras faculdades de jornalismo, muitas delas criadas por empresas de comunicação e entidades que agregavam os profissionais de imprensa. A primeira faculdade de jornalismo foi criada em 1947, chamava-se Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero e era vinculada ao jornal A Gazeta. Em testamento deixado em 1943, Cásper Líbero, dono do jornal A Gazeta instituía a faculdade de jornalismo. Anterior a

essa data, outras tentativas de criação de cursos de jornalismo já haviam sido feitas pela Associação Brasileira de Imprensa e pela Associação dos Profissionais de Imprensa de São Paulo. Os cursos de jornalismo surgidos nesse período pretendiam formar uma *elite cultural* capaz de contribuir para construção da política brasileira. Convém ressaltar que Cásper Líbero ao criar a faculdade de jornalismo salienta em seu testamento os objetivos que pretendia atingir com o curso:

[...] objetivo patriótico, de iniciativas e campanhas por São Paulo, pelo Brasil, pela justiça, pelos nobres ideais, pela cultura e grandeza de nossa Pátria, servindo-se para isso de A Gazeta, do seu auditório, de seu Rádio e dos recursos do patrimônio que a dotou; b) objetivo cultural, de criar e manter uma escola de jornalismo e ensinamento de humanidades, particularmente português, prosa, estilo, literatura, eloquência, história e filosofia, em cursos de grandes proporções, a começar pelo secundário e finalizar pelo superior; c) objetivo jornalístico, consistente em assegurar e desenvolver o nome, futuro, prosperidade econômica e prestígio de A Gazeta, mantendo-a órgão da genuína opinião pública e interesses da Pátria, aparelhada dos inventos e aperfeiçoamentos que o progresso for engendrando, fidelíssima da fundação (citado por HIME, 2005a, p.14)

O espírito nacionalista e a defesa de uma formação patriótica do jornalista constituem elos que ligam e aproximam Cásper Líbero do nacionalismo do Estado Novo (HIME, 2005b). As escolas de jornalismo eram vistas como indispensáveis para uma formação cultural mais ampla e sob esse aspecto fundamentais para traçar os caminhos da nação. O papel das faculdades e cursos de comunicação era o da realização da cultura e o da consolidação de um saber que permitisse impulsionar o progresso do país. Os cursos superiores aparecem como uma das vias de ação desses agentes interessados em organizar o país, constituindo-se como um dos eixos de suas preocupações e colocando-os em relação direta com o Estado. A universidade e os cursos são concebidos desde o seu nascimento mais como um instrumento de ação política do que um lugar de produção científica e de realização de pesquisa (MARTINS, 1987). Ela vai surgir para formar uma elite capaz de organizar e delinear os rumos do país.

Tais questões permitem perceber que a institucionalização do jornalismo no Brasil, através da criação de regulamentos formais para o ingresso na atividade, bem como a criação das faculdades e a organização dos jornalistas por meio dos sindicatos, está vinculada a um projeto político mais amplo. Tanto os jornalistas envolvidos na defesa de um “enquadramento” para a classe e que estavam voltados à defesa da realidade nacional, quanto o próprio governo que visava organizar as profissões, tinham pretensões políticas de organizar a nação.

As profissões e as instituições convergiam para o Estado possibilitando a articulação dos interesses através de conselhos técnicos, associações e sindicatos profissionais, etc. Os representantes de profissões específicas aos poucos se inseriram na construção orgânica da sociedade e do poder. A lei sindical, por exemplo, criou as condições para que o sindicalismo se tornasse instrumento político através de direções sindicais. Numa tentativa de cooptar certos atores membros de camadas profissionais, o governo oferecia-lhes à possibilidade de atuar politicamente, contribuindo para a cultura nacional. Dessa forma, eles eram estimulados a se voltarem para o Estado para conseguirem apoio e recurso em nome de uma “conduta profissional”. O reconhecimento profissional aparece como um recurso para se ter acesso ao Estado. Essas questões estão relacionadas ao que Pécaut (ibid, id) mostra a respeito da correlação existente no Brasil entre organização das profissões e o processo de formação do Estado. Segundo esse autor, no contexto dos anos 1925 e 1940, os atores membros de profissões específicas, como os jornalistas, os médicos, os advogados, mostravam-se preocupados, sobretudo com o problema da identidade nacional e das instituições, manifestando a convicção de que lhes competia uma responsabilidade essencial na construção e organização da nação. Com base nisso é possível afirmar que o reconhecimento profissional se tornava importante recurso para atuação na política brasileira.

Mas essa não foi a última, nem a única regulamentação da “profissão” de jornalista. Posteriormente ao decreto de 1938, instaurou-se o decreto de 1943 e 1944⁶. Com a consolidação das leis do trabalho em 1943 repetem-se os artigos do decreto anterior não alterando distinção entre profissionais de imprensa. Esse decreto adicionava a criação dos cursos de jornalismo no ensino superior. O decreto de 1944 acrescentou a remuneração mínima daqueles que trabalhavam em atividades jornalísticas e enquadrava como jornalistas também os redatores existentes na radiodifusão e na redação publicitária. Nesse decreto todos os que trabalhassem em imprensa teriam que se titular como jornalista, desde o diretor ao arquivista. Acrescentaram-se ainda os fotógrafos como função auxiliar de redação ao lado do revisor, ilustrador ou desenhista e arquivista. O decreto de 1938 apenas diferenciava o jornalista do locutor e do fotógrafo, mas não classificava dentro da hierarquia. O decreto

⁶Respectivamente: decreto 5480/43, de 13 de maio e decreto número 7037 de 10 de novembro de 1944.

de 1944 além de enquadrar radialistas e publicitários como jornalistas, classificava o fotógrafo como auxiliar dos jornalistas.

Outros decretos somaram-se a esses, como os de 1961, 1962, 1963 e 1969⁷. O decreto de 1961 colocava a necessidade de cumprir o decreto de 1938. Segundo Filho (1995) a falta de regulamentação do decreto de 1938 prejudicava o funcionamento das escolas de jornalismo já existentes e que por não constituírem curso obrigatório para o ingresso na profissão não despertaram o interesse da classe. Já o decreto de 1962 modificava a definição de jornalista acrescentando o fotógrafo não mais como auxiliar, mas como jornalista:

[...] Considera-se jornalista profissional aquele cuja função, remunerada e habitual compreendida a busca ou documentação de informações, inclusive fotográficas, a redação de matéria a ser publicada, contendo ou não comentário, a revisão da matéria quando já composta tipograficamente, a ilustração, por desenho ou por outro meio, do que for publicado, a recepção radiotelegráfica e telefônica de noticiário nas redações de empresas jornalísticas, a organização e conservação cultural e técnica do arquivo redatorial, bem como a organização, orientação e direção de todos esses trabalhos e serviços (FILHO, 1995, p.57).

O decreto de 1963 manteve a mesma conceituação de jornalista profissional, omitindo o locutor e acrescentando o estagiário de jornalismo como não diplomado, permanecendo a criação de cursos de jornalismo a nível universitário. Uma das principais modificações foi estabelecida pelo decreto de 1969 que instituiu a obrigatoriedade de diploma em jornalismo para exercer a profissão no país, acrescentando remuneração mínima. Nesse decreto a definição de jornalista compreendia:

A profissão de jornalista compreende, privativamente, o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades: a) redação, condensação, titulação, interpretação, correção ou coordenação de matéria a ser divulgada, contenha ou não comentário; b) comentário ou crônica, pelo rádio ou pela televisão; c) entrevista, inquérito ou reportagem, escrita ou falada; d) planejamento, organização, direção e eventual execução de serviços técnicos de jornalismo, como os de arquivo, ilustração ou distribuição gráfica de matéria a ser divulgada; e) planejamento, organização e administração técnica dos serviços de que trata a alínea " a "; f) ensino de técnicas de jornalismo; g) coleta de notícias ou informações e seu preparo para divulgação; h) revisão de originais de matéria jornalística, com vistas à correção redacional e a adequação da linguagem; i) organização e conservação de arquivo jornalístico, e pesquisa dos respectivos dados para a elaboração de notícias; j) execução da distribuição gráfica de texto, fotografia ou ilustração de caráter jornalístico, para fins de divulgação; l) execução de desenhos artísticos ou técnicos de caráter jornalístico (DECRETO Publicado no DOU de 21/10/1969, p.1).

⁷Decretos respectivamente: número 51218/61 de 22 de agosto; 1177/62 de 12 de junho; 53263/63 de 13 de dezembro; 972/69 de 19 de dezembro.

Comparando esse decreto com o anterior, o de 1963, houve uma amplificação daquilo que compreende a atividade jornalística. Foram incluídas outras tarefas como designando o jornalismo, como o ensino de técnicas jornalísticas. Uma das principais funções desse decreto lei de 1969 foi a de valorizar os cursos de jornalismo e impedir o exercício da profissão a pessoas que não eram formadas em cursos de nível superior. Esse projeto de lei tinha se baseado em um anteprojeto aprovado no Congresso Nacional dos Jornalistas.

A elaboração do projeto e a aprovação desse decreto surgem em um contexto no qual a formação universitária em jornalismo aparece como indispensável para a constituição de uma ética profissional e para apreensão dos critérios técnicos da profissão. A ética, as normas e os objetivos profissionais são invocados, nos anos duros da ditadura, principalmente após 1968, por muitos membros de categorias profissionais para constituir uma frente coletiva de oposição ao golpe militar. As camadas profissionalizadas passaram a se atribuir uma legitimidade que na década de 1960 e 1970 assume um teor científico e o tema da profissionalização passa a ganhar destaque. Isso está de acordo com o que mostra Pécaut (Ibid.), a respeito da formação das profissões no Brasil. Diferente do que acontecia nas décadas anteriores em que as camadas profissionais se atribuíam um papel na elaboração da imagem da nação, nas décadas de 1960 e 1970, a reivindicação profissional associada à defesa das liberdades passa a ser ressaltada.

As estruturas institucionais, como universidade e faculdades cujos investimentos crescerem nesse período, bem como a ideologia profissional e a recorrência ao discurso competente servem ao mesmo tempo para legitimar posicionamentos em favor da liberdade de participação e democracia, constituindo-se como uma maneira transfigurada de apoiar declaradamente um discurso em defesa da livre expressão e manifestação. No contexto dos anos 1960 e 1970 uma grande parte dos jornalistas, sobretudo aqueles vinculados às entidades da categoria, está presente nas lutas contra a censura e na constituição de uma frente de resistência contra o regime, se alinhando as lutas políticas pelas liberdades democráticas como o Movimento pela Anistia dos presos políticos. São exemplos disso, as greves dos jornalistas, os congressos nacionais promovidos pelas entidades sindicais da categoria e que salientavam a defesa da liberdade de expressão e de imprensa ao mesmo tempo em que reivindicavam uma regulamentação que valorizasse a formação profissional. Pode-se citar aqui também a forte atuação dos jornais alternativos, bem como o empenho da Associação Brasileira de

Imprensa, conhecida como a “casa dos jornalistas”, em se colocar à frente das campanhas contra a censura.

Nesse sentido, a competência especializada, a profissionalização e a filiação institucional tornam-se recursos fundamentais para colocar em prática um conjunto de estratégias antiautoritárias. A referência ao discurso competente constituiu uma forma das categorias profissionalizadas se organizarem e concretizarem ações que, em nome de um conhecimento específico, seria capaz de se contrapor ao regime. A temática da profissionalização constituiu uma arma para combater, em nome da competência, um regime formado por uma imagem do “milagre econômico” e de um “Brasil grande e próspero”. É em função disso que se prolifera um conjunto de associações que se encarregam de defender a liberdade, a democracia, a sociedade civil organizada e, ao mesmo tempo, os interesses das categorias profissionais. Dentre essas entidades pode-se citar a Associação Brasileira de Imprensa e a Ordem dos Advogados do Brasil (PÉCAUT, 1990).

A defesa da competência especializada associada a uma estratégia de participação política, não aconteceu somente no jornalismo, mas também em diversas áreas, como as Ciências Sociais e a Economia. No jornalismo houve uma defesa generalizada, principalmente após 1968, da necessidade de se adotar princípios de objetividade e neutralidade na construção das notícias. A objetividade estava relacionada ao engajamento do jornalista na informação que deve estar a serviço da sociedade, como também no domínio de um conhecimento técnico específico para fazer jornalismo. Já a neutralidade correspondia ao exercício de um jornalismo desengajado de causas políticas, apontado como fundamental para não afetar o conteúdo das informações.

Ao mesmo tempo em que essa visão se generalizou no jornalismo brasileiro, na conjuntura dos anos 1970, colocou em contraste dois modelos de definição de jornalismo. Por um lado, àqueles que acreditavam na defesa de uma postura desengajada, necessária à prática do jornalismo “neutro” e “objetivo”, em que a autonomia do profissional era sustentada pelo seu distanciamento de causas políticas, defendidas principalmente por jornalistas que ocupavam cargos e postos na “grande imprensa”. Por outro lado, aqueles que acreditavam na necessidade de um conhecimento específico, mas para elaborar informações com comentários críticos e nesse sentido o jornal seria o porta-voz das demandas sociais assumindo o papel de “formador de opiniões”, posição essa defendida, sobretudo, pela imprensa alternativa e

sindical, que despontava no momento. Esse modelo acusava o anterior de despolitizar o jornalismo, escondendo e mascarando os posicionamentos ideológicos dos proprietários de meios de comunicação. Como mostra Silva (2004), para esse modelo o jornalista era um trabalhador como outro qualquer e não podia se isolar no interior das redações, deixando de se manifestar. O seu papel implicava uma intervenção direta na esfera política e a reivindicação de uma representatividade profissional.

Mas apesar dos contrastes entre esses modelos e das diferenças entre os jornalistas que aderiram a essas posturas, ambas constituíam também um ato político de resistência diante da repressão e da censura. Os jornalistas voltados a “grande imprensa” ao defender a objetividade e o desengajamento afirmavam que a cobertura se baseava nos fatos e não em opiniões, com isso pretendiam adquirir uma liberdade maior para compor suas matérias. A defesa do desengajamento passou a ser estratégica para as empresas jornalísticas conseguirem se manter nesse contexto de ditadura. Do mesmo modo, àqueles que defendiam um engajamento na formação da opinião pública, politizando o jornalismo e que estavam vinculados, sobretudo aos sindicatos e jornais alternativos, criavam um espaço de atuação onde tentavam combater a repressão do regime. Esses últimos, com o processo de abertura, no início da década de 1980, passaram a aderir com mais intensidade aos partidos políticos de esquerda, como o Movimento Democrático Brasileiro (MDB), o Partido Comunista Brasileiro (PCB) e posteriormente o Partido dos Trabalhadores (PT). Os sindicatos dos jornalistas passaram a aderir a organismos intersindicais surgidos pelas oposições entre essas esquerdas como a Central Única dos Trabalhadores que estava ligada ao Partido dos Trabalhadores. Nesse sentido, suas manifestações aparecem cada vez mais associadas à inserção em partidos políticos.

A temática da profissionalização, do conhecimento específico e da técnica jornalística atingiu vários setores do jornalismo. Os grandes jornais de circulação nacional, como Folha de São Paulo e Estado de São Paulo, passaram a adotar os manuais de redação que serviam como uma orientação técnica. As universidades receberam investimentos por parte dos governos e tiveram um crescimento surpreendente no período de 1964 até 1974. Os currículos de diversos cursos foram modificados com o objetivo de incluir matérias específicas. Em 1966 foi instalada a Escola de Comunicação e Artes da USP. Nesse mesmo ano o currículo mínimo de jornalismo incluía disciplinas técnicas. A formação do jornalismo que na década de 1950 era mais humanística, a partir de 1964 passa a ser considerado critérios técnicos

específicos. Disciplinas como Técnica de Jornal e Periódico, Técnica de Rádio e Telejornal e Redação de Jornalismo, passaram a ser incluídas. As modificações continuaram e no ano de 1969 o Conselho Federal de Educação incluía novas habilitações ao jornalismo. O curso de comunicação social passaria a ter cinco habilitações: polivalente, jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda e editoração. A habilitação em jornalismo era subdividida em jornalismo impresso, radiofônico, televisado e cinematográfico.

Considerações Finais

As questões apontadas aqui implicam em relacionar o processo de regulamentação e profissionalização do jornalismo com o contexto histórico e político em que surgiram. Esse contexto se constitui como um dos fatores que contribuem para impulsionar a necessidade de leis e formas legais de regulamentação de uma atividade. No caso do jornalismo brasileiro, os princípios legais de regulamentação da atividade, mostraram-se vinculados às pretensões políticas daqueles que estavam envolvidos em sua defesa e nesse sentido a profissionalização aparece como um recurso para agir na esfera da política governamental e estatal. Na década de 1930 suas pretensões estavam voltadas ao Estado e as necessidades de contribuir para formação da nação. E nesse contexto a profissionalização surge como um recurso não só para ser reconhecido pelo Estado, mas para ter acesso a ele e obter os benefícios que poderiam advir. Já na década de 1970 os jornalistas estavam voltados à necessidade de se contrapor ao golpe militar, o que contribuiu para transformar o reconhecimento profissional em um instrumento para agir contra o regime. Apesar dos contrastes entre essas situações, é possível afirmar que ambas mostram a inserção de uma grande parte dos jornalistas envolvidos na defesa da profissionalização às causas políticas e seu atrelamento a essa esfera.

Referências Bibliográficas

BOURDIEU, P. O Diploma e o Cargo: relações entre o sistema de produção e o sistema de reprodução. In: **Escritos de Educação**. Petrópolis, Vozes, 1998a.

_____. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil, 1998b.

_____. **Meditações Pascalianas**. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2001.

FILHO, L. M. **Legislação e Comunicação. Direito da Comunicação**. São Paulo, LTr, 1995.

FREIDSON, Eliot. **Renascimento do Profissionalismo**. São Paulo, Edusp, 1998.

HIME, G.V. C. Construindo a Profissão de Jornalista: Cásper Líbero e a Criação da Primeira Escola de Jornalismo do Brasil. Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa Jornalismo do **V Encontro de Núcleos de Pesquisa da Intercom** do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 5 a 8 de setembro de 2005a na Universidade Estadual do Rio de Janeiro.

_____ Um Projeto Nacionalista em Busca da Modernidade: A Gazeta de Cásper Líbero na Era Vargas. Trabalho apresentado no **III Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho**, realizado em Novo Hamburgo de 14 a 16 de abril de 2005b. GT: Jornalismo. Disponível no site www.redealcar.com.br. Acesso em 26/03/06.

MARTINS, L. A Gênese de uma Intelligentsia: os intelectuais e a política no Brasil 1920-1940. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 4, vol. 2, junho de 1987, p. 1-26.

NEVEU, E. **Sociologie du Journalisme**. Paris, La Decouverte, 2001.

PÉCAUT, D. **Os Intelectuais e a Política no Brasil. Entre o povo e a nação**. São Paulo, Ática, 1990.

Monitoramento de telejornais: os primeiros passos de uma experiência no Vale do Itajaí

Fernando Arteche Hamilton ¹ e Francine Carolina Gemoski ²

Resumo: Este artigo é resultado da primeira etapa de um projeto de pesquisa sobre o monitoramento de telejornais na região do Vale do Itajaí, em Santa Catarina. A partir do conceito de M.A.R.S., da experiência de monitoramento de mídia impressa desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa Monitor de Mídia, da Univali – Itajaí, há cinco anos, e da formação da Rede Nacional de Observatórios de Imprensa, adotou-se a metodologia do monitoramento para informativos de televisão. Os resultados são o embasamento de um trabalho que deve persistir com vistas a novas investigações direcionadas e buscando a participação de profissionais da área e dos telespectadores.

Palavras-chave: Mídia – monitores de mídia – telejornalismo regional – Vale do Itajaí-SC

Introdução

A mídia desempenha inegável influência na maneira como as pessoas encaram o mundo e a si mesmas. Através das mensagens produzidas por especialistas e veiculadas nos mais diversos meios de comunicação social, os indivíduos e grupos adquirem novos conhecimentos, têm acesso a novas informações e compartilham de um repertório de notícias, idéias e opiniões capazes de ocupar boa parte de suas preocupações cotidianas, orientando-os em suas ações ou favorecendo suas interações.

¹ Jornalista formado pela PUC-RS em 1991. Especialista em Jornalismo pela FURB-Blumenau-INPG e Mestre em Sociologia Política pela UFSC. Atua em telejornalismo há 15 anos. É professor de Telejornalismo da Univali.

² Bolsista de IC da Univali.

Mas apesar de toda essa capacidade de influência, há pouca participação das pessoas na definição do conteúdo das mensagens midiáticas. A elaboração e a produção dessas mensagens acaba concentrada nas mãos de especialistas, muitas vezes atendendo a interesses econômicos que não ficam bem claros nas próprias mensagens. A responsabilidade social da mídia depende de instâncias que permitam a participação do consumidor das informações na definição das mesmas e na cobrança por mensagens adequadas às suas reais necessidades de conhecimento e satisfação.

Essa situação começa a ser revertida a partir da formação de associações, organizações e grupos de pessoas interessadas em cobrar a responsabilidade social da mídia, os chamados M.A.R.S. Um dos primeiros exemplos no Brasil, o site - mais tarde também programa de televisão - Observatório da Imprensa, implantado em 1998, começa a gerar frutos, principalmente nas universidades. O principal desafio agora é consolidar uma rede de monitores de mídia eficaz, capaz de compartilhar experiências e metodologias de análise, ao mesmo tempo em que torna conhecidos os resultados do seu trabalho entre os principais interessados no assunto: os consumidores da mídia.

M.A.R.S. e monitoramento da mídia

Tendo em vista a participação do público nos conteúdos veiculados nos meios de comunicação de massa, Bertrand define o que chama de M.A.R.S. (Meios de Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia), como “todo o meio não estatal usado para tornar os meios de comunicação responsáveis perante o público” (BERTRAND, 1999, P. 150).

Explicando um pouco melhor, o autor declara que há três instâncias básicas para guiar a ação de um M.A.R.S.: a constatação de que um meio de comunicação tem como prioridade os interesses do público, a percepção das reais necessidades de informação do público e a análise das formas como essas necessidades são atendidas pelos meios de comunicação (Idem, *ibidem*, p. 151).

O desenvolvimento desses meios de acompanhamento da mídia inicia nos anos 60, com a implantação dos primeiros conselhos locais de imprensa na Europa e do surgimento de revistas críticas, segundo Bertrand. Entre as várias modalidades de M.A.R.S., estão os que praticam o *monitoring*, a observação sistemática de um meio de comunicação. O monitoramento é necessário devido à grande diversidade de veículos e da efemeridade de algumas mensagens veiculadas, como nos casos do rádio e da televisão. Nas palavras do próprio Bertrand, “somente especialistas, independentes, universitários podem dedicar-se a um estudo prolongado da mídia, a uma análise aprofundada dos conteúdos, a uma pesquisa de seus efeitos” (BERTRAND, 1999, p. 156). Christofolletti (2003) amplia o conceito de Bertrand, afirmando que esses monitores só fazem sentido se forem conhecidos e usados pelo público para uma orientação a respeito da qualidade da informação apresentada pelos meios de comunicação social, servindo ainda de canal de participação na escolha dos conteúdos midiáticos.

Na internet, são vários os exemplos de *media watchers*, como destaca Cristofolletti (2005). Ligados a instituições acadêmicas, a núcleos profissionais ou a organizações com objetivos específicos e claramente ideológicas, esses instrumentos de avaliação da mídia oferecem análises, comentários, relatórios e diagnósticos com o objetivo

de permitir maior participação do público em relação aos conteúdos informativos veiculados pelos meios de comunicação de massa. No mesmo texto, Christofolletti considera que os *media watchers* norte-americanos conseguiram mais espaço na agenda pública de discussões, devido “ a tradição republicana de alternância de poder (nunca interrompida), o sistema jurídico (que defende a liberdade de imprensa e inibe o oligopólio) e o imaginário político popular (que tem na liberdade o seu maior valor de fundo) (CHRISTOFOLETTI, 2005).

Outra diferença entre os sites de análise da mídia norte-americanos e brasileiros é a especificidade das análises destes últimos, concentrados em iniciativas isoladas em universidades, uma situação que começou a mudar em 2005, com o lançamento da Renoi, Rede Nacional de Observatórios de imprensa³.

A Renoi

Assinada por dez pesquisadores, representando universidades de sete estados e do Distrito Federal, a carta de intenções da Renoi traz como pressupostos a participação de faculdades e universidades de todo o país, que constituem núcleos de estudos de análise da mídia (nós da rede), voltados para as realidades regionais e também trabalhando integradas na sugestão de metodologias e processos que facilitem e validem as pesquisas realizadas pelos seus integrantes. Em fevereiro de 2006, a situação da rede contava com “três

³ A Renoi foi lançada oficialmente no III encontro da SBPJor, em 29 de novembro de 2005, em Florianópolis. Mesmo antes do lançamento oficial, a rede teve sua primeira mesa coordenada, no XXVIII Intercom, realizado no Rio de Janeiro, entre três e sete de setembro do mesmo ano.

observatórios formados e consolidados, três formados e em fase de consolidação e nove projetos em andamento para a criação de observatórios. No total, 15 focos de trabalho em dez estados de todas as regiões brasileiras”.

Os três núcleos já consolidados nessa época eram o Monitor de Mídia, da Univali, em Itajaí (SC), implantado em agosto de 2001, que “acompanha os três maiores jornais diários de Santa Catarina, observando sistematicamente a qualidade de seu noticiário”⁴; o Canal da Imprensa, da Unasp, em Engenheiro Coelho, publicado na internet a partir de agosto de 2002 e que “assume o compromisso de lutar pelos direitos de expressão e consciência, assegurados pela Constituição Brasileira de 1988, sem esquecer-se, contudo, da responsabilidade social e ética que deve reger a produção jornalística e editorial dos meios de comunicação”⁵; e o SOS Imprensa, da Universidade de Brasília, “... um Projeto de Assessoramento Público, que tem como principal objetivo orientar gratuitamente o cidadão comum em casos de erros e abusos da mídia, sobretudo, quando caracterizem situações de calúnia, injúria e difamação, e que mereçam alguma forma de reparação”⁶

Os grupos já implantados e consolidados tratam de aperfeiçoar suas metodologias e ampliar suas linhas de atuação. A partir de julho de 2005, o Monitor de Mídia passou a desenvolver um projeto de acompanhamento de telejornais regionais, definindo três programas para análise e diagnósticos. Com isso, o grupo passou a incorporar também a televisão como fonte de pesquisa e crítica.

⁴ Disponível em:

<http://www.univali.br/asp/system/empty.asp?P=1831&VID=default&SID=666401605553910&S=1&A=closeall&C=32095>

⁵ Disponível em: <http://www.canaldaimprensa.com.br/somos.htm>.

⁶ Disponível em: <http://www.unb.br/fac/sos/site/oquee.php>

Monitoramento de telejornais: primeiros passos

Os três telejornais selecionados para monitoramento foram o *Jornal do Almoço*, da RBS TV, retransmissora da Rede Globo de Televisão, em seus blocos regionais (produzidos pela RBS TV Blumenau), o *Record em Notícias*, da Rede Record, em Itajaí, e o *SBT Meio-Dia*, produzido pelo SBT de Blumenau. Os três telejornais são veiculados de segunda a sexta-feira (com exceção do *Jornal do Almoço*, que tem edições aos sábados), a partir do meio-dia.

Na primeira análise, procurou-se obter um perfil editorial dos programas, investigando seus segmentos em relação aos formatos mais utilizados e aos temas mais tratados. Com isso, pretendeu-se obter um primeiro marco para posteriores comparações e acompanhamento desses perfis. Esse acompanhamento se faz necessário devido à conjuntura mutante que influencia a pauta dos telejornais, determinando que um ou outro tema seja destaque numa semana, perdendo importância para outros em semanas subsequentes. A proximidade de eventos previsíveis, como eleições ou festas de outubro (no caso de Santa Catarina) determina boa parte da temática dos programas informativos em um determinado período do ano, alterando parte da linha editorial, o que também pode ocorrer com a eclosão de fatos muito abrangentes e importantes, ainda que inesperados.

Nesta primeira etapa dos trabalhos de análise, foram analisadas cinco edições do *Jornal do Almoço*, veiculadas entre os dias 12 e 16 de setembro de 2005; quatro do *SBT*

Meio-Dia, veiculadas entre os dias 12 e 15 (a gravação da edição do dia 16 foi interrompida no segundo bloco por problemas técnicos); e quatro edições do *Record em Notícias*, veiculadas nos dias 05, 07 e 31 de outubro e 1º de novembro de 2005.

A análise foi feita a partir da reconstrução dos espelhos das edições dos telejornais, dos quais constaram a ordem de apresentação das informações, os formatos usados para sua veiculação, os tempos de cada informação, a estrutura das reportagens, a autoria e os assuntos tratados. Com isso, foi possível detectar quais os formatos mais usados em cada programa, os critérios de edição, os temas mais tratados e quanto tempo foi dedicado a cada assunto. Para uma avaliação mais geral, foram consideradas todas as edições (gravadas e analisadas) de cada programa. Com isso e mais informações obtidas junto aos editores-chefes dos informativos, chegou-se a um diagnóstico do perfil geral dos programas.

Primeiros resultados

A primeira etapa do trabalho de monitoramento resultou num perfil inicial dos programas analisados. A partir dele, foi possível detectar algumas características particulares dos programas e traços comuns ao conjunto dos telejornais regionais.

Jornal do Almoço: perfil geral

O Jornal do Almoço é um programa informativo com aproximadamente 30 minutos de produção, divididos em blocos com informações regionais (RBS TV Blumenau) e estaduais (RBS TV Florianópolis e emissoras do interior – Blumenau, Chapecó, Joinville e Criciúma, com sucursais). É apresentado de segunda a sábado, ao meio-dia, desde 1979, quando a RBS foi implantada em Santa Catarina. Trabalham para a realização do telejornal, em Blumenau, um editor-chefe, dois repórteres/editores, dois repórteres e quatro cinegrafistas. Na sucursal da emissora, em Itajaí, um repórter e um cinegrafista. A região de cobertura atinge 62 municípios.

O programa tem quatro blocos locais e três blocos com notícias do estado. “Tem perfil de revista, com destaque para esporte, economia, serviço e outras notícias do cotidiano” (DOUGLAS, 2006)⁷.

A divisão se dá da seguinte forma. As manchetes são divididas em estaduais e regionais no mesmo bloco, com uma duração que variou de 46s a 1m02s.

O primeiro bloco do jornal é regional, com uma duração média de 5m20s nas cinco edições analisadas. Neste bloco, são veiculadas as notícias da área de cultura e “variedades”. Nas cinco edições analisadas, foram apresentadas neste bloco seis notas peladas, duas notas cobertas e cinco reportagens. Uma dessas reportagens (sobre o morango na culinária) foi enviada de Florianópolis, descaracterizando a regionalização do bloco.

⁷ Declarações do editor-chefe da RBS TV Blumenau, Jefferson Douglas, enviadas por e-mail por solicitação dos pesquisadores, em fevereiro de 2006.

Também houve espaço para o comentário de variedades e agenda do colunista Pedro Bell, na edição de sexta-feira.

O segundo bloco é estadual e dedicado ao comentário do colunista Cacau Menezes, com uma duração média de cinco minutos de notas, comentários e trechos de entrevistas.

A seguir, é a vez do esporte regional, com uma duração média de 4m30s⁸. A RBS TV Blumenau apresentou oito notas peladas, sete notas cobertas, sete reportagens, uma entrevista e um boletim nos cinco programas analisados. em relação à emissora regional, este é o espaço com maior número de reportagens e de notas cobertas de toda a produção da RBS TV Blumenau.

Os três próximos blocos do programa são do JA Notícias, um regional, com duração média de quatro minutos, e dois estaduais, com duração média de 9m30s minutos de produção. No bloco regional, há a predominância de notas peladas (foram 11 nas cinco edições analisadas). Também foram veiculadas neste espaço cinco notas cobertas e cinco reportagens. Em comparação com os blocos estaduais, o material é relativamente pobre em termos de imagens. Naqueles foram apresentadas apenas duas notas peladas, oito notas cobertas, duas entradas ao vivo e 16 reportagens. Dessas atrações, apenas três se referiram à região de abrangência da RBS TV Blumenau: duas integrando notas cobertas estaduais

⁸ O esporte estadual é apresentado depois do Jornal do Almoço, no programa Globo Esporte, cujo primeiro bloco é dedicado às notícias das afiliadas da Rede Globo de Televisão.

junto com outras cidades (aumento de combustíveis e estragos das chuvas) e uma reportagem sobre agressão policial em Itapema.

O último bloco do programa é regional. A RBS TV Blumenau apresentou quatro reportagens e uma entrevista nas cinco edições analisadas. Chama a atenção que, das reportagens, três foram enviadas de outras emissoras, descaracterizando mais uma vez a regionalização do segmento.

Perfil das reportagens do Jornal do Almoço

As características do programa Jornal do Almoço e os objetivos desta pesquisa exigem uma abordagem individualizada dos blocos, já que cada um mantém critérios editoriais definidos e se refere a assuntos regionais ou estaduais. Interessa-nos aqui a produção regional, mas também levaremos em conta a produção do JA Notícias estadual que é um noticiário de geral que comporta um bloco regional e dois estaduais.

No primeiro bloco regional, a RBS TV Blumenau apresentou uma reportagem por edição, com a duração média de 3m27s. A maior reportagem chegou a 4m17s e tratou dos preparativos das “soberanas” (rainha e princesas) para a Oktoberfest.

No esporte, está concentrado o maior número de reportagens, muitas delas feitas pelo próprio editor, Cláudio Holzer. O formato é característico dos noticiários em geral,

sem a “pirotecnia” típica das edições de matérias esportivas em programas específico de redes nacionais. O tempo médio de duração das reportagens foi de 1m27s.

No bloco regional do JA Notícias, a média é de um vt por edição. A duração média é de 2m01s, maior do que a média de tempo das reportagens dos blocos estado, que foi de 1m50s⁹.

No último bloco se encontram as reportagens maiores, com duração média de 2m17s minutos.

Record em Notícias: perfil geral

De acordo com a Coordenadora de Jornalismo do programa, Flávia Jordão, “o programa Record em Notícias completou dez anos no ar no mês de março [de 2006]” (JORDÃO, 2006). Sempre foi ancorado por Graciliano Rodrigues. Em 2006, além de Graciliano Rodrigues, a jornalista Flávia Jordão passou a participar da apresentação.

O programa vai ao ar de segunda a sexta-feira ao vivo, do meio dia a uma da tarde. A edição das matérias é feita durante a manhã com a editora de imagens e a coordenadora de jornalismo, que realiza a edição de texto. Por dia vão ao ar cerca de onze matérias, entre cultura, ocorrências policiais,

⁹ É preciso destacar aqui a matéria investigativa sobre fraude nos lacres de placas de automóveis em Florianópolis, que teve o tempo de 4m34s.

política, economia e lazer.¹⁰ A estrutura do programa conta com quatro repórteres, seis cinegrafistas, um diretor de imagens, dois operadores de máster, um operador de áudio, um coordenador de operações, uma auxiliar de produção e uma estagiária, além da coordenadora de jornalismo. A área de cobertura abrange 72 municípios.

Programa informativo de duração aproximada de 40 minutos de produção, diário, veiculado a partir do meio-dia. O apresentador é Graciliano Rodrigues, que ancora as reportagens, comenta algumas delas e sustenta também as peças publicitárias do programa.

O telejornal é dividido em seis blocos. No primeiro são dadas as manchetes, sem um tempo preciso (houve variação de 1m07s a 1m55s nas edições analisadas). O segundo bloco é dedicado às notícias mais leves; o terceiro apresenta as ocorrências policiais mais graves; no quarto bloco, ênfase para os esportes; no último, as notícias mais gerais. Mas estes critérios de edição aparecem mais como tendências do que explicitamente nas edições observadas (com exceção do esporte sempre no quarto bloco).

As informações são repassadas nos formatos tradicionais dos telejornais. Em média foram cinco notas peladas, cinco notas cobertas, sete reportagens, cinco comentários do apresentador e sete informes publicitários (que variam de boletins do próprio apresentador a narrações do estúdio cobertas por imagens). Nas quatro edições analisadas, houve uma entrada ao vivo de repórter e uma entrevista feita por telefone.

¹⁰ Declarações enviadas por e-mail por solicitação dos pesquisadores, em fevereiro de 2006

Perfil das reportagens do Record em Notícias

As reportagens são muitas vezes anunciadas pelo apresentador com a autoria das mesmas, como se fossem especiais, mas contêm formatos tradicionais, com offs, sonoras, passagem e eventuais enquetes e sobre sons (imagens e trilha sonora). A duração média das reportagens é variável: a maior das edições analisadas teve 4m 25s (sobre as condições da rodovia BR-470) e a menor 1m10s (sobre a prisão de duas pessoas com cocaína em Itajaí). A média das reportagens variou de 1m38s a 2m22s nas edições analisadas.

Houve uma matéria com produção mais demorada, sobre as condições da Br-470, com 4m25s (mais 1m34s de comentário do apresentador). O gancho da matéria foi um acidente que matou seis pessoas próximo a Rodeio, SC, no dia anterior.

Publicidade no espaço editorial

O programa Record em Notícias apresenta peças publicitárias dentro do espaço editorial. São, em média, sete anúncios feitos pelo próprio apresentador, que narra o texto do estúdio enquanto são exibidas imagens dos produtos ou aparece em boletins nos próprios estabelecimentos comerciais divulgando-os (em uma das edições analisadas os telespectadores puderam participar do sorteio de um arranjo floral de um anunciante do programa). Os anúncios são divididos em três ou em quatro dos cinco blocos do programa e têm uma duração média de 1m10s. A publicidade explícita variou entre um mínimo de

4m29s de um total de 36m32s de uma das edições (12%) e 9m47s de um total 32m16s de outra (30%).

SBT Meio-Dia: perfil geral

De acordo com o Editor-Chefe do programa, o SBT Meio Dia começou a ser exibido no dia 13 de dezembro de 2004, “dentro de uma proposta da emissora de abrir espaço local. A área de abrangência compreende 55 municípios”. A estrutura de produção disponível conta com 22 pessoas: um Editor Chefe e coordenador, cinco apresentadores (somam-se aí os comentaristas), quatro Repórteres (uma em Itajaí), uma editora, uma produtora, quatro câmeras - três em Blumenau e um em Itajaí - e uma estagiária. Além disto, há dois editores de imagens, um diretor de corte, um operador de áudio e de gerador de caracteres”¹¹.

Programa informativo com duração aproximada de 50 minutos de produção, diário, apresentado a partir do meio-dia. Os apresentadores são Alexandre Gonçalves e Viviane Wagenecht (notícias de geral), Emerson Luís e Peninha (no esporte) e Alexandre José (comunidade). Em todos os blocos, o editor-chefe, Alexandre Gonçalves, eventualmente Viviane, coordena as atrações.

O telejornal é dividido em cinco blocos: o primeiro apresenta as manchetes, o segundo e o terceiro são dedicados às notícias em geral; o quarto bloco é dos esportes; o quinto, do Comunidade. Neste último bloco, ainda há a participação dos humoristas Rudi e

¹¹ Declarações enviadas por e-mail por solicitação dos pesquisadores, em fevereiro de 2006.

Willy e a chama para as atrações do programa Vitrine – também produção do SBT local. O primeiro bloco das notícias em geral é mais leve, com temas que tratam de cultura, lazer e saúde. No segundo bloco, são apresentadas as notícias mais pesadas, de política, economia e geral.

O esporte é apresentado com comentários sobre vários dos assuntos tratados, geralmente de forma descontraída e bem-humorada. No quadro Comunidade, o estilo é o de denúncia e cobrança de soluções dos problemas apresentados do poder público. O tempo de cada bloco é variável, como constatado nas edições analisadas. Os dois blocos de notícias em geral apresentaram tempo variável de 13 a 20 minutos; o esporte apresentou blocos que variaram de 10 a 17 minutos; o Comunidade apresentou uma variação de 11 a 15 minutos.

As informações são repassadas nos formatos tradicionais dos telejornais, pelo menos nos blocos de notícias gerais. Nesta editoria, a média foi de três notas peladas, uma nota coberta e cinco vts por programa. Como atrações eventuais apareceram uma entrevista em estúdio e uma entrevista gravada.

No bloco de esporte, a média foi de cinco notas peladas, uma nota coberta, dois vts e três comentários¹² por programa. No bloco de comunidade aparecem boletins de repórteres para mostrar os fatos, seguidos de comentários do apresentador. As reportagens são formadas por estes boletins e sonoras de pessoas da comunidade envolvida ou representantes do poder público. Em duas edições, houve entrevistas por telefone. Em média, foram dois vts / boletins e quatro comentários por edição.

¹² O comentarista esteve ausente da edição do dia 14 de setembro por problemas de saúde.

Perfil das reportagens do SBT Meio Dia

As reportagens seguem o padrão comum aos demais telejornais, com offs, sonoras e passagem, principalmente nos blocos de notícias em geral. No bloco de Comunidade, as reportagens são mais simples, com boletins e sonoras em boa parte dos casos. O tempo médio das matérias dos blocos de notícias em geral é de dois minutos. Nas edições analisadas, houve apenas uma reportagem mais aprofundada, com duração de 3m26s, que abordou a questão da conservação das barragens do Alto Vale do Itajaí, num mês de muita chuva na região.

Conteúdos das informações

Jornal do Almoço

Para esta análise, consideraremos em separado o primeiro bloco (variedades), o bloco regional do JA Notícias (em comparação com os estaduais para reconhecimento), o de Esportes (apenas tempo) e o último bloco.

No bloco de variedades regional, o lazer (festival de demolição em Gaspar, encontro de comunidades alemãs, rainhas Oktoberfest e o comentário de Pedro Bell) foi destaque nas edições analisadas, com aproximadamente 10m18s de informações. Com

poucas reportagens, a temática do segmento pode ser definida com apenas uma matéria mais longa, como no caso da culinária, que aparece em segundo lugar entre os temas mais tratados (3m38s) graças a uma reportagem sobre morangos. As artes (animação, teatro e salão Elke Hering) ficaram com 3m23s de informações e uma única feira (Casa e Cia.) apareceu em 2m53s de informação.

Os esportes tiveram um tempo total de 22m49s.

O JA Notícias (regional) tratou principalmente das notícias em geral (auditoria URB - Companhia Urbanizadora de Blumenau -, nível do rio, desmoronamento, obras), com 6m32s de informações nas cinco edições analisadas. Quase o mesmo tempo (5m52s) foi dedicado às ocorrências policiais. A seguir, apareceram a saúde (obesidade) e informações institucionais (prêmio recebido pela RBS) que, com apenas uma reportagem de cada, somaram 2m10s e 2m08s respectivamente.

Já os blocos do JA Notícias estadual tiveram uma concentração maior de temas, restringindo-se principalmente às notícias de geral (chuva, tempo, alimentos orgânicos, Sapiens Park, riscos serra do Rio do Rastro, fortalezas nas ilhas), com 19 minutos, e às ocorrências policiais (acidentes, lacres, agressão, prostituição, clonagem carro), com aproximadamente 17m35s de informação nas edições analisadas. Somente a economia apareceu como tema alternativo aos majoritários, com 1m36s de informações.

O último bloco regional apresentou grande variedade e equilíbrio de temas, o que se deu porque a reportagem apresentada aqui é que define o tempo dedicado a determinado

assunto. Assim, os destaques foram para a televisão (documentário produzido pela RBS TV), com 2m57s, a cultura (projeto de centro cultural para Pomerode), com 2m52s, geral (pais grávidos), com 2m52s, economia (combustíveis), com 2m42s, e Turismo, com 2m33s. A variedade de temas deste bloco, no entanto, mostra uma indefinição em relação ao seu conteúdo editorial.

Record em Notícias

A temática predominante varia de acordo com a edição¹³, o que se dá pelos fatos principais que se deslocam de editorias. Na soma das edições analisadas, no entanto, notou-se a predominância da publicidade como tema principal (1704 segundos, ou 28m25s nas quatro edições), o que se deu pela constância das peças publicitárias em todas as edições do programa. a seguir se destacam os assuntos de geral (pedágio BRs, manutenção veículos, interdição presídio e previsão do tempo), com 1569 segundos ou 26 minutos de informações sobre esses temas.

Bem próximas aparecem informações sobre esportes, ocorrências policiais e informações sobre o conteúdo do telejornal (manchetes, destaques e a seguir), todos temas constantes nas edições analisadas. Note-se que as próprias notícias de geral se referem a ocorrências policiais em vários casos, o que revela também a linha editorial do programa.

¹³ A edição do dia 05 de outubro deu prioridade para as notícias de geral e para os informes publicitários; a do dia 07, para os informes publicitários e o lazer; a do dia 31, para as ocorrências policiais e os esportes; e a do dia 1º de novembro, para os temas de geral e de economia.

SBT Meio Dia

Nos blocos de notícias em geral prevalecem aquelas da editoria de geral, as de política e as de economia, que se revezam entre os três principais assuntos das edições individuais. Avaliando-se as quatro edições completas, o resultado da temática foi o seguinte: 66m28s de notícias em geral, 53m53s de esportes e 57m 03s de informações sobre a comunidade.

As notícias em geral trataram principalmente de notícias gerais (aproximadamente 19m45s) e de política (18m35s). A seguir apareceram as informações do próprio telejornal, de saúde e de economia (aproximadamente oito minutos, 7m15s e 6m37s respectivamente).

Considerações finais

O resultado do primeiro diagnóstico revela os principais programas informativos disponíveis para os telespectadores da região, no horário do almoço. Pode parecer pouco diante de trabalhos bem mais completos, que analisaram muito mais edições de programas do que as analisadas aqui. Mas menos importante do que a quantidade de material analisado e da conseqüente maior qualidade das conclusões que isso permite é o fato deste artigo representar apenas o primeiro passo de um processo que deve ser longo no tempo e, portanto, crescente na quantidade e na qualidade das análises do material.

Neste primeiro momento, obtivemos indicações sobre os programas que continuarão sendo monitorados. Conservadores em relação à apresentação (ternos para homens e roupas sóbrias para as mulheres), no uso de formatos tradicionais nas reportagens e na pouca emissão de opinião nas informações gerais, os telejornais regionais do Vale do Itajaí lembram muito os congêneres nacionais, com pouca identidade regional. Esta aparece mais centrada nos apresentadores, principalmente no do Record em Notícias (com um estilo pessoal forte atrelado à publicidade, como os animadores de programas radiofônicos), quanto nos comentaristas do SBT Meio Dia, nos segmentos de Esportes e de Comunidade.

Quanto à linha editorial, há pouca variação temática entre os três programas. As notícias de geral, os esportes e as ocorrências policiais apareceram entre os temas mais tratados em todos eles. Apenas poucos minutos separam essa temática generalizada de outra que poderia ser característica de cada programa pelo tempo dedicado a ela. É o caso do lazer no Jornal do Almoço, da publicidade no Record em Notícias e da política no SBT Meio Dia. Ainda que a editoria de geral seja muito abrangente, os programas apresentam uma certa uniformidade de conteúdo, o que também se verifica nos telejornais nacionais.

Nota-se ainda uma certa disparidade de estilos e de produção entre os telejornais. O SBT Meio Dia está a meio caminho entre um telejornal formal (blocos de notícias em geral) e um programa informativo opinativo e mais descontraído (segmentos de Esporte e Comunidade). A publicidade radiofônica no telejornal da Rede Record salta aos olhos e ouvidos, contrariando uma tendência de separação entre a parte editorial e o departamento comercial vigente há mais de 30 anos no Brasil – desde que os telejornais pararam de usar os nomes dos patrocinadores, como o Repórter Esso. Já o Jornal do Almoço apresentou

falhas na produção, com o menor número de informações com imagens entre todos, apesar da maior tradição e poder econômico do grupo RBS.

É a partir dessas constatações básicas que se darão os próximos diagnósticos dos programas. Esta é a base para a análise de observações mais direcionadas, como por exemplo, a qualidade das informações prestadas, a relevância das notícias veiculadas ou as formas como as comunidades são representadas nos noticiários da região. Ou para observações futuras baseadas sempre nos mesmos critérios, o que vai permitir parâmetros de medida de tempos em tempos. Também é a partir dessas observações iniciais que será possível perceber mudanças (positivas ou negativas) nos programas.

O monitoramento é contínuo e os dados devem ser analisados em conjunto. Não se chega a um perfil de telejornal em apenas uma semana. Isso se dá pela conjuntura mutante que determina assuntos que viram pauta por um período de tempo até serem superados por outros, pela expectativa dos públicos e pela qualificação dos profissionais da área, bem como das condições de trabalho dos mesmos. Por isso, é necessário acumular dados sobre um telejornal, com a análise de várias edições, em épocas diferentes do ano. Mas nada disso será consistente sem que os relatórios resultantes do monitoramento se tornem conhecidos de editores e, principalmente, de telespectadores, como uma forma de participação de usuários e profissionais na melhoria da qualidade da informação prestada à sociedade pelos meios de comunicação social.

Referências bibliográficas

BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Bauru: Edusc, 1999.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Nos intestinos da mídia: a prática dos observadores na internet**. São Paulo: USP, 2005. Disponível em <<http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/GT8%20-%20005.pdf>>. Acessado em <19 de junho de 2006>.

_____. **Monitores de mídia**; como o jornalismo catarinense percebe seus deslizes éticos. Itajaí: Univali; Florianópolis: EdUFSC, 2003.

DOUGLAS, Jefferson. **Estrutura do Jornal do Almoço em Blumenau**. Depoimento [fevereiro de 2006]. Entrevistadores: Francine Gemoski e Fernando Arteche. Blumenau: RBS TV, 2006. e-mail.

GONÇALVES, Alexandre. **Estrutura de produção do SBT Meio Dia**. Depoimento [fevereiro de 2006]. Entrevistadores: Francine Gemoski e Fernando Arteche. Blumenau: Rede SC / SBT, 2006. e-mail.

JORDÃO, Flávia. **Estrutura de produção do Record em Notícias**. Depoimento [fevereiro de 2006]. Entrevistadores: Francine Gemoski e Fernando Arteche. Itajaí: TV Record, 2006. e-mail

Convergência de Mídias: o papel da tv comunitária na sociedade da informação

Francisco Antonio Pereira Fialho ¹ e Anelise Rotta de Oliveira ²

Resumo: O artigo a seguir pretende apresentar uma alternativa de inclusão social na construção da sociedade do conhecimento através das Tvs Comunitárias. Abordaremos os avanços tecnológicos e algumas teorias de comunicação que julgamos importantes na compreensão da organização da sociedade atual. Indicaremos a aliança das telecomunicações com a informática, enquanto elementos mediadores na abertura dos caminhos para o surgimento da Sociedade da Informação que neste cenário privilegia os que tem acesso à informação e ao conhecimento.

Palavras-chave: sociedade da informação, conhecimento, comunicação, inclusão social, tv comunitária.

“O conhecimento do mundo como mundo é necessidade ao mesmo tempo intelectual e vital. É o problema universal do cidadão do novo milênio: como ter acesso às informações sobre o mundo e como ter a possibilidade de articulá-las e organizá-las?” Morin (2000)

Introdução

A organização da sociedade já foi baseada na mão-de-obra e no capital, atualmente temos o predomínio na informação e no conhecimento. A revolução informacional, ou terceira revolução tecnológica, citada por Montez e Becker (2005) criou uma nova relação capitalista: a informação se tornou mais importante do que o capital e vivemos hoje na chamada “Era do Conhecimento”, na qual o mundo se organiza em torno da informação.

¹ Doutor, professor do Programa de Pós Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Florianópolis, UFSC- SC.

² Aluna especial do Programa de Pós Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Florianópolis, UFSC- SC.

Para Siegfried (2000), em cada época há, metaforicamente, uma “máquina” que de certa forma captura e reflete a imaginação de toda uma cultura, e a ciência não se isenta desta influência cultural na forma como tenta explicar o mundo em que vivemos. A cada progresso na criação e aperfeiçoamento de tecnologias intelectuais, em diferentes momentos históricos, formas distintas de perceber e de se expressar passam a predominar, sem que, no entanto, as formas anteriores de percepção e expressão deixem de existir. Esta dinâmica é explicada por Siegfried, considerando as descobertas no campo científico e tecnológico ao longo dos séculos que acabam por engendrar modelos explicativos em forma de “energia”.

No século XVIII, todos os paradigmas da ciência se basearam no fundamento newtoniano, no qual o universo, em termos de movimento governado por forças, é entendido pela mesma lógica do funcionamento do relógio mecânico.

No século XIX, surge outro paradigma, agora com base no motor a vapor, superando a idéia de força de Newton. A tecnologia descoberta por James Watt, se tornou a principal fonte de energia industrial não apenas no uso da indústria de produtos de consumo como nos meios de transportes: a máquina a vapor. Esta mesma idéia inspirou a nova ciência da termodinâmica, produzindo neste processo uma nova metáfora: o universo como uma máquina térmica, entendendo-o como uma grande máquina a vapor, cujo combustível um dia vai acabar. A termodinâmica, ou seja, o estudo da energia e suas transformações começam a ser aplicadas a tudo.

No final do século XX, essa visão da natureza começou a mudar, as metáforas começam a basear-se em um novo invento, o computador. Embora, Turing³ não tenha inventado o computador, formulou os princípios básicos que governam o funcionamento de qualquer computador. O universo começou a ser encarado em termos de uma nova forma de “energia”.

A linguagem da energia ainda é usada para explicar o que acontece quando as coisas mudam, só que hoje de uma outra forma, a informação é a linguagem universal do mundo da ciência. O computador é a máquina dominante da sociedade.

As telecomunicações desempenham um papel fundamental nesse processo de organização da sociedade. Graças aos avanços tecnológicos dessa área, foi possível conectar o mundo numa grande rede e disponibilizar toda a informação imaginável para quem tem acesso e deseja acessá-la. O rádio e a Tv, muito antes do advento da internet iniciaram o processo de aproximar as pessoas, tornaram possível a geração de uma identidade nacional entre outras transformações sócio-culturais.

Buscando legitimidade científica ao longo de sua construção, as ciências da comunicação e suas teorias constituem um cenário de diversas dicotomias e oposições sobre a dispersão do observador desse campo de investigação. Desta forma sem insistir na circularidade das problemáticas de pesquisa nas mais diversas escolas que investigam a comunicação, destacamos a seguir algumas das teorias da informação que na perspectiva proposta deste

³ Uma máquina de Turing computa uma certa função computável que corresponde exatamente à classe de funções que podem ser computadas através de algoritmo ou procedimento. A máquina de Turing, se tornou uma expressão generalizada, refere-se ao que é capaz de calcular qualquer coisa que possa ser calculada.

artigo contribui para a construção dos saberes deste amplo espectro das ciências sociais, a comunicação.

Sociedade da Informação

Os computadores deram origem a um novo campo de estudos, conhecido como ciência da complexidade. O que define a computação é o processamento da informação e nos mais diversos campos de pesquisa, é usada a metáfora do processamento da informação para compreender como o mundo funciona. De acordo com Siegfried (2002) nas palavras de Wheeler, O It vem do Bit. “Tudo é informação”.

A física elementar dos computadores não pode ser compreendida sem o reconhecimento de que a informação tem existência real, entretanto, não apenas isso, ela está em toda parte. Ou seja, encontramos na ciência das ligações telefônicas interurbanas, *das transmissões de Tv*, dos sinais das sondas espaciais das comunicações em códigos, das gravações em Dvds e nos efeitos especiais nos filmes. Leclerc (2002), considera informação todo enunciado que se refere a qualquer estado da realidade “quer esse estado seja estável, duradouro, ou pelo contrário, transitório e passageiro.” A informação é física.

Seguindo a abordagem da informação como matéria física, os estudos de Shannon em 1948 trouxeram contribuições fundamentais para o campo comunicação. Matemático e engenheiro elétrico, ele publica sua pesquisa conhecida como a teoria da informação⁴.

⁴ O objetivo de Shannon é delinear o quadro matemático no interior do qual é possível quantificar o custo de uma mensagem, de uma comunicação entre os dois pólos desse sistema em presença de perturbações

Trabalhou sobre criptografia, códigos secretos onde formula hipóteses encontradas em sua teoria matemática da comunicação. Na qual definia que a matemática podia ser usada para medir a quantidade de informação, analisar a velocidade máxima com a qual ela poderia ser transmitida de forma a reduzir ou eliminar os erros de transmissão. Este modelo finalizado de Shannon induziu a uma abordagem da técnica que a reduz a um instrumento excluindo assim, toda a problematização que definira a técnica em outros termos que não os de cálculo, planejamento e predição.

Ainda no campo de investigação da informação pelo prisma da informática Crutchfield (apud Sigfried 2002,p168), desenvolve a idéia de complexidade estrutural em uma grandeza matemática que chama de complexidade estatística. Uma medida da quantidade de memória necessária para registrar informações suficientes para prever o que um sistema fará futuramente. Ele inicia o processo de descrever não apenas a quantidade de informação, mas também o seu conteúdo.

Os estudos sobre informação começam a considerar cada vez mais o significado. Herbert Blumer, citado por (Mattelart, 1999,p136) inaugura o interacionismo simbólico. Esse método de pesquisa, parte da premissa que os seres humanos agem em relação às coisas com base nas significações dessas coisas e que isso deriva ou surge da interação social de um indivíduo em relação às coisas que encontra. Adota ainda como premissa, o estudo da interpretação por parte dos atores, dos símbolos nascidos de suas atividades interativas.

aleatórias denominadas ruídos, indesejáveis porque impedem o isomorfismo, a plena correspondência entre os dois pólos. Se procurarmos reduzir ao mínimo possível o dispêndio total, poderemos transmitir por meio de sinais convencionados os mais econômicos. Mattelard (1999) p58/59

As investigações na área da biologia ampliam as descobertas para compreensão das ciências cognitivas. Dentro da concepção defendida pelos biólogos chilenos Maturano e Varela, para que o ser humano se veja como parte do mundo natural é preciso que ele observe a si mesmo, enquanto observa o mundo, sem hierarquia e separação entre observador e observado. Para eles um sistema autopoietico organiza-se como uma rede de processos de produção cujos “componentes regeneram continuamente por suas transformações a rede que os produziu e constituem o sistema como unidade concreta no espaço em que ele existe, especificando o domínio topológico no qual se realiza como rede”. (Varela apud Mattelart, 1999, p 136)

Metaforicamente, assim como no processo cognitivo abordado pela biologia, a sociedade da informação só pode existir sob a condição de troca sem barreiras. Para Wiener, citado por Mattelard, (1999) a informação deve poder circular. Ela é por definição incompatível com o embargo ou com a prática do segredo, com as desigualdades de acesso à informação e sua transformação em mercadoria. As possíveis leituras de mundo serão permitidas através da nossa atividade cognitiva dentro desta sociedade, das nossas significações dentro dela.

O significado dependerá do observador e do observado, no contexto que estão inseridos. Sendo assim e seguindo o fluxo das teorias até aqui descritas, a teoria de Gramsci, delinea precocemente a questão da sociedade civil distinta do Estado, baseando sobretudo em sua concepção de hegemonia que nos possibilita a percepção da relação observador-observado-significado. Segundo Mattelart (1999, p108), hegemonia é a capacidade de um grupo social

de assumir a direção intelectual e moral sobre a sociedade, sua capacidade de construir em torno de seu projeto um novo sistema de alianças sociais, um novo “bloco histórico”.

A noção de hegemonia desloca a classe dominante, cujo poder rediria inteiramente em sua capacidade de controlar as fontes do poder econômico. Em sua análise do poder, introduz a necessidade de considerar negociações, compromissos e mediações. Também o trabalho de Stuart Hall, sobre o papel ideológico da mídia e a natureza da ideologia é fundamental na constituição de uma teoria capaz de refutar os postulados da análise funcionalista e de fundar uma forma diferente de pesquisa crítica sobre os meios de comunicação de massa. A América Latina irá desenvolver a teoria da dependência. A ruptura com a sociologia funcionalista dos Estados Unidos, iniciada no começo da década de 60.

Tais pesquisas macro-políticas ou micro-ideológicas representam a tendência hegemônica nos projetos subsidiados pelos fundos internacionais e que atuam durante os anos 70 e 80 na América Latina. Nesta direção, o instituto pioneiro é o CEREN - Centro de Estudos da Realidade Nacional, no Chile de Allende, onde passam a atuar lideranças do porte de Armand Mattelart e Paulo Freire. Além deste centro, se destaca o ILET - Instituto Latinoamericano de Estudos Transnacionais - no México, que se constituiu num núcleo extremamente ativo de exilados das ditaduras latinoamericanas, como os chilenos Juan Somavia e Fernando Reyes Mata, os argentinos Hector Schmucler e Mabel Piccini, o peruano Rafael Roncagliolo. Na Venezuela, encontramos o ININCO - Instituto de Investigaciones de la Comunicación -, liderado por Antonio Pasquali, contando com a participação de Oswaldo Capriles, Eleazar Diaz Rangel, Hector Mujica.

O trabalho investigativo dos autores acima citados encontra forte ressonância em todo o continente latino-americano, num período marcado pela busca de *alternativas comunicacionais* e pela construção de políticas democráticas de gestão dos meios de comunicação em massa.

Considerando toda a trajetória das pesquisas sobre comunicação, hoje em especial no Brasil atual, é de extrema relevância a contribuição de Silveira, citado por Montez e Becker (2005), que nos alerta sobre a revolução da sociedade do conhecimento. Segundo ele, por fundar-se nas tecnologias da inteligência, a sociedade da informação amplia exponencialmente as diferenças na capacidade de tratar informações e torná-las conhecimento. Por isso não apenas pode consolidar desigualdades sociais como também elevá-las, pois aprofunda o distanciamento cognitivo entre aqueles que já convivem com ela e os que dela estão afastados.

Uma das *alternativas de inclusão na sociedade do conhecimento* defendido por Montez e Becker (2005) é o uso da TV através do sistema digital pela interatividade que este permite. Coaduna-se a esta indicativa o fato de que no Brasil a tv está presente em mais de 90% dos lares brasileiros, enquanto apenas 10% da população possuem um computador e destes, 7,5% acesso à internet.

O meio de difusão da informação, em especial a televisão, nos instiga a aprofundar a investigação, ao considerarmos um país como o nosso, onde 13,63% da população, acima dos 15 anos é analfabeta, 34,7% dos responsáveis pelas famílias não completaram sequer quatro anos de estudo e onde a taxa de analfabetismo funcional, ou seja, pessoas que foram

alfabetizadas, mas não conseguem ler um texto simples, está em torno de 30% (Censo2000/IBGE). O poder dos meios de comunicação de massa, principalmente da tv, de formar opinião pública é maior ainda, considerando que para muitos brasileiros alfabetizados, muitas vezes a TV é a única fonte de entretenimento e informação.

No Brasil, tv tem mais de 50 anos, e foi na década de 1970, que novas tecnologias tornaram possíveis a disseminação da Tv a cabo e por satélite, exigindo novas formas de regulação, pois o número de canais aumentou, e a programação passou a ser mais segmentada.

Em 1995, a Lei 8.977, conhecida como a Lei do Cabo, abriu a possibilidade de ampliar o pluralismo na televisão, permitindo que as entidades da sociedade civil sem fins lucrativos ocupem canais destinados às emissoras de acesso público, entre elas as emissoras comunitárias (que serão nosso foco a seguir). Para Matellart (1999,p170), a multiplicação das *formas de comunicação, acionadas pelas organizações não-governamentais* ou por outras associações da sociedade civil, constitui outra *realidade inédita do processo de globalização da informação*. Essas novas *redes sociais* passam a fazer parte do debate sobre a *possibilidade de um espaço público* em escala planetária.

Em nosso país, a possibilidade das organizações constituírem uma emissora comunitária – através do sinal das operadoras do cabo - consiste sim num avanço político e civil. No entanto, a prática televisiva permitida esbarra na geração de recursos financeiros a fim de suprir os custos de uma televisão. A Lei do Cabo não destina, nem regulamenta até o momento nenhuma fonte de recursos por menor que seja, para implantação ou manutenção destas emissoras de fato, comunitárias.

Mesmo diante destas dificuldades, o estado do Rio Grande do Sul foi pioneiro em colocar o canal comunitário, realizou sua primeira transmissão no dia 15 de agosto de 1996, pelo canal 14 da NET em Porto Alegre, seguido da Tv Comunitária do Rio de Janeiro em 30 de outubro do mesmo ano. Em 1997 o canal comunitário de São Paulo surge em 1.º de novembro, transmitido pelo Multicanal e pela NET, juntamente com a Tv Floripa, em 17 de dezembro pela NET da capital de Santa Catarina.

Nesses espaços de acesso televisivo conquistado pela sociedade civil organizada, *vislumbramos a possibilidade legitimada de inclusão das pessoas hoje com pouco acesso a informações na sociedade*, como é a proposta da Tv Floripa e com ela a afirmação das idéias de Mattelart (1999), Montez e Becker (2005), descritas anteriormente. Um dos pontos que nos levam a pensar nesta direção é que, os grandes complexos de comunicação são, em sua grande maioria, comprometidos com as hegemonias políticas e econômicas excludentes, e por isso, acabam muitas vezes privilegiando uma única versão dos fatos, ou apresentando-os de forma tendenciosa. Já no contexto da Tv Floripa, a sua atuação na sociedade, bem como as formas como busca captar e transmitir as informações estão associadas a princípios políticos, sociais e culturais que não se encontram hoje atrelados ao poder da classe dominante e busca apresentar as vozes de uma população excluída da “grande mídia”.

Um exemplo das formas de expressão dos veículos comunitários desvinculados da força da ditadura do capital e da garantia do acesso de parte da sociedade excluída da grande mídia

foi dado pela Tv Floripa, na cobertura dos protestos contra o aumento da tarifa de transporte em junho de 2005, na cidade de Florianópolis.

Neste referido período, a sociedade florianopolitana viveu dias de intensos conflitos urbanos motivados pelo reajuste das passagens do transporte coletivo, enquanto na exibição dos noticiários dos grandes veículos locais os fatos eram minimizados, a Tv Comunitária da cidade mostrava imagens dos confrontos violentos entre a população e polícia.

Na ocasião, o telejornalismo da Tv Floripa ainda não havia completado seis meses no ar. A equipe jornalística formada por três pessoas, contava com o transporte coletivo para poder desenvolver seu trabalho e resolveu cobrir os eventos que começavam a gerar muita violência. O cinegrafista da emissora na época filmou o momento de agressão de um policial militar contra um manifestante ajoelhado na Av. Beira-Mar Norte. A cena foi exibida na íntegra na mesma noite pela emissora, que já transmitia as manifestações, desde o início dos protestos, na mesma formatação. O motivo da opção em exibir as imagens na íntegra e que poucas pessoas sabem, foi pela emissora não dispor de recursos humanos e técnicos para editar a matéria em tempo de levá-la ao ar, deixando-a esteticamente mais adequada aos padrões televisivos. Assim, ao autorizar e transmitir tais imagens, Augusto Sisson coordenador de programação da emissora, privilegiou a relevância do conteúdo e não a forma estética de exibição. No dia seguinte, as *imagens foram solicitadas e cedidas gratuitamente a todos os outros veículos de televisão.*

O fato chamou a atenção da população e dos grandes meios de comunicação locais e em esfera nacional, para o que realmente estava acontecendo nas ruas de Florianópolis. Estes mesmos veículos de comunicação, a partir de então, começaram a divulgar diariamente os acontecimentos, buscando mostrar um pouco mais a atuação dos diferentes segmentos envolvidos no episódio até a construção do acordo entre as partes quanto ao reajuste das passagens e o cessar dos conflitos.

A imagem exibida deste conflito, foi indicada ao maior prêmio de jornalismo do Brasil. A TV Floripa neste mesmo ano, concorreu e venceu o XXVII Prêmio Jornalístico Vladimir Herzog⁵ de Anistia e Direitos Humanos, na categoria Televisão – Imagem. Este trabalho, designado Guerrilha Urbana mostra o abuso de autoridade e a truculência policial usada contra os manifestantes. A grande relevância deste prêmio para o jornalismo catarinense e brasileiro é o cumprimento do papel da TV Comunitária, que conseguiu mostrar à cidade o que estava acontecendo de fato, no momento do conflito. Além da divulgação dos trabalhos jornalísticos, a iniciativa também estimula o desenvolvimento de uma cultura de direitos humanos e reafirma a possibilidade de uma sociedade organizada de forma menos excludente, que garanta pelo artefato televisivo que toda população possa trocar informações sobre o seu cotidiano, disseminar os fatos que lhes tem significado.

Podemos afirmar que essa prática de telejornalismo foi um marco para todas as emissoras comunitárias do país, pois a Tv Floripa ainda que no cabo, conseguiu através desta ação

⁵ O jornalista Vladimir Herzog, diretor de jornalismo da TV Cultura, foi assassinado nas dependências do DOI-Codi, por agentes da ditadura militar, em 25 de outubro de 1975. O Prêmio Vladimir Herzog, criado em 1979, é promovido pelo Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo em conjunto com diversas entidades da sociedade civil e objetiva reconhecer as melhores reportagens jornalísticas em rádio, jornal, TV, fotografias, textos literários que sejam focados em direitos humanos e sociais. (www.obore.org.br)

que a população tivesse seu direito à informação garantido e simultaneamente, o veículo reforçou sua credibilidade junto à população. A emissora recebeu inúmeras manifestações de agradecimento e apoio pelo seu trabalho durante a cobertura dos conflitos, por parte da maioria da sociedade e críticas principalmente por parte das elites.

Cabe lembrar aqui, como salientamos anteriormente, durante as abordagens das teorias da informação, as críticas e divergências quanto a comunicação e veículos, persistem nas mais diversas esferas. Para Montez e Becker (2005) na esfera acadêmica, descendentes diretos das teorias da comunicação desde a escola de Frankfurt, até hoje, que não delimitaram seu objeto de estudo, acabam criticando a Tv como meio de comunicação de massa, a tecnologia é mesclada ao conteúdo transmitido, confundem meio e mensagem como se fosse uma coisa só. Muitos são os questionamentos quanto à evolução, o alcance social e a importância da televisão e sobre sua possível influência e dominação cultural.

Mas esse direito à comunicação, a essa fonte de informação, garantido pelas Tvs comunitárias encontra-se ameaçado. A emergente sociedade da informação e conhecimento traz à tona processos reais que ampliam as discussões em torno dos meios de comunicação. Seguindo a tendência mundial de sinal digital de transmissão de imagens e sobre uma nova forma de fazer televisão, está em discussão sistema brasileiro de tv digital. Neste contexto, alertamos para a necessidade da regulamentação dos meios de comunicação de massa, que até o momento não garantem a continuidade da existência dos canais de acesso público, entre eles os comunitários na migração para o espectro de transmissão em sinal aberto dentro do novo sistema digital.

A interatividade e convergência tecnológica, cria um ambiente com inúmeras condições de integração de mídia, conteúdo e conhecimento, conforme destaca Montez e Becker (2005) na publicação das pesquisas científicas em torno da Tv Digital. Novamente a história da televisão brasileira passa por uma fase de desenvolvimento tecnológico. Urge, então, avançar nas discussões sobre a constituição de um sistema público de comunicação, seja em padrão digital ou não, mas público em três sentidos correlacionados: de ser voltado para o bem público, controlado pelo público e facultado ao público.

Considerações Finais

Retomamos neste momento, o paradigma da leitura de mundo, que nos acompanha em cada época com sua especificidade, porém cada vez mais complexa. “Na era das telecomunicações, da informação, da Internet, estamos submersos na complexidade do mundo, as incontáveis informações sobre o mundo sufocam nossas possibilidades de inteligibilidade.” Morin (2000, p64) Entretanto, paradoxalmente a riqueza da humanidade, está na diversidade criadora, nas fontes de inovação, na integração de saberes, técnicas, costumes, na preservação de memórias. Está em nós a capacidade da salvaguarda da identidade singular, sem esquecer as partes do todo e o todo das partes.

Mais do que o avanço tecnológico que permite a convergência de mídias e a disseminação da informação, ainda nos falta conseguir praticar a essência da proposta de comunicação como convergência de Rogers e Kinbcaid, (apud Matellart 1999, p158). Processo no qual os participantes criam e partilham a informação para alcançar uma compreensão mútua. Talvez essa convergência seja possível por meio das tevês comunitárias.

A convergência tecnológica entre telecomunicações, comunicação de massa e internet também fornece as bases históricas para a convergência dos movimentos democráticos por uma outra comunicação, numa estrutura organizativa que vá se unificando e se fortalecendo em torno de uma sociedade menos excludente.

É crescente o movimento da sociedade civil organizada pela democratização das comunicações, por uma mídia voltada para o bem comum, por uma outra regulamentação dos meios de comunicação de massa, rádios e televisões comunitárias, por uma mídia de qualidade para todos os públicos (crianças, adolescentes e adultos), por ética na televisão, pelo fortalecimento da produção audiovisual, por políticas públicas que universalizem o acesso às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) para que elas promovam a inclusão social e reduzam as desigualdades, por uma outra governança na rede mundial de computadores.

Desta forma, não estamos propondo aqui uma reestruturação utópica da sociedade da informação e do conhecimento, ilustramos com a possibilidade de vigiar continuamente o indivíduo e assegurar a produção positiva de comportamentos por meio da comunicação inclusiva. Exercitamos a proposta de Morin (2000), onde não nos devemos esquecer jamais de manter nossas idéias em seu papel mediador e impedir que se identifiquem com o real. Devemos reconhecer como dignas de fé apenas as idéias que comportem a idéia de que o real resiste à idéia. Afinal, o homem da racionalidade é também o da afetividade, o homem empírico é também o homem imaginário.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.- **Industria cultural e sociedade**, São Paulo, Paz e Terra,2002.

CALDEIRA, Amir. O . **Informação Quântica**, disponível em:

<http://www.cea.inepe.br/webdas/amf/repositorio/info-quant-up.pdf>

CARMONA, Beth e outros. **Rádio e Tv como instrumento de cidadania**, Salvador, Ierb,2003.

CROCOMO, Fernando A, - **TV digital e produção interativa: a comunidade recebe e manda notícias**, Florianópolis, Tese UFSC, 2004.

MARQUES, José. **Escola latino-americana de comunicação**, disponível em:

<http://www.eca.usp.br/alaic/Congreso1999/14gt/JoseMarques.doc>

MATTELART, Armand e Michèle. **História das Teorias da Comunicação**, São Paulo, Loyola, 1999

MATURANA, Humberto R. e VARELLA, Francisco J. **A árvore do conhecimento: as bases biológicas da compreensão humana**, 2ª ed, Ed Palas Athena, São Paulo,2002

MINASSIAN, Ara Apkár e outros. **Convergência e interatividade e tecnologia a favor do diálogo**, Salvador, Iderb,2005

MONTEZ, Carlos e BECKER, Valdecir. **Tv digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**, 2.ed Florianópolis, Ed da UFSC,2005

MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessários para a educação do futuro**. 2.ed. São Paulo: Getez, Brasília, DF , Unesco,2000

SCHRAMN, Wilbur. **Comunicação de massa e desenvolvimento, o papel da informação nos países em crescimento**, 2.ed. Ed BLOCH, Rio de Janeiro,1976

SIEGFRIED, Tom. O Bit e o Pêndulo: os segredos da mente, da matéria e do universo revelados pela ciência da comunicação, Rio de Janeiro, Campus,2000

A grande imprensa como aparelho privado de hegemonia: implicações locais e conceituais

Francisco César Pinto da Fonseca ¹

Resumo: O texto objetiva discutir o papel dos quatro principais periódicos da grande imprensa diária brasileira – Jornal do Brasil, O Globo, Folha de S.Paulo e O Estado de S. Paulo – quanto à introdução de direitos sociais e ao direito de greve num momento crucial à democracia brasileira: a Assembléia Constituinte, entre 1987 e 1988. Por meio dos editoriais, sobretudo, procura-se desvendar o *modus operandi* da grande imprensa, sobretudo seu papel como “aparelho privado de hegemonia”. Concluiu-se que a atuação dos jornais foi uníssona contra a introdução de direitos sociais e ao direito de greve, o que expressa uma visão autoritária e conservadora dos conflitos sociais, com impactos tanto à democracia no Brasil como à própria conceituação teórica sobre a vivência democrática.

Palavras-chave: imprensa, democracia, direitos sociais, ideologia, conservadorismo.

INTRODUÇÃO

Objetiva-se, neste trabalho, desvendar certas concepções perenes por parte da grande imprensa², imunes às vicissitudes da conjuntura, mas fundamentais à democracia: a visão sobre os direitos sociais e sobre o conflito, sobretudo o conflito de classes, o que implica o posicionamento sobre direitos políticos.

Observaremos especificamente temas atinentes aos **Direitos Sociais** elaborados durante o Congresso Constituinte entre 1987 e 1988, sobretudo a sua ampliação, assim como o direito de greve. A Ordem Social implicou enorme controvérsia, e a grande imprensa se posicionou vigorosa e militantemente em relação a ela. A importância deste momento se refere ao fato de um projeto constitucional explicitar uma dada visão de mundo e certos interesses num contexto em que o embate ideológico se tornou ainda mais ostensivo.

Por fim, do ponto de vista teórico consideramos ser a imprensa uma das instituições mais eficazes na inculcação de idéias no que tange a grupos estrategicamente reprodutores

¹ Mestre em ciência política e doutor em história, professor de ciência política da FGV/SP.

² Trata-se dos quatro principais periódicos diários: *Jornal do Brasil (JB)*; *O Globo (OG)*; *Folha de S.Paulo (FSP)*; e *O Estado de S. Paulo (OESP)*.

de opinião – constituídos pelos estratos médios e superiores da hierarquia social brasileira – , caracterizando-se (seus órgãos) como fundamentais *aparelhos privados de hegemonia* – isto é, entidades voltadas à propagação de idéias com vistas à obtenção da hegemonia. Em Gramsci, os *aparelhos privados de hegemonia* podem ser assim sintetizados:

“(...) são organismos sociais ‘privados’, o que significa que a adesão aos mesmos é voluntária e não coercitiva, tornando-os assim relativamente autônomos em face do Estado em sentido estrito [no contexto, portanto, de sua configuração *ampliada*, isto é, sociedade política + sociedade civil, possível nas conformações sociais do tipo “ocidente” – FF]; mas deve-se observar que Gramsci põe o adjetivo ‘privado’ entre aspas, querendo com isso significar que – apesar desse seu caráter voluntário ou ‘contratual’ – eles têm uma indiscutível dimensão pública, na medida em que são parte integrante das relações de poder em dada sociedade.”³

Ao lado deste importante conceito, deve-se também compreender a grande imprensa como “empresa capitalista” que, como tal, objetiva o lucro, mas que procura universalizar interesses particularistas, em nome de conceitos supostamente universais, tais como a “Nação”, o “Povo”, a “Opinião Pública”, entre tantos outros. Por último, completando a tríade, em certos momentos a grande imprensa atua como “partido político” ou “intelectual coletivo”, pois objetiva orientar e guiar as ações de atores concretos, sobretudo em momentos de embates político/ideológicos, como foi o caso da Constituinte.

OS DIREITOS SOCIAIS NA CONSTITUINTE:

O PROJETO DOS PERIÓDICOS E SUA FORMA DE OPERAR

A primeira questão importante a ser ressaltada quanto à introdução de novos **direitos sociais** diz respeito ao impacto destes aos próprios órgãos de comunicação enquanto empresa capitalista. Mas, para além deste argumento “particular”, os interesses representados pelos jornais os opõem a esses novos direitos. As *teses da futilidade e sobretudo da ameaça e da perversidade*⁴ foram exaustivamente utilizadas (como

³ COUTINHO, Carlos Nelson. *Marxismo e Política: A Dualidade de Poderes e Outros Ensaio*. São Paulo, Cortez, 1994, págs. 54 e55. (Preferimos a definição do principal exegeta de Gramsci no Brasil dada a capacidade de síntese deste em contraste às notas esparsas do próprio pensador italiano nos Cadernos do Cárcere, assim efetuadas, como se sabe, em razão das condições em que foram escritas). Observe-se, por outro lado, que esta perspectiva gramsciana distancia-se dos “aparelhos ideológicos de Estado”, formulado por Louis Althusser, devido justamente à ausência de autonomia destes aparelhos em relação ao aparelho estatal. Cf. ALTHUSSER, Louis. *Idéologie et appareils idéologiques d'État*. Paris: Éditions Sociales, 1976.

⁴ Estas três teses representam, respectivamente, a idéia de que as “reformas não levarão a nada”, que “ameaçarão direitos anteriormente adquiridos”, e que “terão o efeito contrário ao pretendido”. Cf.

veremos), demonstrando todo o conservadorismo – baixa propensão ou mesmo reação à introdução de novos direitos – da grande imprensa. Afinal, alguns dos direitos sociais propostos – tais, como, dentre outros, a diminuição da jornada de trabalho, a ampliação da licença maternidade, a licença paternidade, o aumento da valor da hora-extra, dentre outros – foram vistos como: a) “catastróficos à produção”, pois desestimulariam o capital a investir, fazendo crescer conseqüentemente o desemprego, o oposto portanto do que se desejava; b) “inócuos”, pois não seriam respeitados pelo “mundo real” da economia; e c) ameaçadores dos direitos anteriormente conquistados, caso do mercado formal de trabalho. Esses argumentos/imagens foram utilizados à exaustão.

Para o *JB*, haveria uma “obsessão social” por parte dos constituintes, pois: “A proposta de 40 horas é uma daquelas que criam uma espécie de garantia artificial que, na prática, quase ninguém vai respeitar (...)” (*JB*, 13/07/87) – trata-se aqui da *tese da futilidade*, dada a suposta ineficácia da medida. Mas será a *tese da perversidade* a mais utilizada pela grande imprensa, pois: “A Constituinte embarcou em um caminho de distribuição de benefícios sociais cujo *produto só pode ser um e único: redução da taxa de investimentos, com o conseqüente atraso econômico.* (...) (*JB*, 28/02/88, ênfases nossas). A negação dos novos direitos sociais será total, com argumentos que se iniciam pela inadequação de sua inserção numa Constituição até os efeitos deletérios dos mesmos, numa posição *frontalmente contrastante ao intuito da maioria dos constituintes*. Afinal, estes não se preocupariam com o principal, a produção, pois: “Por esse rumo, nunca se sai do *paternalismo*; e o povo continua eternamente *dependente*. É mais do que tempo de mudar essa *mentalidade*, que é a própria definição do *atraso*. (...) O ‘social’ também está ligado ao desenvolvimento (...) Mas a visão primária do ‘social’ não pensa no desenvolvimento – intimamente ligado à livre iniciativa: pensa em criar restrições e ônus para a empresa privada.” (*JB*, 29/02/88). Portanto, a distribuição da renda far-se-ia exclusivamente por meio do desenvolvimento capitalista, sendo tributário deste, pois dependente dos lucros auferidos pelo Capital – infere-se. Em termos silogísticos, seria correto portanto inferir o contrário, caso a produção decrescesse. A visão de mundo patronal se expressa claramente neste tema. Mais ainda, demonstra uma vez mais como a grande imprensa se oporá a tais direitos com vistas à obtenção da hegemonia, pois a “mentalidade atrasada” precisaria ser

substituída pela visão “moderna” do mundo, que valorizaria a “iniciativa privada” pela via do “mercado livre”.

Já para *OG*, que se mostra um vigoroso adepto da “ética do trabalho” –, de forma semelhante a *OESP* –, os direitos sociais estariam “(...) *na contramão da motivação fundamental e dos interesses do trabalhador*; ou a Constituição ideal, na contramão do Brasil real. (...) Sorte pior [dados os efeitos negativos previstos – FF] a experiência faz prever para o aumento (...) da licença remunerada à gestante: *a esse aumento corresponderá uma restrição, a restrição do mercado feminino de trabalho*. (...) Concessões feitas em total descompasso com os efeitos não prejudicarão apenas os trabalhadores. (...) [mas também a:] estabilidade institucional.” (*OG*, 15/10/87, ênfases nossas). A *tese da perversidade* é, portanto, igualmente defendida pelo jornal *O Globo*, que se arroga, além do mais, a conhecer os interesses dos trabalhadores – trata-se da antiga estratégia da grande imprensa de se auto-nomear intérprete da sociedade, inclusive, neste caso, dos “dominados”. A imagem catastrófica é reiterada, constituindo-se num verdadeiro bombardeio retórico, utilizando-se para tanto de expedientes ao estilo cassandra. Para *OG*, pois: “(...) *A produtividade cairá, inevitavelmente*. (...) Será lamentável que, por falta de informação e análise aprofundada das questões, venhamos a ter uma Constituição que, *na ilusão do avanço, produza o retrocesso no campo das relações de trabalho*.” (*OG*, 07/88, ênfases nossas). Para além da perversidade ocasionada pelos direitos sociais, para o jornal haveria uma inversão de sentido ao considerá-los “retrocesso”. Em outras palavras, tanto os adeptos da criação de direitos não seriam “progressistas”, como os direitos em si não seriam um avanço. Trata-se de uma sofisticada estratégia de **reformular o próprio vocabulário** presente na Constituinte e na sociedade, de tal forma que *ideologia* fosse apenas e tão-somente as propostas da “esquerda” e dos “populistas”, que, por motivos diversos, agiriam em razão das “aparências” e não da “essência” do capitalismo “moderno”.

O liberal/conservador *OESP*, tal como seu similar doutrinário *JB*, mas também semelhante ao pragmático *OG* – uma vez mais as diferenças de perfis não impedem a similitude de posicionamentos e projetos – usará dos mesmos expedientes. Afinal, para *OESP* “Retrocesso não é avanço”, título de um editorial que sintetiza sua histórica visão de mundo, pois, para este jornal, dever-se-ia indagar a utilização do termo “avanço”:

“(...) Porque se se cuida de reduzir aquela jornada [de trabalho] e premiar indistintamente todos os assalariados com uma estabilidade capaz de atingi-los

como autêntico bumerangue, vitimando-os, ocorrerá, sim, autêntico retrocesso; (...) esta (...) palavra (...) [implica] conferir aos que qualifica o demérito de se oporem a tudo o que signifique *progresso natural* da sociedade. Todos sabem que distribuir a estabilidade com tamanha generosidade nivelaria por baixo bons e maus funcionários (...)

Está claro que nisso existe condenável contra-senso. Quando se pensa em abrir a sociedade para facilitar a ascensão dos melhores e mais capazes, sejam quais forem, venham de onde vierem, procede-se em sentido inverso àquele trilhado (...) A justiça consiste em dar desigualmente aos desiguais – e não, evidentemente, em comprimi-los sob uma forma constrangedora a fim de igualá-los artificial e imerecidamente. (...) [Tal conjunto de direitos] acarretaria pernicioso desestímulo aos melhores.” (OESP, 18/06/87, ênfases do jornal, grifos nossos)

Ora, a introdução de direitos não apenas equivaleria ao retrocesso como conspurcaria valores essenciais da sociedade capitalista vinculados ao *mérito*. O mote “os melhores e mais capazes” sintetiza esta visão tradicional e hierárquica, mais próxima de um “darwinismo social”, pois pretende essencialmente estimular a competição entre a força de trabalho. O caráter conservador desta proposição – defendida há muito por OESP e compartilhada pelos outros jornais, com a *relativa* exceção da FSP – reforça a dominação sobre o Trabalho ao inculcar-lhe valores vinculados à ascensão social. O privilegiamento ao Capital é notório, pois, além de implicar adestramento, objetiva principalmente impingir a imagem de que basta ao trabalhador se esforçar para melhorar de vida, versão nacional do “self made man” norte-americano. Embora o conservadorismo de OESP esteja – enquanto visão de mundo – de certa forma na “vanguarda” de seus pares, as diferenças entre os jornais, quaisquer que sejam, tornam-se indistintas quando as questões em jogo referem-se seja aos seus interesses particularistas seja, principalmente, à representação do Capital Global, seja ainda à *reprodução do sistema capitalista*. Afinal, OESP também se utilizará da *tese da perversidade* ao afirmar que “(...) as novas disposições constitucionais irão chocar-se com seus interesses [dos operários – FF]. (...) as medidas ‘sociais’ aprovadas (...) surtirão efeito bastante maléfico, pernicioso, antes de tudo, para a classe operária. (...) as medidas adotadas não concorrerão para aumentar a produtividade (...) mas para incrementar a automação. (...) o populismo é enganador...” (OESP, 01/03/88, ênfases nossas). Portanto, o “argumento” oscila entre a *tese da perversidade* e a “falsa” consciência da esquerda/populistas. Tais justificações do jornal representam variantes de uma mesma raiz: a manutenção do *status quo*.

Mas mesmo a *FSP*, que manteve, dentre todos os jornais, uma alegada preocupação com os trabalhadores – pois seu mote “Menos Governo, Menos Miséria” (reportagens especiais, com editoriais de capa, publicadas um mês antes do segundo turno das eleições de 1989 que objetivaram apoiar, subliminarmente, Collor) enfatiza a necessidade de o Estado priorizar as áreas sociais ao retirar-se das atividades produtivas –, aderiu a esta cantilena, embora com menor vigor. Segundo o jornal:

“*Propostas* como a remuneração adicional (...) para o trabalhador em férias, o aviso prévio proporcional ao tempo de serviço e o limite de seis horas para a jornada em turnos ininterruptos, *que as lideranças empresariais condenam*, inscrevem-se no vasto conjunto de direitos sociais aprovados (...) sem nenhuma consideração mais séria sobre os custos que acarretam. (...) [Representam:] *novos custos para o conjunto da população* (...) [que] *nada mais serão do que o preço que a sociedade terá de pagar pela demagogia de seus representantes.*” (*FSP*, 08/07/98, ênfases nossas).

Mesmo tendo mantido um discurso em prol dos direitos sociais, paralelamente à Agenda liberal pró mercado, a *FSP* também segue a estratégia de seus pares tanto ao utilizar a *tese da perversidade* como por considerar “demagogia”, populismo, a adoção de novos direitos sociais. Mas, mais relevante ainda é o fato de a grande imprensa como um todo – que criticara o Capital nacional por causa de sua baixa responsabilidade e ausência de visão de longo prazo quando da aplicação dos Planos de Estabilização – adotar novamente posições confluentes aos empresários, como o demonstra a passagem acima. Em outras palavras, além de atuar em uníssono, os periódicos enquanto “partido do Capital” e *aparelho privado de hegemonia* se “reconciliam” – dependendo das circunstâncias – com o empresariado. Trata-se de um interessante jogo de acomodações e reposicionamentos da grande imprensa em relação aos pólos de poder, sobretudo o Capital, ao qual representa, embora de forma complexa e por vezes tensa.

No que tange ao papel constitucional acerca do **direito de greve**, uma vez mais observamos uma incrível similaridade entre os periódicos, coetânea às características acima apontadas: o patronato e a representação do Capital. O direito de greve é um tema crucial à democracia numa sociedade capitalista que se requer democrática, tal como afirmam requerer os jornais em foco. Mas, segundo o *JB*, a “(...) *liberdade de greve* é um abuso conceitual (...)” (*JB*, 07/07/88, ênfases do jornal). Logo, dever-se-ia refreá-la, infere-se. O fato de os constituintes terem permitido a paralisação das atividades nos serviços públicos,

mesmo resguardadas certas condições, será considerado um absurdo, inclusive conceitual, como se observa, pois denotaria perda de autoridade e mesmo fragilidade do Estado. Ora, a *FSP* falará o mesmo, pois considera que os constituintes estariam permitindo o “direito irrestrito de greve” – o que é um evidente exagero –, inclusive nos serviços essenciais, pois: “(...) *Um instrumento legítimo de luta se transforma em chantagem contra toda a população, concentra numa categoria específica de trabalhadores [os funcionários públicos – FF] um poder absoluto sobre o conjunto das atividades produtivas do país, com a chancela (...) [da] constituinte (...) [são] artigos condenáveis (...) (FSP, 15/07/88, ênfases nossas).* Como veremos, o que a *FSP* diz ser um direito legítimo o será apenas em tese, pois o veto contumaz à mesma será uma marca da grande imprensa com um todo, enfatize-se. A associação das greves à imagem de chantagem expressa claramente a crítica da *FSP* às leis que supostamente a facilitariam.

Mas serão *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* os mais pronunciados radicais opositores das greves, e da organização do trabalho de modo geral, na Constituição. Seu posicionamento patronal se evidencia totalmente. Segundo *OESP*, que parece demonstrar uma ojeriza particular quanto às greves no setor público, dada a ameaça à autoridade, que, tal como para *OG*, deve ser “sagrada”...para os trabalhadores:

“As greves que irromperam em empresas estatais (...) mostram com clareza o quanto a sociedade é impotente diante dos resultados da intervenção do Estado na economia.

“(...) São exércitos de empregados que agem com todas as regalias, direitos e mordomias de funcionários públicos, promovendo greves que se iniciaram com reivindicações salariais e ganham, hoje, aspectos nitidamente políticos e ideológicos, que levam à violência.

“(...) *Tudo isso mostra a incompetência do Estado empresário que, ao centralizar tudo em suas mãos, mostra fragilidade ao negociar com os trabalhadores que sabem ter um opositor incompetente, politicamente minado e, acima de tudo, contaminado pela praga do empreguismo.*” (*OESP*, 19/11/88, ênfases nossas)

A percepção acerca do mundo do trabalho estrutura-se na suspeição intrínseca de que os trabalhadores são revolucionários, tendo por trás de si “grupos radicais”. Trata-se também de uma construção imagética, dentre tantas outras produzidas estrategicamente pelo jornal, que, dessa forma, quer impedir que qualquer ocorresse, a começar do Estado.

Já *OG* expressa assim sua radicalidade no que tange à aprovação do direito de greve: seria “A porta da anarquia” (título de um importante editorial), pois “irrestrito” “(...)

para todas as categorias de trabalhadores, em todas as circunstâncias, sob quaisquer pretextos (...) significa a porta aberta à desordem e ao caos. (...) É uma abdicação em favor da anarquia. (OG, 17/08/88, ênfases nossas). A estratégia de **superestimar o poder conferido aos sindicatos** é clara, pois forja-se a imagem de que estes são dominados por “grupos radicais” desestabilizadores⁵; além do mais, omitem-se quaisquer constrangimentos à decisão dos trabalhadores ao declararem uma greve, tais como o poder dos patrões, o medo do desemprego e a própria legislação, entre outros. Com isso, se quis criar a imagem de que ao poder sem limites dos sindicatos corresponderia a pusilanidade da lei...e a fragilidade da sociedade. A fronteira entre estratégia retórica e visão de mundo (conservadora, patronal e autoritária) é indecifrável. Por fim, o mesmo OG revela e sintetiza cabalmente o conservadorismo autoritário de toda a grande imprensa com a seguinte afirmação:

“No Capítulo ‘Dos Direitos Sociais’ existe duplicidade de tendências, ambas suficientemente perigosas e capazes de produzir efeitos desastrosos (...)

“(...) A pretexto de garantir emprego, retroagimos ao paternalismo intervencionista (...) [caso da] estabilidade no emprego (...) no Art. 6 (...) bem como o regime de 44 horas [que] são a negação da liberdade de trabalho e a consagração do intervencionismo no mercado de mão-de-obra. Já no Art. 10 (...) dispõe-se o contrário, isto é, a não intervenção do Estado, quando se trata de liberdade de greve. (...)

“Tudo é disposto de forma a permitir greves sem restrições (...) Os dirigentes da greve decidem e fixam a seu livre-arbítrio os limites da ação de greve. *Temos consagrada a contradição do excesso de intervenção do Estado no Art. 6 e da ausência do poder dos governos, no caso de greve. Vedada pelo projeto só a greve de iniciativa empresarial. Dois pesos e duas medidas.*” (OG, 11/10/87, ênfases nossas).

Sem meias palavras, o jornal propugna o “livre mercado” no que tange à força de trabalho e o Estado repressor em relação às greves. Em nome do “bem comum”, a defesa dos interesses patronais se evidencia, seja pela forma como os direitos dos trabalhadores (em sentido amplo) são concebidos, seja pela demanda de que também o empresariado poderia, no limite, poder parar a produção (*lockout*) – demanda esta meramente retórica e fictícia, pois os interesses capitalistas se opõem à paralisação das atividades produtivas. Portanto, não apenas OG mas toda a grande imprensa, embora com ênfases distintas, quer

⁵ A imagem de que, invariavelmente, pequenos “grupos radicais” comandam e manipulam as greves pretende desqualificar, de antemão, qualquer movimento grevista, pois lhe retira a legitimidade.

antepor limites à *organização do trabalho* – sendo a greve o alvo mais importante –, em contraposição a uma espécie de “laissez faire” no *mercado de trabalho*, o que explica cabalmente a oposição radical a toda e qualquer greve concreta.

Vejamos, agora, como a grande imprensa atuou na Constituinte, em razão de seu papel político/ideológico, isto é, seu papel de orientar, *dirigir* os constituintes com vistas a *vetar as teses de seus adversários no tocante aos direitos sociais*, de tal maneira que os interesses de um **capitalismo liberal e conservador** fossem assegurados. Essa posição implicou a utilização de estratégias diversas, entre as quais opor uma suposta maioria liberal – majoritária portanto seja na sociedade seja na Constituinte, via “Centrão”, embora tida como silenciosa e pouco organizada – a uma minoria, de esquerda, considerada radical e extremamente organizada. Esta, contudo, teria hegemonia na Constituinte, sobretudo na Comissão de Sistematização.

Embora jamais tivesse mostrado qualquer dado que mensurasse esta relação entre maioria e minoria, a grande imprensa como um todo – embora na *FSP* houvesse uma menor incidência – formulou esta imagem com vistas tanto a concitar os parlamentares liberais e conservadores como para formar a opinião de seus leitores. Assim podemos sintetizar esta dicotomia. Para *OG*: “(...) *A maioria quer* uma sociedade aberta, com liberdade de criar e produzir, com menor regulamentação estatal. *A maioria não tem* medo de manter e cultivar o relacionamento internacional (...) *a maioria quer* um sindicalismo livre, sem paternalismo restritivo do mercado de trabalho e sem a anarquia do grevismo.” (*OG*, 14/08/87, ênfases nossas). Como se vê, o jornal sabe tanto o que a “maioria” deseja como o que ela rejeita; a alegada confluência entre ambos os movimentos por parte da grande imprensa com a suposta “maioria” é nada mais do que um recurso retórico/ideológico. A arrogância, em razão da auto-intitulada onisciência e do descompromisso quanto a qualquer demonstração de dados que comprovasse tal dicotomia são propositadamente obscurecidos. A contenda político/ideológica supera qualquer “método científico”, pois o que importa é a obtenção da hegemonia liberal/capitalista, que estava fortemente ameaçada, segundo a percepção dos jornais, por causa das cláusulas sociais aprovadas assim como a proteção ao Capital nacional (num momento marcado pelo distanciamento do país do sistema financeiro internacional, em razão da decretação da moratória da dívida externa em fevereiro de 1987). Afinal, o Brasil seria: “(...) Uma nação de pensamento centrista e conservador (...)”

(*JB*, 03/04/87). Este viés teria sido, portanto, desrespeitado pela esquerda, sobretudo o PMDB, que nomeara “esquerdistas” para as principais Comissões temáticas encarregadas de comandar o processo constituinte. Mais ainda: “Entre as duas formas em que se explicita a representação do PMDB (esquerda e moderada), *disfarça-se a grande maioria que (...) é também a expressão da grande maioria dos brasileiros. É aí que se encontra o centro de gravidade política brasileira, a grande classe média.* A representação política de centro (...) sente-se incomodamente sem condições de externar suas convicções (...) [devido ao] patrulhamento ideológico [da esquerda – FF]” (*JB*, 05/02/87, ênfases nossas). Este editorial “fecha o círculo”, pois a “maioria” é então a classe média, setor também fortemente representado pela grande imprensa. É claro que a maior parte desta classe, embora proletarizada, possui valores mais próximos às elites, sendo também por isso alvo da grande imprensa. Dessa forma, é importante ressaltar a recorrência com que a classe média aparece nos editoriais, sobretudo em momentos cruciais, como este, dada a reconfiguração de direitos e deveres que expressa.

Por outro lado, o fato de que os **constituíntes à esquerda** e ligados a causas populares e nacionalistas conseguiram vitórias importantes fez que a grande imprensa reagisse de dois modos concomitantes: desqualificando suas idéias, interesses e pessoas componentes destes agrupamentos, e concitando os “liberais” – eufemismo para todo tipo de interesses patronais e conservadores – a agirem e se organizarem com vistas a derrotar os **adversários/inimigos**. Não raro os empresários – nacionais e estrangeiros – e o próprio governo federal foram chamados ao combate, isto é, deveriam exercer todo o seu poder de influência com vistas a barrar a “esquerdização” do país, o que significa portanto uma clara e aberta contenda. Tal clareza e ostensividade são observáveis amiúde, tendo nos editoriais a síntese deste verdadeiro combate. Vejamos como a própria linguagem assume este caráter belicoso, mesmo no que tange ao chamamento aos aliados. Segundo o *JB*: “(...) Ou o pensamento da empresa privada e das tendências políticas liberais se articulam para produzir um modelo melhor que o modelo autárquico, ou estaremos abrindo o caminho para o fogo que os sopradores das brasas isolacionistas querem acender.” (*JB*, 08/06/87). Embora esteja se referindo às restrições ao Capital estrangeiro, este chamamento é extensível a todos os temas-chave identificados pelo jornal. A articulação entre Capital e liberalismo é reveladora, mesmo que majoritariamente este último esteja associado, de

forma genérica, à idéia de “maioria”. O “Centrão”, que em verdade fora requerido pela grande imprensa, quando surge é saudado como um verdadeiro acontecimento, pois selaria o encontro do “Brasil real” com sua representação. Toda vez, contudo, que este agrupamento votou teses próximas aos nacionalistas fora também criticado pelos jornais, que, dessa forma, chama-lhe a atenção, procurando com isso “corrigir seus erros”, isto é, *dirigi-lo*. A *FSP*, mesmo que tivesse por vezes criticado o caráter conservador do “Centrão”, o apoiou devido à contenda ideológica com a esquerda. Por isso, acredita que boa parte das medidas aprovada pela influência da esquerda, entre as quais as restrições ao capital estrangeiro, seria nociva ao país, pois: “A defesa de um desenvolvimento equilibrado se deturpa (...), o ímpeto nacionalista se distorce numa defesa da estagnação. São estes os riscos que (...) apresentam-se com especial nitidez. *Resta saber se o Congresso constituinte saberá afastá-los, num clima de consenso e ampla sustentação da opinião pública*, ou se a opção pela xenofobia e pelo atraso estará (...) consagrada no novo texto constitucional.” (*FSP*, 24/04/88, ênfases nossas). Portanto, a mesma dicotomia aparece na auto-intitulada “moderna” *FSP*. A própria idéia de que o “consenso” deveria ser alcançado a partir de sua estruturação na “opinião pública” – isto é, a opinião da própria imprensa – implica um círculo vicioso, pois tanto o “consenso” é sinônimo de hegemonia como a opinião “pública” é, em verdade, privada, isto é, de seus formadores, os “aparelhos privados de hegemonia”. Esta equação é cara sobretudo à *FSP*, mas válida a todos os jornais.

Mas a linguagem beligerante encontra em *OG* e em *OESP* seus representantes máximos, por meio de concitações peremptórias. No caso de *OG*, seu governismo inveterado imiscui-se à defesa do caráter patronal/conservador da Constituição, pois tanto o apoio ao presidencialismo como ao mandato de Sarney (tal como este o requereu, isto é, 5 anos) foram militantemente pressionados pelas *Organizações Globo*. Quando da redução do mandato para 4 anos – apenas posteriormente mudada –, *OG* assim se posicionou: “*Vamos ao plenário; se necessário contra um golpe de Estado, vamos às urnas.*” (*OG*, 17/11/87, ênfases nossas). Ir às urnas seria extinguir a Constituinte e buscar uma (supostamente ausente) legitimação popular dos constituintes via eleições. Para além do casuísmo da proposta e do governismo histórico do jornal, importa-nos observar sua participação política, expressa na afirmação, na primeira pessoa do plural. Quanto aos

temas cruciais das Ordens Econômica e Social na Constituinte, dá-se o mesmo tom. Quando, por exemplo, o “Centrão” se estruturou, com a divisão do PMDB, e conseguiu algumas vitórias importantes, *OG* o concitou a uma vitória total sobre a esquerda/nacionalistas ao afirmar que: “Não cabe aos moderados colocarem panos quentes, contemporizando em questões da gravidade (...) [como a] concessão de estabilidade no emprego após três meses (...) A divisão [do PMDB] já existe (...) Só resta consagrá-la. (...) Que os moderados do PMDB assumam a divisão para o restabelecimento da Aliança Democrática (...)” (*OG*, 07/07/87).

O jornal pressiona, veta, orienta, dirige; numa palavra, procura organizar interesses, funcionando como uma espécie de *intelectual coletivo* do *establishment*. Sobretudo nos momentos de derrota, mesmo que parcial, assim como nas circunstâncias em que a base governista se dispersou, a linguagem e o clima tornam-se mais exuberantes e candentes, pois, afinal: “*Não há outro caminho senão o de todos nos unirmos pondo acima de superadas divergências ideológicas ou de futuras disputas eleitorais os supremos objetivos da Nação.*” (*OG*, 05/05/88, ênfases nossas). A clareza meridiana desta passagem sintetiza o papel da grande imprensa. Este editorial não apenas foi publicado em primeira página como ocupou largamente a sua parte superior (a área mais nobre e visível do jornal), além de ter sido assinado pelo próprio Roberto Marinho, sendo intitulado justamente “Os supremos objetivos da Nação”, sinônimo dos interesses defendidos pelos periódicos. Trata-se da velha estratégia de universalização dos interesses particulares, possível perfeitamente nas entidades unilaterais como a grande imprensa. Para além desse aspecto, percebe-se claramente como *OG* chama a atenção dos aliados, cobrando-lhes unidade.

Ora, se esse expediente fora utilizado por periódicos pragmáticos, o que dizer então do conservador e tradicionalista *OESP*? Com maior incisividade ainda, concitou os “liberais” à luta. A cada passo da Constituinte a grande imprensa fora se posicionando, ora recuando, ora avançando, ora abrindo espaços à negociação. Dessa forma, acompanhar a movimentação dos jornais nesse momento decisivo da elaboração da nova Constituição encerra muitas lições, dada a importância de temas a serem votados num espaço de tempo relativamente curto. Para *OESP*, portanto, “(...) A hora é de os liberais acordarem – porque depois será tarde.” (*OESP*, 05/02/87). Afinal, houve inúmeras batalhas no Congresso Constituinte: a da eleição dos membros para a Comissão de Sistematização, a da

modificação do Regimento, as das votações nos dois turnos, dentre inúmeras outras. Conforme as teses consideradas prejudiciais foram sendo aprovadas, sobretudo quanto aos direitos sociais, assim o atônito *OESP* se posicionou, com vistas a reagrupar as forças aliadas: “*A votação espelha a falta de governo e o caos mental que corroem o Brasil; a incapacidade de os empresários se articularem, de maneira ordenada (...) a indecisão de muitos constituintes, que não sabiam como votar assunto dessa magnitude [os direitos sociais – FF] porque as lideranças empresariais ou políticas não souberam transmitir instruções precisas.*” (*OESP*, 11/10/87, ênfases nossas). No limite, este editorial faz uma espécie de *mea culpa*, pois, aparentemente, a grande imprensa teria demonstrado inabilidade para *dirigir, orientar* seus representados. Para além disso, contudo, é clara a postura de *OESP* no sentido de cobrar, repreender, instigar, mas sem nunca “jogar a toalha”, pois, tal como numa luta de boxe, por mais que o lutador esteja perdendo, é papel do treinador orientar-lhe e lhe dar estímulo. É isso que sobretudo *OESP* faz exaustivamente, acompanhado pelos seus pares. Por isso, para o jornal: “*(...) os liberais brasileiros têm diante de si ingente tarefa; se não se organizarem para combater o populismo estatizante (...) o Brasil corre o risco de regredir (...)*” (*OESP*, 20/11/87, ênfases nossas). A atuação da imprensa, como se vê, é notavelmente militante.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observamos, por meio dos exemplos acima, como os periódicos diários da grande imprensa confluíram suas posições quando o que esteve em jogo foi o conflito social, sobretudo os direitos sociais e o direito à greve. Demonstraram, com isso, seu conservadorismo, o que os distancia de suas auto-propaladas teses liberais democráticas. Embora tivessem tradições editoriais/ideológicas distintas, expressaram grande homogeneidade, com uma ou outra variação, pois a luta de classes – ou simplesmente o conflito distributivo, que não deixa de ser a forma pacífica da luta de classes – pareceu ser o limite intransponível à concepção de democracia da grande imprensa brasileira, sobretudo num momento tão crucial à nossa história: a transição para a democracia. O veto à democratização, por meio da introdução de direitos sociais e políticos às classes populares quando da elaboração da nova Constituição – num país marcado por uma longa história de autoritarismo –, demonstra o papel da grande imprensa como *aparelho privado*

de hegemonia, tornando-a defensora do “Capital Global” e das classes médias, em detrimento da grande massa de proletários do país.

Portanto, as implicações dessa postura à democracia foram enormes, afetando diretamente a sociedade brasileira, dado o poder de persuasão dos periódicos; mas há igualmente implicações conceituais importantes, caso do papel da própria teoria democrática que, ao considerar a “liberdade de expressão” como um pressuposto à democracia não zela suficientemente pela sua contra-face, isto é, a “responsabilidade da expressão”, que significa contribuir à democracia. Certamente esse não foi o papel da grande imprensa brasileira no período em foco.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTHUSSER, Louis. *Idéologie et appareils idéologiques d'État*. Paris: Éditions Sociales, 1976.
- BOBBIO, Norberto. *Liberalismo e Democracia*. São Paulo, Brasiliense, 1988.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Lisboa, Difel, 1989.
- EAGLETON, Terry. *Ideology, An Introduction*. Oxford, 1991.
- COCKETT, Richard. *Thinking the Unthinkable (Think-Tanks and the Economic Counter-Revolution, 1931-1983)*. London, HarperCollins, 1995
- COUTINHO, Carlos Nelson. *Marxismo e Política: A Dualidade de Poderes e Outros Ensaio*. São Paulo, Cortez, 1994
- FONSECA, Francisco. “O Conservadorismo Patronal da Grande Imprensa Brasileira” in *Revista Cesop* (Centro de Estudos de Opinião Pública). Campinas, Cesop/Unicamp, outubro/2003.
- _____. “Mídia e Democracia: Falsas Confluências”, in *Revista de Sociologia e Política*, nº22, 13-24 de junho de 2004. Universidade Federal do Paraná (Dossiê Mídia e Política).
- FUKUYAMA, Francis. *The End of History and the Last Man*. New York, 1992.
- GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do Cárcere* (5 Vols.) R. de Janeiro, Civ. Brasileira, 2000.
- HARDIN, Russel. *Liberalism, Constitutionalism, and Democracy*. Oxford, Oxford University Press, 1999.
- HIRSCHMAN, Albert. *A Retórica da Intransigência (perversidade, futilidade, ameaça)*. São Paulo, Cia. das Letras, 1985.
- HOBSBAWM, Eric. *A Era dos Extremos: O Breve Século XX (1914-1991)*. S. Paulo, Cia. das Letras, 1995.
- KREINZ, Glória A. R. *Ideologia, Notícia e Mercado – A pós-modernidade tecnocrática da Folha de S. Paulo*. Tese de Doutorado, ECA/USP, 1990
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalismo Econômico*. São Paulo, Edusp, 2001.
- KUNCZICK, Michael. *Conceitos de Jornalismo*. São Paulo, Edusp, 1997.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *Os Mil Dias*. Tese de Livre Docência. ECA/USP, 1987.
- LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. New York, Free Press Paperbacks, 1997.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Imprensa e Capitalismo (org.)* São Paulo, Kairós, 1984.

MELO, José Marques de. *A opinião no Jornalismo Brasileiro*. Petrópolis, Vozes, 1994.

PARSONS, Wayne. *The Power of the Financial Press*. New Jersey, Rutgers University Press, 1990.

REIS, Fábio Wanderly e O'DONNELL (orgs.). *A Democracia no Brasil: Dilemas e Perspectivas*. São Paulo, Vértice, Editora Revista dos Tribunais. 1988.

SAUNDERS, Peter e HARRIS, Colin. *Privatization and Popular Capitalism*. Buckingham, Open University Press, 1994.

TASCHNER, Gisela. *Folhas ao Vento. Análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. São Paulo, Paz e Terra, 1992.

Ideologia: entre a verdade e a aparência na construção do mundo público

Francisco Sá Barreto ¹

Resumo: Este trabalho trata de um dos temas de grande interesse da atualidade: de que forma entendemos a *verdade* como uma construção social, produto dos acordos debatidos por um grupo específico em uma esfera comum, ou o mundo público. Nesse aspecto, discutimos a *ideologia* como uma estratégia de dominação, construção de um regime de verdade desigual, em que, através de distorções de imagens do real, são produzidos a visibilidade, o mundo público, os sentidos e, portanto, as *verdades*. Estabelecemos, dessa forma, relações entre o conceito filosófico de *verdade* e a constituição do espaço público para, a partir daí, discutir as disputas sociais pela construção de sentidos dos eventos mais grandiosos da história para a vida cotidiana.

Palavras-chave: construção social da realidade; esfera pública; ideologia; produção de sentidos, verdade e fato.

I – A conquista da verdade

“Não há experiências não-interpretadas, a que se tem um acesso apenas privado e que se esquivem à apreciação ou à correção públicas. O conhecimento de objetos não é um modelo suficiente para o saber de estados de coisas proposicionalmente articulados. Quanto à verdade, ela é uma propriedade inalienável de enunciados criticáveis; só pode ser justificada por meio de razões, mas não ser autenticada pela gênese das representações” (HABERMAS, 2004, p.233).

É muito difícil pensar em organizações sociais sem que se pense no tema da *verdade*. Aliás, talvez seja impossível *pensar* sem se remeter à *verdade* como base de sustentação para qualquer coisa que se faça. Em outras palavras, o tema não permeia somente os debates filosóficos sobre a formação do conhecimento, mas reside nas mínimas proposições que amparam os sentidos produzidos cotidianamente. A *verdade*, portanto, é atemporal; simultaneamente, inquietou e tranqüilizou o homem desde as suas descobertas mais complexas à, aparentemente, simples decodificação da realidade e seus signos.

¹ Graduado em História pela UFPE (Universidade Federal de Pernambuco) e aluno do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da mesma universidade.

O próprio desenvolvimento da filosofia antiga está diretamente ligado ao que podemos chamar de “conquista da verdade”. Afinal, os filósofos pré-socráticos estavam todos em busca do *arché* das coisas – seu início, o princípio de todas as coisas, uma verdade absoluta que fizesse do conhecimento um ente estável, portanto, controlado pelo homem. Assim, aqueles pensadores imaginaram o átomo, o número, o ser e o não-ser, o fogo, a água, enfim “princípios”, cuja verdade seria impossível fazer relativa, subjetiva: é esse o fundamento da objetividade. O objetivo do processo é, sem dúvida, responder à seguinte pergunta: como damos sentido ao mundo onde vivemos?

Sustentamos, a partir da íntima relação estabelecida entre as noções de subjetividade e de objetividade na construção do conhecimento, a idéia de que as representações da realidade se constituem nas próprias coisas. Dessa maneira, a representação constitui a realidade. Em outras palavras, os significados construídos para o mundo o edificam, pois “... a realidade não existe independente do nosso modo de acessá-la. Isso significa que é nosso acesso à realidade que institui os objetos que a constituem” (SPINK & MEDRADO, 2000, p.28). Dessa forma, só há conhecimento objetivo de acordo com os interesses da sociedade em instituí-los como tais, bem como todo conhecimento subjetivo pode ser tido como tal, caso a sociedade não o regule como uma *verdade* coletiva. A construção do conhecimento objetivo é, portanto, resultado do diálogo entre os múltiplos conhecimentos individuais (ditos subjetivos) e os interesses de uma sociedade em seu tempo específico. Nessa perspectiva, a edificação diária de sentidos para as representações dos signos se dá a partir da consulta e revisão permanente do acervo de significados, localizado nas memórias individuais e coletivas de cada sociedade.

Dessa maneira, a intenção dos filósofos da Grécia Antiga de encontrar uma *verdade* absoluta para todas as coisas não precisa ser desprezada sob a justificativa de não haver um

conhecimento objetivo puro, pois há *verdades* fortes para consensos sociais. “A descoberta de que não se oculta por trás da realidade do cotidiano nenhuma realidade superior, e de que a práxis não abre nenhum espaço para uma visão redentora, cura o desiludido da doença platônica...” (HABERMAS, 2004, p.227), mas não constitui um mundo sem verdades, perdido na ausência de significados. Em outras palavras, a *verdade* existe quando localizada socialmente. É impossível separar a *verdade* da sociedade, como se faz muito difícil separar o fato histórico da interpretação. Assim, a sociedade pensa a *verdade* a partir de filtros montados pela própria comunidade com a finalidade de estabelecer valores e crenças para os sentidos construídos. “Mas isso não significa que a coerência de nossas crenças baste para esclarecer o significado do conceito de verdade – que agora se tornou central” (HABERMAS, 2004, p.242). Como a história, a *verdade* também é um processo de mudança social, pois é imediatamente aquilo que julgamos “crível”, bom para acreditar, justo para uma determinada ocasião, portanto objetivo. Logo, a *verdade* é um campo de disputas sociais por edificação de sentidos e, a partir daí, da retórica do mundo presente e seu senso comum.

Parece justo, dessa forma, estabelecer uma relação entre *verdade* e interesse, crença, valores, tendências políticas, enfim, construir uma relação entre *verdade* e *ideologia*. Talvez seja, portanto, a história quem mais perceba a *verdade* como um ingrediente fundamental. Dizemos isso a partir do momento em que é a história acusada de não produzir um conhecimento objetivo ou de ser uma espécie de conhecimento especulativo, cuja utilidade é, simplesmente, ilustrar o mundo presente com as imagens estáticas do passado ou, pior, engrandecer o ego dos tradicionais historiadores que confundem a histórica com um bem inalienável, do qual são donos. Pelo contrário, percebemos que a história se confunde com a *verdade* a partir do momento em que ela é

a narração dos fatos do passado que, tidos como verdadeiros, articulam o mundo presente e são o ponto de partida do mundo imaginado, o futuro. No entanto,

“... a história não pode negar que precisa sustentar duas exigências que se excluem – produzir enunciados verdadeiros e admitir a relatividade de suas proposições. É uma aporia. Todo conhecimento histórico é ao mesmo tempo uma tomada de posição, um ponto de vista relativo e quer ser verdadeiro” (REIS, 2005, pp.152-153).

Se o grande dilema do cientista social é pôr em diálogo a parcialidade da autoria – as crenças, do presente, os valores, os costumes, os sistemas de representação e as tradições – e a necessidade da veracidade, entendemos que a *verdade* é, também, produto de acordos sociais; um consenso, que quase nunca funciona como democracia, mas é articulado em um público, uma comunidade. Sendo assim, a *verdade* das ciências sociais existe para uma sociedade específica e, existe antes, para uma comunidade que fala a história: o cientista. É essa “marca de verdade” que nos faz adjetivar a história como oficial ou charlatã. “... A verdade é o resultado de uma relação cognitiva, sendo formulável em linguagem humana. Ela depende e decorre de uma relação sujeito-objeto, da iniciativa construtiva do real pelo sujeito” (REIS, 2005, p.155). A história é, assim, produto imediato não dos fatos, mas da escrita do historiador e das relações de poder que esse sujeito reproduz. É o caso, até mesmo, por exemplo, do materialismo histórico-dialético que, mesmo criticando o falseamento da consciência como sendo a marca da omissão da verdade, faz de uma visão particular – o movimento revolucionário – uma verdade a ser universalizada. Ou seja, uma comunidade que define a verdade dentro de um ciclo fechado, suprimindo as disputas pela construção de sentidos.

“Cada sociedade é uma rede de relações múltiplas de poder, e cada relação cria uma linguagem que defende e consolida posições. Cada sociedade tem seu regime de verdade e seleciona os discursos que considera verdadeiros. A distinção entre o verdadeiro e o falso não é uma distinção entre essencial/autêntico e aparente/inautêntico” (REIS, 2005, p.168).

Ou seja, não se pode falar em *verdade* histórica sem se remeter a uma disputa social. Numa sociedade marcada pela desigualdade – que não é simplesmente decorrente de um desajuste da estrutura econômica, mas de diferenças culturais, religiosas, étnicas, sexuais, de gênero etc., transformadas em oposições que devem ser marginalizadas em nome de uma unidade de significados –, entendemos que existem grupos controladores das disputas, submetendo boa parte da população a um regime de *verdade* sobre o qual tem pouca influência.

Em outras palavras, entender que o sentido de *verdade*, tanto histórica como cotidiana, é produto de um acordo social, de diálogos entre um sujeito e o objeto, não nos deve fazer acreditar que vivemos um mundo público sem disputas desproporcionais, mas que os sentidos construídos camuflam opressão, submissão, violência, enfim, desigualdade. Nesse aspecto, a *verdade* se afasta da justiça que a faz como conhecimento “crível”, bom para acreditar, como já discutimos acima. O que sustenta a *verdade*, numa sociedade marcada pela opressão de igualdade de uns sobre o que estamos acostumados a chamar de diferenças de outros, é uma estratégia de omissão, de aproximação de *verdade*, de verossimilhança, de ilusão coletiva a que podemos chamar de *ideologia*.

Este será o objeto de estudo deste trabalho: discutir a *verdade*, articulada em um espaço público, como uma construção ideológica. Para isso, esta tarefa será dividida em mais duas outras partes. Num primeiro momento, discutiremos o espaço público. O que constitui esse lugar? De que maneiras os múltiplos indivíduos formam coletividades? Sob que sistema de significados? Enfim, perguntas que não devem ser respondidas aqui, mas reconstruídas, discutidas, a fim de chamar atenção para as disputas que são travadas nesse ambiente. Num último momento, trataremos dessa *verdade* que, como construção social, funciona em um espaço específico, como

uma estratégia de dominação, de controle social, aproximando à idéia de *verdade* acima discutida as noções de ideologia.

II – Verdade e espaço público

O séc. XIX, por certo, não foi simplesmente o tempo dos levantes sociais, dos ideais revolucionários, dos operários mobilizados pela causa da justiça social. Foi, além disso, o tempo de uma nova forma de articulação da sociedade. O Antigo Regime – o absolutismo dos reis que viam em si mesmos a melhor maneira de legitimar o poder da espada – parecia ser destruído não somente pela máxima iluminista de “liberdade, igualdade e fraternidade”. O despotismo nada esclarecido não desmoronava nas grandes manifestações, nem caiu quando a Bastilha foi tomada pelos revolucionários. Sua ruína foi construída diariamente, por homens comuns que não compreendiam o poder do rei como a expressão do tempo em que viviam. Antes das armas, a Idade Contemporânea nascia do desenvolvimento de um espaço renovado: o público. “A esfera pública burguesa pode ser entendida, inicialmente, como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público” (HABERMAS, 2003, p.42). Os cafés, os chás, a literatura; cada homem poderia entender o mundo à sua maneira. O grande desenvolvimento da ciência é o melhor exemplo disso. De Newton a Einstein, o mundo viu a física reinventar as verdades sobre tudo que se entendia. A sociedade reinventou-se.

O convite à mobilização política dos trabalhadores, talvez o mais famoso manifesto do nosso tempo (Manifesto Comunista, de Marx e Engels), percorreu o território europeu em uma velocidade maior que a dos trens mais modernos da época; chegou à América Latina sem os navios poderosos, movidos a vapor, da ainda mais poderosa marinha britânica; agarrou-se à causa libertária de países que se pretendiam nações independentes, como a Itália, a Hungria ou a

Irlanda. O veículo utilizado para tanto foi o mais moderno que o homem séc. XIX soube construir: a informação. Aquilo que chamaríamos de jornalismo sairia dos salões, onde a literatura e a política norteavam as discussões, e transformar-se-ia na mais eficaz forma de reprodução e construção da opinião pública. Esta deve ser entendida como "... o resultado esclarecido da reflexão conjunta e pública, sobre os fundamentos da ordem social; ela resume as suas leis naturais; ela não domina, mas o déspota esclarecido terá de seguir a visão dela" (HABERMAS, 2003, p.118). Os críticos de arte passaram de livres julgadores – uma crítica amadora não só das obras de arte, mas da sociedade como um todo – a porta-vozes do público; expressariam, coerentemente ou não, a visão de todos a respeito daquilo que analisavam. “As revistas, que antes eram correspondências manuscritas, logo se tornam impressos mensais ou semanais que passam a ser instrumentos publicitários dessa crítica” (HABERMAS, 2003, p.58). Quando o público lê, identifica na crítica o desejo próprio daquela observação. A publicidade transforma-se, portanto, na própria *verdade* a respeito da pintura, da literatura, do teatro e, por que não, da sociedade.

Existe, dessa forma, sobre a publicidade, um poder que não dimensionamos com facilidade: edificar justificações que fazem de uma sentença verdadeira ou não. Essa não é a marca somente de um espaço público pós-Revolução Francesa, mas já havia, ainda no que chamamos de Antigo Regime (o regime dos reis absolutos, donos de tudo e de todos), a preocupação com uma forma de controle social que não funcionava através da coerção, mas um poder simbólico, o poder da palavra, da aparência, da imagem. Em tempos das reformas religiosas, no longínquo séc. XVI, “O protestante inglês John Foxe, por exemplo, pregava que ‘o papa deve abolir o conhecimento e a impressão gráfica, ou esta, a longo prazo, vai acabar com ele’. Como vimos, os papas parecem ter concordado com Foxe...” (BRIGGS & BURKE, 2004, p.84), perseguindo as tecnologias que ampliavam a dimensão do mundo público a partir do alcance da publicidade. Ou seja, a visão do

que hoje chamamos de povo não era desprezada devido à carência de uma esfera pública, descrita como, a partir do séc. XIX, uma sociedade civil organizada. A ausência de “voz” dessa idéia amorfa que temos do povo representava o conhecimento dos governantes, que suprimiam a capacidade de construção de opinião popular ou as moldavam de acordo com seus interesses.

Dessa forma, a publicidade, através da impressão gráfica e das traduções do grego e do latim, fez mudar as noções de fato e temporalidade. A história, desde então, deixaria de ser um fenômeno de sucessão temporal, mas aconteceria permanentemente, em simultaneidade. A publicidade, que faria o mundo se pensar enquanto mundo, dinamizou o desenvolvimento das identidades locais que, em pouco tempo, seriam o germe da nacionalidade. “Assim, a partir de meados do séc. XVI em diante, ‘público’ começou a significar atividade ou autoridade relativa ao Estado dele derivado, enquanto ‘privado’ se referia às atividades ou esferas da vida que eram excluídas ou separadas daquela” (THOMPSON, 2004, p.110). O público, portanto, não seria simplesmente a vida da corte, os hábitos diários do rei e das pessoas envolvidas com cotidiano dos palácios, mas aquilo que a sociedade entendia como “visível”. Em outras palavras, o público seria o conhecido, o visto, o representado, enfim, o público seria o real. Dessa forma, estabelecemos uma relação direta entre o mundo da publicidade e as noções discutidas de *verdade*. Se esta é produto de construções sociais, só há *verdade* quando percebida por uma sociedade, quando o fato é tornado visível. E é nesse aspecto que o público define o que é ou não *verdade*.

Dicuímos, acima, que só é possível pensar o tema da construção da *verdade* a partir de uma relação, de uma correspondência. Assim, a constituição do mundo público se dá no momento da co-participação de seus membros na edificação dos conhecimentos coletivos, debatidos socialmente. A publicidade também promove transformações nessa concepção. Afinal, o advento da mídia elimina a necessidade da co-presença dos membros na construção do público. Não se

pode dizer que seja a mídia independente da sociedade. Pelo contrário, ela se define a partir das memórias coletivas, que edificam os significados reproduzidos (manipulados, transformados, reconstruídos), mas, “com o advento da imprensa, o ato de tornar algo público se libertava em princípio do intercâmbio dialógico dos atos da fala e se tornava cada vez mais dependente do acesso aos meios de produção e transmissão da palavra impressa” (THOMPSON, 2004, p.115). Em outras palavras, a mídia é a voz do espaço público, o “lugar” onde o visível se faz visto, onde o *fato* se faz *verdade*, onde o mundo se faz realidade.

Dessa forma, os indivíduos não definem a *verdade* a partir das disputas sociais diretas, mas através de uma mediação, a visibilidade midiática, que, parece claro, constitui-se num sistema de poder, numa forma de controle social. Dizemos isso por entender que, numa sociedade pautada pela desigualdade, onde poucos exercem grande poder sobre outros muitos, o desenvolvimento da mídia é marca do acesso desproporcional aos bens culturais. Isso não deve anular, é importante que fique claro, a idéia de que, por outro lado, a publicidade, através da visibilidade, é também um campo de disputas por mudanças sociais. Em outras palavras,

“... a visibilidade criada pela mídia pode se tornar uma fonte de um novo tipo de fragilidade. Mais os líderes políticos procuram administrar sua visibilidade, menos eles as podem controlar; o fenômeno da visibilidade pode escapar de suas rédeas e, ocasionalmente, pode funcionar contra eles” (THOMPSON, 2004, p.126).

Dessa forma, o desenvolvimento da mídia e, portanto, do que podemos chamar de opinião pública fez com que o povo deixasse de ser aquilo que poderia simplesmente ser excluído do mundo público. Mesmo com acesso desigual às construções da visibilidade e, portanto, da *verdade*, o final do séc. XVIII e o séc. XIX viram o povo entrar definitivamente na disputa pelo poder simbólico.

Entendemos, entretanto, que a construção do mundo público, a partir da opinião pública, não se dá como um debate democrático, em que todas as vozes são equalizadas de acordo com as vontades sociais; a construção da opinião pública não é produto da vontade de todos, mas da adaptação da sociedade a uma nova modalidade de Estado que teria a burguesia como referência. O mundo público é, então, um simulacro do que entendemos por democracia. Mais que um ambiente de definições dos interesses coletivos, o espaço público, aquilo que é visível aos olhos da sociedade (verdadeiro), é um campo de disputas ideológicas. Sobre isso, Habermas nos mostra que “A vontade comum sempre tem razão, (...) mas nem sempre é bem esclarecido o juízo que o orienta; é preciso, portanto, colocar-lhe as coisas ante os olhos como elas são ou, às vezes, como elas devem aparecer ante ela” (HABERMAS 2003, p.121). Dessa forma, a dominação sobre o espaço público através da mídia não se dá pela “criação da verdade”, simplesmente, como se fosse possível fazê-lo, mas pela aproximação, pela verossimilhança dos historiadores (mecanismo criado para regular a construção de *verdade* pela comunidade dos construtores da história), pela aparência, pela visibilidade, enfim, pela “conquista da verdade”.

Essa disputa anuncia a íntima relação entre publicidade e ideologia. Dessa forma, a opinião pública seria, sem dúvida, uma voz do povo, seria relativa a ele, mas não necessariamente seria produto das vontades populares, não completamente. Em outras palavras, o problema que a discussão sobre o controle da publicidade inicia é a relação entre povo e opinião pública como elementos que dialogam, mas um não gera o outro. Assim, entendemos que a opinião pública influencia a vontade de todos a partir da articulação do *aparente* com o *verdadeiro*. Ou seja, a capacidade da publicidade não reside somente nos espaços criados para a construção das verdades, mas na transformação do *aparente* em *verdadeiro*, o que o materialismo histórico-dialético chamaria de “falseamento da consciência”. Dessa maneira, a opinião pública “... esconde

de si mesma o seu verdadeiro caráter de máscara do interesse de classe burguês” (HABERMAS, 2003, p.149).

Nesse aspecto, as instituições que instrumentalizam a publicidade – os jornais, por exemplo – desempenham papel fundamental, não simplesmente como empresas que divulgam o mundo, visível a partir de então, mas como condutores especializados da opinião pública, como “construtores da informação”, no caso dos jornais. Numa sociedade marcada pela desigualdade, os jornais (ainda fazendo uso desse exemplo) são apropriados para fazer do interesse privado uma verdade pública, comunitária. Ou seja, a publicidade não constitui a opinião pública somente retratando as relações humanas, mas construindo reputações, critérios de verdade, justificações. Age, portanto, como uma “nova corte”, criando um mundo de aparências; “... ela consegue prestígio público para uma pessoa ou uma questão e, através disso, torna-se altamente aclamável num clima de opinião não pública” (HABERMAS, 2003, p.235).

A aparência de *verdade*, a democracia em simulacro, a desigualdade na construção dos acordos sociais, são alguns dos temas que nos interessam na terceira etapa deste texto. Afinal, se entendemos que a *verdade* é uma construção social e que o modelo ocidental/capitalista de sociedade é pautado pela desproporcionalidade, deduzimos que a construção da visibilidade, da realidade e, portanto, das *verdades* que compõem não somente os fatos que dão origem à história, mas os eventos da vida cotidiana, fazem parte de uma trama que envolve uma disputa permanente pelos sentidos produzidos sobre o mundo, sobre o público. Em outras palavras, o que fazemos, o que pensamos sobre as coisas, as coisas que transformamos, tudo isso, localizado em uma sociedade específica, constitui uma disputa, uma prática social pelo conhecimento do mundo e, parece claro, pelo conhecimento de si mesmo.

Essas disputas não se dão somente no campo da economia, que durante o último século funcionou teoricamente como estrutura fundamental das relações interpessoais, quando toda a sociedade estaria disposta a partir de como a economia funcionava. A discussão também não se restringe a um embate político. É certo que os partidos se organizaram, que o movimento sindical se desenvolveu, que a sociedade, em seu princípio mais iluminista, passou a ser a “gestora” dos Estados, mas não é na esfera política que o mundo se entende como tal, simplesmente. Em outras palavras, não é através de política que os sentidos são produzidos no cotidiano, não somente. Isso também não se dá a partir da coerção dos grupos hegemônicos sobre grande parte da população. Em eventos específicos, nos últimos séculos, vimos as forças armadas ignorando a diplomacia e reformando o mundo política, econômica e, até mesmo, geograficamente. Essas disputas sociais se dão, fundamentalmente, no campo do simbólico, na cultura, nas construções de significado, enfim, nas práticas sociais, que não são meramente transformações físicas do mundo, mas sociedades redimensionadas a partir de valores, crenças, hábitos, enfim, da idéia de grupo enquanto uma comunidade. O mundo, ou o público, é construído fundamentalmente a partir de como ele se pensa, significa. Esse processo, como já discutimos, está longe de ser natural, como também não é nem um pouco a democracia em seu pleno funcionamento. A desigualdade da sociedade se reflete em seus significados, em suas *verdades*. Discutir essas tramas, essas construções, essas estratégias de dominação é nosso interesse na próxima etapa deste trabalho.

III – Ideologia, verdade e aparência

“O que é ideologia, senão precisamente a tarefa de fixar significados através do estabelecimento, por seleção e combinação, de uma cadeia de equivalências” (HALL, 2003, p.164).

Já discutimos nas linhas acima que a *verdade* está distante da pureza, não pela incapacidade de percebermos o mundo objetivamente – o que já entendemos ser possível. A impureza da verdade reside não no produto do conhecimento, não no fato em si, mas nas tramas que edificam o que tomamos por verdadeiro. Em outras palavras, compreendemos, nas duas primeiras partes deste texto, que a *verdade* é uma construção, resultado das disputas sociais pela produção de sentidos do mundo da história à vida cotidiana. Desenvolvemos, também, a idéia de que essa disputa se dá em um espaço comum, mas não necessariamente democrático, que é a esfera pública. Nela, é construído o que chamamos de mundo visível e, portanto, real, verdadeiro. Assim, pudemos afirmar que a *verdade* é uma correspondência de sentidos em um mundo público, entendendo que

“O mundo consiste em coisas simples, ou átomos lógicos, em diversos complexos ou arranjos, que são os fatos. E, em uma linguagem perfeitamente clara, o arranjo das palavras em uma proposição atômica verdadeira refletiria o arranjo das coisas simples no mundo. A ‘correspondência’ consiste neste informismo estrutural” (HAACK, 2002, pp.133-134).

A simplicidade do mundo visível se restringe, entretanto, àquilo que percebemos, o que os nossos sentidos são capazes de revelar, uma verdade pura. A construção desse mundo, porém, omite estratégias de dominação, falseamento da consciência, enfim, um conjunto de significados escondidos pelas imagens do mundo público. É a esse processo que damos o nome de *ideologia*.

Sabemos da pluralidade de conceitos e definições que envolve essa palavra. Dentre as várias teses, poderíamos destacar concepções positivas de *ideologia* – desenvolvidas ainda pelos ideólogos do final do séc. XVIII –, entendendo-a como um conjunto de idéias que dá “corpo” a uma prática social. Ou seja, *ideologia* seria uma composição de significados para a ação que iria dos eventos mais complexos da história ao hábito brasileiro de almoçar feijão com arroz. Não desenvolveremos tal concepção por entendermos que pensar a *ideologia* enquanto um conjunto de

idéias, simplesmente, faz com que não consigamos imaginar algo que não seja ideológico, anulando imediatamente, também, tudo aquilo que entendemos por *ideologia*. Existem, além dessas, as concepções neutras a respeito da *ideologia*. Para essas teses – discutidas por um dos precursores da sociologia do conhecimento, Karl Mannheim –, um conjunto de idéias só pode ser tomado como tal em um local específico, com uma histórica específica. Logo, para toda organização social existiria uma correspondente *ideologia*. Também não elaboraremos mais construções a respeito dessa concepção por entendermos que ela anula a possibilidade de pensar a *ideologia* enquanto dominação, pois, se os grupos dominados são também ideológicos, então as ideologias não se constituíam a partir de uma relação de dominação, mas, como nas concepções positivas, em qualquer conjunto de idéias.

Interessa-nos desenvolver, aqui, como anunciamos já nas duas outras partes deste trabalho que antecedem esta discussão, a concepção negativa de *ideologia*, entendida, nesse sentido, como uma “... doutrina teórica e uma atividade que olha erroneamente as idéias como autônomas e eficazes e que não consegue compreender as condições reais e as características da vida sócio-históricas” (THOMPSON, 2001, p.51). Em outras palavras, a *ideologia* não é simplesmente um conjunto de idéias, mas um aglomerado de significados e imagens reunidos para um fim específico. No caso do tema escolhido por este trabalho, a *verdade* é uma construção simbólica que reúne valores, crenças, costumes, objetivados, tornados públicos com a finalidade de reproduzir um “regime de verdade” estabelecido. Dessa forma, “Fenômenos ideológicos são fenômenos simbólicos significativos desde que eles sirvam, em circunstâncias sócio-históricas específicas, para estabelecer e sustentar relações de dominação” (THOMPSON, 2001, p.56). Portanto, a *ideologia* não reside na verdade ou falsidade das formas simbólicas, como equivocadamente poderíamos imaginar, mas nas suas construções, nas disputas por suas

edificações. Discutir as formações ideológicas não pode ser, dessa maneira, argüir verdades sobre os fatos, mas estudar a composição dos mesmos, da *verdade* sobre eles.

Desprezamos, assim, a idéia de que as formas simbólicas funcionam simplesmente para articular uma imagem ao significado em uma sociedade que constitui seus signos. A *ideologia* faz do símbolo mais que uma representação imagética das coisas; faz o signo constituir-se na própria realidade e, portanto, uma relação social a ele conectada. Ocupa a *ideologia*, portanto, o lugar do que deveríamos entender como co-participação de todos na construção do mundo público. Ou seja, através de mecanismos como a legitimação, a dissimulação, a unificação, a coisificação (THOMPSON, 2001), os fenômenos ideológicos transformam significados, definem lugares sociais, recuperam imagens do passado, naturalizam relações sociais com a finalidade de manter estático um modelo de sociedade. “O conceito de ideologia (...) chama nossa atenção para as maneiras como o sentido é mobilizado a serviço de indivíduos e grupos dominantes, isto é, as maneiras como o sentido é construído e transmitido pelas formas simbólicas...” (THOMPSON, 2001, p.96).

Dessa forma, entendemos que as pessoas não investem na própria infelicidade, como se fosse possível fazer racional tal idéia, mas reproduzem uma *ideologia* adotando-a como verdadeira, boa para acreditar. Assim, as ideologias são sustentadas por sistemas de representação, transformando as condições de vida do espaço público de acordo com um “regime de verdade” ideal para um grupo dominante. Em outras palavras, as práticas sociais constituem-se a partir das representações em permanente diálogo com os sentidos, produzindo as *verdades* que sustentam o mundo cotidiano, público. “Não se pode afirmar que todas as práticas são nada mais que ideologias só porque elas se situam na ideologia ou a ideologia está inscrita nelas. Há uma especificidade àquelas práticas cujo principal objetivo é reproduzir representações ideológicas”

(HALL, 2003, p.180). Se as representações não são estáticas; se são também resultado de disputas contínuas, nenhuma *ideologia* é tão estável quanto se pretende. Logo, não podemos falar em uma “ideologia da classe dominante”, simplesmente. A justificativa para isso não reside somente no fato de que a distinção de classes, como entendia Marx, não é suficiente para compreender as tramas, o tecido social, mas que o mundo visível, a que chamamos de público, é, como a história, um processo em contínua revisão. Longe da ingenuidade que poderia nos aproximar da crença de que esse processo é uma “democracia de vozes” em seu pleno funcionamento, em que todos conquistariam seu espaço, sustentamos a idéia de que pensar em uma “ideologia dominante” é confundir práticas sociais e representações como se o mundo público não fosse, também ele, um combate, ainda que desigual, de significados. Em outras palavras, não ignoramos o fato de que a *ideologia* sustenta relações de dominação e que é, portanto, uma estrutura em dominância, mas “... a luta ideológica consiste na tentativa de obter um novo conjunto de significados para um termo ou uma categoria já existente, de desarticulá-lo de seu lugar na estrutura significativa” (HALL, 2003, p.193).

Residem, portanto, no próprio discurso ideológico as falhas que revelam o seu desmonte. Tomemos, por exemplo, o campo midiático. Se somos capazes de entendê-lo como dominação, controle social, também parece justo enxergá-lo como um espaço que reconstrói continuamente seu sistema de representações. Ou seja, se podemos perceber a mídia atualizando *ideologias*, também a vemos como um eficiente instrumento de desmonte ideológico, de reformas da visibilidade, da publicidade, enfim, das construções de verdade, de novas formas de percepção. Assim, se entendemos que não é possível ter um acesso direto à realidade por ser a própria representação que a institui, então é também no campo representacional que as práticas sociais se fazem em transformações de significado. Nesse aspecto,

“... o desenvolvimento dos meios de comunicação é, em sentido fundamental, uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, uma reorganização dos meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e intercambiados no mundo social e uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si” (THOMPSON, 2004, p.19).

Em outras palavras, a mídia por si só não pode ser tida como um sujeito de dominação, ou de resistência, mas como um espaço de disputas. Se, numa sociedade marcada pela desigualdade, a esfera midiática parece assumir a construção do mundo público e, a partir disso, do que entendemos por realidade, reproduzindo regimes de verdade privados – de acordo com os interesses dos grupos mais poderosos –, é também na mídia que as falhas de um modelo de dominação se revelam e, através delas, se constituem as disputas. Não é esse um processo novo na história, mas “... a impressão gráfica converteu a Reforma em uma revolução permanente. Na realidade, pouco teria ajudado à Igreja católica queimar Lutero como herege, uma vez que seus escritos estavam disponíveis em grande número e a preços bastante razoáveis” (BRIGGS & BURKE, 2004, p.85). Ou seja, ainda em uma sociedade quase medieval, foi uma rearticulação de um mundo que, na modernidade, chamaríamos de público, o ponto de partida de reformas que não se restringiam simplesmente à questão religiosa, mas no que entendemos por visibilidade, realidade produto de construções sociais e, portanto, de como a sociedade constitui suas *verdades* a partir de disputas por dominação *ideológica*, questões que não se encerram neste texto, mas foram os temas sobre os quais discutimos nas linhas acima.

IV – Referências bibliográficas

- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. 1985. *A Construção Social da Realidade*. Petrópolis: Vozes;

- BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. 2004. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar;
- HAACK, Susan. 2002. *Filosofia das lógicas*. São Paulo: UNESP;
- HABERMAS, Jürgen. 2003. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro;
- HABERMAS, Jürgen. 2004. *Verdade e justificação: ensaios filosóficos*. São Paulo: Edições Loyola;
- HALL, Stuart. 2003. *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG;
- REIS, José Carlos. 2005. *História & teoria: historicismo, modernidade, temporalidade e verdade*. Rio de Janeiro: Editora FGV;
- SPINK, Mary Jane & MEDRADO, Benedito. 2000. “Práticas discursivas e produção de sentidos: a perspectiva da psicologia social” in *Práticas Discursivas e Produção de Sentidos no Cotidiano*. São Paulo: Cortez;
- THOMPSON, John B. 2004. *Mídia e modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes;
- THOMPSON, John B. 2001. *Ideologia e Cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes.

Da semiose midiática à semiose hipermidiática: jornalismo emergentes

Geane Carvalho Alzamora ¹

Resumo: Este trabalho discute a semiose da informação jornalística na internet, tendo por referência comparativa a semiose da informação jornalística nos meios de comunicação de massa. A partir da semiótica peirceana, considera-se que a lógica comunicacional da internet privilegia aspectos da operação semiótica de representação sígnica, ao passo que a lógica comunicacional dos meios de massa privilegia aspectos da operação semiótica de determinação sígnica. A operação semiótica de representação, aqui relacionada à diversificação dos processos de mediação social, envolve a operação semiótica de determinação, aqui relacionada a centros privilegiados de mediação social. Essas operações são complementares na semiose. Nessa perspectiva teórica, formatos emergentes de informação na internet não significam rupturas com o jornalismo de massa, mas o aprimoramento semiótico de sua lógica comunicacional.

Palavras-chave: Semiose-mediação- mídia- jornalismo-hipermídia

O jornalismo nas mídias e na hipermídia

O jornalismo de massa funda-se no pressuposto de que é possível transmitir uma mesma mensagem para uma quantidade tão ampla quanto possível de receptores heterogêneos e dispersos geograficamente. Nesse contexto comunicativo, a ação dos receptores sobre a mensagem é limitada e sempre mediada pelos jornalistas, que definem o que deve ou não ser veiculado.

Essa lógica comunicacional disseminou-se ao longo do século 20, delineando os diversos meios de comunicação de massa e o jornalismo por eles praticado. Os primeiros anos do século 20 foram berço da expansão da mídia impressa, da qual o jornal é o grande expoente, enquanto o rádio foi o meio de comunicação de massa que mais fortemente

¹ Jornalista, Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC SP) e professora de Semiótica na FCA/PUC Minas, onde coordena o Centro de Pesquisa em Comunicação e o grupo de pesquisa (PUC Minas/CNPq) 'Comunicação e Rede Hipermidiática'.

marcou o período entre guerras. A partir dos anos 50, a popularização gradativa da televisão incrementou a comunicação de massa, cujo apogeu remonta aos anos 70 (MARCONDES, 2000).

Os anos 80, porém, marcaram o início da era da personalização e da segmentação, com a entrada dos videocassetes e dos satélites no mercado. De modo limitado e parcial, a individualização do processo comunicativo teve início, por exemplo, com a possibilidade de o receptor gravar programas televisivos para assisti-los em outros horários. Posteriormente, a diversidade de canais pagos incrementou esse processo de segmentação da informação. A multiplicação das editorias jornalísticas, que segmentam assuntos e abordagens, data desse período, assim como a expansão de revistas e programas jornalísticos especializados.

Entre os anos 80 e 90, observou-se gradativa alteração na lógica social da comunicação. Aos poucos, a lógica da oferta, que caracteriza os meios de comunicação de massa, foi sendo substituída pela lógica da demanda, que caracteriza a comunicação hipermidiática. A lógica da oferta funciona por emissão de mensagens, ao passo que a lógica da demanda funciona por disponibilização e acesso.²

Ao longo do século 20, as mídias de massa foram se tornando formas híbridas de linguagem e compondo uma teia de relações denominada por Santaella (1992) de rede intermídia. A hipermídia consolida e refina a noção de rede intermídia. Além de integrar a rede intermídia e de se caracterizar justamente por ser um processo comunicativo que opera em rede³, a hipermídia ainda condensa, de modo bastante peculiar, os dispositivos

² Sobre o assunto, ver PALÁCIOS, 2003, in: www.fca.pucminas.br/jnc; WOLTON, 2001.

³ As redes sociais hipermidiáticas se diferenciam, por exemplo, por privilegiarem processos 'laterais' de comunicação em detrimento dos processos 'verticais' de comunicação, típicos dos meios de massa. Sobre o assunto ver ANTOUN, 2002.

semióticos oriundos de mídias de massa impressa, radiofônica e audiovisual. A proliferação de formatos variados de informação e a diversificação dos processos de mediação social caracterizam a rede hipermidiática, diferenciando-a, sob diversos aspectos, da mediação social nos meios de massa.

Com base nessas constatações, este trabalho busca discutir: 1) em que medida a diversificação dos processos de mediação social na internet altera a concepção jornalística consolidada pelos meios de massa; 2) em que medida os pressupostos jornalísticos dos meios de massa delineiam formatos diversificados de informação na internet.

Processos de mediação social nas mídias e na hipermídia

A função mediadora está intimamente relacionada à linguagem, ou seja, à capacidade de se produzir informações codificáveis e decodificáveis segundo os hábitos de comunicação de emissores e receptores. Essa perspectiva leva em conta “um poder originário de discriminar, de fazer distinções, portanto de um lugar simbólico, fundador de todo conhecimento” (SODRÉ, 2003, p. 21). A mediação no jornalismo de massa deriva dessa perspectiva, que favorece a existência de centros privilegiados de emissão.

Processos de mediação social se corporificam significativamente em mensagens que podem ser tecnicamente veiculadas. Meios técnicos de comunicação (também chamados veículos, canais ou suportes) são, porém, um modo entre outros de se favorecer a mediação social. Sodré (2003) distingue instituições mediadoras⁴ (família, escola, sindicato, partido, etc.) de midiatização, que se refere a

mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar tecnointeração –

⁴ Sobre mediação e mídia ver também BARBERO, 2001; DEBRAY, 2000.

caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada médium (SODRÉ, 2003, p. 21).

O jornalismo de massa tanto pode ser visto pelo prisma da midiatização quanto pelo prisma das instituições mediadoras que o legitimam socialmente. Em ambos, a mediação social enfatiza a formação de centros privilegiados de emissão.

A internet, porém, é um meio simultâneo de produção, difusão e armazenamento social da informação⁵. Esse ambiente sócio comunicacional favorece a propagação de informações colaborativas e pessoais, o que demanda uma apreensão estratificada das mediações sociais contemporâneas para se avaliar a natureza jornalística dessas informações. Assume-se aqui a hipótese de que o modelo de semiose de Charles Sanders Peirce⁶ pode oferecer contribuições à questão.

Na abordagem peirceana, mediação é sinônimo de semiose, ou seja, de transformação aprimorada⁷ de um signo em outro, o que resulta em comunicação⁸. Como um signo só se completa no posterior e este no seguinte, infinitamente, mediação seria a função sígnica primordial. Mediação, para Peirce, é comunicação, um processo estratificado de interações sígnicas variadas.

Na semiose, a mediação sígnica estabelece trocas sígnicas relacionadas à determinação oriunda de um pólo emissor (lugar lógico do objeto) e à representação

⁵ Informação é uma espécie de matéria-prima da comunicação, uma vez que aquilo que se comunica é genericamente chamado informação. De modo heterogêneo e nem sempre preciso, o termo delinea teorias e modelos de comunicação, sendo regularmente associado a “novidade”. No âmbito do jornalismo, costuma-se relacioná-lo a critérios de noticiabilidade. Na teoria de Charles Sanders Peirce, o termo aparece com relativa frequência, sempre associado a processos de aquisição de conhecimento.

⁶ Complexo e muito abstrato, o pensamento do filósofo Charles Sanders Peirce (1839-1914) tem sido recorrentemente solicitado para se compreender aspectos relacionados à Teoria da Comunicação. Sobre o assunto, ver, por exemplo, Bergman, 2001; Colapietro, 1995.

⁷ A perspectiva de aprimoramento contínuo da semiose é um preceito do pragmatismo peirceano, segundo o qual a semiose é um processo sígnico auto-corretivo e auto-gerativo. Sobre o assunto ver, por exemplo, KENT, 1987; SANTAELLA, 1992.

⁸ A tríade da semiose (signo, objeto e interpretante) pode ser considerada uma abstração máxima dos três elementos fundamentais de qualquer processo comunicativo (mensagem, emissor, receptor). Pela mediação, os componentes sígnicos intercambiam informação organizada na forma de mensagem. Nessa perspectiva, comunicação é um processo dialógico que resulta da semiose. Sobre o assunto ver, por exemplo, JOHANSEN, 1993.

proveniente de um pólo receptor (lugar lógico do interpretante)⁹. A operação semiótica de representação introduz, pela ação sígnica do interpretante, novas informações à semiose, enquanto a operação semiótica de determinação, ao contrário, apenas direciona o fluxo sígnico da semiose rumo ao interpretante. As duas operações, que são complementares na semiose, conformam a mediação sígnica. Pela representação posterior, a semiose aprimora a determinação sígnica precedente. A mediação, portanto, circunscreve o intercâmbio das duas operações semióticas, conformando a semiose e propiciando a comunicação.

Nessa perspectiva teórica, processos transmissivos de informação privilegiariam a operação semiótica de determinação sígnica, enquanto processos interativos de informação privilegiariam a operação semiótica de representação. Nota-se que o predomínio de uma operação semiótica não significa a ausência de outra. Não há semiose sem que haja determinação e representação, embora essas operações possam aparecer em graus diferenciados na mediação.

Processos de mediação social ambientados em meios técnicos de massa privilegiam o pólo da emissão (lugar lógico do objeto) em detrimento do pólo da recepção (lugar lógico do interpretante). Por causa disso, Cherry (1980) não os considera verdadeiramente comunicativos, preferindo denominá-los sistemas unilaterais de informação. Tais sistemas fundam-se em processos centralizados de mediação social e ancoram-se na operação semiótica de determinação¹⁰, que governa o regime de transmissibilidade das mensagens jornalísticas de massa. O jornalismo exemplifica essa abordagem.

Processos descentralizados de mediação social, dos quais a comunicação hipermediática é um exemplo, fundam-se predominantemente na operação semiótica de

⁹ Sobre o assunto ver SANTAELLA e NÖTH, 2004.

¹⁰ Sobre o assunto ver PARMENTIER, 1985.

representação¹¹ e se traduzem, assim, em mediações sociais diversificadas e marcadamente dialógicas. A idéia de mediação em Peirce, que engloba as operações semióticas de representação e de determinação, pressupõe transmissão, atualização e associação de informações. A diversificação dos processos de mediação social observável na internet favorece o desenvolvimento da mediação sígnica defendida por Peirce e, conseqüentemente, o aprimoramento dos processos comunicacionais tecnicamente mediados.

Híbrida, multifacetada e plural, a internet abriga processos diferenciados e complementares de mediação social, dos quais emergem formatos instáveis e plurais de informação. A dinâmica de imbricação desses processos revela procedimentos semióticos diferenciados e, em certa medida, distantes da lógica comunicacional dos meios de massa.

A semiose da mediação jornalística

O jornalismo obedece à lógica da comunicação de massa e, conseqüentemente, orienta-se pela operação semiótica de determinação, que governa o regime de transmissibilidade das mensagens nos meios de massa. Pauta-se, assim, pela primazia dos emissores sobre os receptores¹², de tal modo que os jornalistas tornam-se legítimos mediadores sociais da realidade, definindo quais acontecimentos devem ou não ser destacados em forma de notícia. Nessa perspectiva, a notícia é uma espécie de representação simbólica da realidade, que deriva de processos centralizados de mediação social.

¹¹ Sobre o assunto ver PARMENTIER, 1985.

¹² Teorias do jornalismo, como Agenda *Setting*, *Newsmaking* e Espiral do Silêncio, sublinham a primazia dos emissores sobre os receptores nos processos de mediação social relacionados à produção e à circulação das notícias. Sobre teorias do jornalismo ver, por exemplo, PENA, 2005.

[...] para ganhar o estatuto de notícia um fato deve passar por uma negociação que envolve o próprio acontecimento e seus atributos e algumas exigências decorrentes da natureza do trabalho jornalístico. É dessa negociação que começa a tomar forma a notícia (MOTTA, 1997, p. 310).

Como se dá sob domínio da operação semiótica de determinação, o jornalismo define a priori quais personalidades e pontos de vistas devem permear o acontecimento noticiado. Desse modo, determina não apenas o entorno da informação, como também seu alcance social. O jornalismo lida, assim, com uma noção de informação profundamente marcada pela transmissibilidade, que se destina prioritariamente a formar uma opinião social acerca de dado acontecimento, conformando certa representação social da realidade.

A informação não se limita a dar conhecimento do que é de interesse público; ao fazê-lo, fá-lo de uma certa perspectiva e com uma certa finalidade. [...] a informação dada visa muito mais suscitar nos destinatários da informação um certo posicionamento ou atitude (FIDALGO, 2003, p. 11¹³).

Reportagens representam os acontecimentos pela mediação da pauta. Esta determina as representações jornalísticas da realidade e, através da mediação das reportagens, determina como o público representará os acontecimentos cotidianos destacados pela mediação jornalística. “A pauta, que leva o repórter aos acontecimentos ou às fontes, é um signo resultante da seleção e interpretação de alguma mente. Como signo, desencadeia semiose que, no caso do jornalismo, investe-se de poder determinante” (HENN, 1996, p. 56).

De um meio de comunicação de massa a outro, a lógica jornalística privilegia a mesma operação semiótica. Já a hipermídia opera em outra dimensão semiótica, que se afasta, sob diversos aspectos, da lógica da comunicação de massa. Um dos grandes desafios para o jornalismo contemporâneo é, justamente, adequar-se ao novo ambiente comunicacional e ao tipo de operação semiótica que o modela.

¹³ Disponível em: <<http://www.bocc.pt/fidalgo-interesse-curiosidade-informacao.html>>; acesso em: 15 dez. 2003.

As operações semióticas que transitam na internet são potencializadas pelas características da linguagem hipermidiática, tais como multimidialidade, hipertextualidade e interatividade (LÉVY, 1999). Esses recursos aparecem de modo bastante variado na comunicação hipermidiática, revelando possibilidades diferenciadas de mediação social, como interpretação das informações veiculadas, escrita coletiva e debate¹⁴. De modo geral, pode-se afirmar que os recursos da linguagem hipermidiática enfatizam o predomínio da operação semiótica de representação sígnica. A atitude ativa do usuário, indispensável à operação semiótica de representação, é potencializada pelos recursos da linguagem hipermidiática, que se traduzem em processos complexos e diversificados de mediação.

A blogosfera¹⁵ - aqui entendida como espaço virtual de interações sociais diversificadas, fundadas na perspectiva pessoal da informação - sublinha esse predomínio semiótico. O jornalismo que emerge da internet lida, em maior ou menor grau, com essa dimensão da semiose. Na medida em que insere em sua perspectiva editorial elementos da blogosfera e das mediações sociais que lhe são correlatas, o jornalismo da internet distancia-se das características modeladoras do jornalismo de massa.

A semiose jornalística na internet

O jornalismo da internet é uma espécie de desdobramento semiótico do jornalismo de massa. Trata-se, assim, de um novo signo, equivalente ao primeiro sob alguns aspectos, mas diferente sob outros. Nesse novo 'signo jornalístico' observam-se aspectos da lógica

¹⁴ Sobre o assunto ver PRIMO, 2004.

¹⁵ Assume-se aqui uma perspectiva ampliada da noção de blog. Mais que um mero diário pessoal, blog se refere a formas variadas de divulgar representações pessoais dos acontecimentos, noticiáveis ou não. Esse conceito inclui diversificadas propostas comunicacionais fundadas na representação pessoal das informações, tais como fotoblogs (flogs), videoblogs (vlogs), sites de relacionamentos (como Orkut), *wikinews* e *podcasts*. Sobre blogs e redes sociais na internet ver RECUERO, 2005.

transmissiva dos meios de massa, como critérios de noticiabilidade¹⁶ e processos relativamente centralizados de mediação social. Mas, contraditoriamente, também se observam aspectos da lógica comunicacional típica da blogosfera, como processos descentralizados de mediação social que veiculam visões pessoais dos acontecimentos em formatos que privilegiam a atualização constante de micro-conteúdos. Em maior ou menor graus, a perspectiva interativa da comunicação é ressaltada.

Essa lógica híbrida de comunicação é observável, por exemplo, no jornalismo de portal. Observam-se, no jornalismo de portal, processos de atualização constante de informações. Isso, obviamente, problematiza a idéia de periodicidade oriunda dos meios de massa. Na mesma medida, os sistemas de busca de informação tornam o conteúdo não disponível na edição acessível ao internauta, permitindo, assim, maior autonomia do lugar lógico da recepção na semiose jornalística.

Ao mesmo tempo em que reproduzem a estrutura jornalística tradicional, os portais abrigam blogs, flogs, vlogs, chats e comunidades virtuais. Além disso, atuam como servidores de acesso à internet, delineando também a comunicação interpessoal na internet. Constituem, assim, redes sociais hipermidiáticas, razoavelmente diferentes das redes sociais típicas da comunicação de massa¹⁷.

O Portal Uol (www.uol.com.br), por exemplo, mantém uma série de blogs da redação, além de relacionar blogs de convidados e do público. Entre os blogs da redação, cujas informações freqüentemente são destacadas na *homepage* do portal, observa-se uma sutil subversão da noção de editoria, que sublinha o jornalismo de massa. Embora

¹⁶ Critérios de noticiabilidade se referem à identificação de valores jornalísticos, como momento do acontecimento, intensidade, clareza, proximidade, surpresa e continuidade, entre outros. Sobre o assunto ver CANAVILHAS, 2001; SOUZA, 2000.

¹⁷ Sobre jornalismo de portal no Brasil ver ZILLER, 2005.

referenciados em uma determinada perspectiva editorial, os blogs não têm compromissos com quaisquer recortes editoriais, nem mesmo os blogs da redação.

Em 02.06.2006 o “Blog do Tas¹⁸”, referenciado pelo Uol como “Diversão e Arte”, destacava a seguinte notícia: “Lula ofereceu a Quércia o lugar de vice em sua chapa de candidato a presidente”. No mesmo dia, um outro blog da redação, o “Blog do Sérgio Dávila¹⁹”, referenciado como “Cinema”, destacava uma entrevista feita por ele com uma seqüestradora iraniana.

Do ponto de vista do uso editorial dos recursos da linguagem hipermidiática, nota-se diferenças sutis entre ambos. Enquanto o “Blog do Tas” investe mais na perspectiva multimidiática, disponibilizando informações escritas, sonoras, fotográficas e videográficas, além de oferecer ao internauta a possibilidade assinar um *videopodcast*²⁰, o “Blog do Sérgio Dávila” opta por destacar informações escritas acompanhadas de fotografias, embora também disponibilize informações em formato *podcast*.

Os dois blogs mencionados imprimem perspectiva pessoal às notícias que veiculam. O “Blog do Tass” diferencia-se pelos comentários irreverentes de seu autor, em linguagem mais televisiva, enquanto o “Blog do Sérgio Dávila”, mais próximo das reportagens escritas, traz um perfil do jornalista feito por ele mesmo, atitude comum entre os “orkuteiros”. Dávila, inclusive, informa seu estado de espírito no dia com um símbolo, atitude muito comum entre os “blogueiros”. Além disso, indica livros, reportagens e websites jornalísticos.

¹⁸ Blog do jornalista Marcelo Tas (<http://marcelotas.blog.uol.com.br>).

¹⁹ Blog do jornalista Sérgio Dávila (<http://sergiodavila.blog.uol.com.br>).

²⁰ “Podcasting é uma forma de publicação de programas de áudio, vídeo e/ou fotos pela internet, que permite aos utilizadores acompanhar a sua atualização” (<http://pt.wikipedia.org/wiki/podcasting>, acessado em 02.06.2006).

Na mesma linha de “jornalismo pessoal”, o “Blog do Noblat²¹” mistura notícias com informações pessoais, constituindo, com outros blogs jornalísticos, uma outra modalidade de informação jornalística. Trata-se de uma espécie de representação própria dos critérios de noticiabilidade, determinantes da notícia.

Em 22 de Outubro de 2005, em meio à cobertura que fazia da Reunião Nacional do Partido dos Trabalhadores, que expulsou o ex-tesoureiro Delúbio Soares, Noblat comentou a expansão dos blogs de jornalistas e um desentendimento com a esposa. Não se trata, obviamente, da linguagem jornalística tradicional. Mesmo assim, o “Blog do Noblat” foi considerado pelo jornal argentino *El Clarin* a melhor cobertura brasileira do Mensalão²².

Se não tivessem surgido outros blogs sobre os bastidores do poder em Brasília, como o de Moreno, no Globo Online, e os de Fernando Rodrigues, no UOL, e do Josias de Souza, na Folha Online, eu talvez estivesse dormindo. Aliás, estou cansado porque fui ontem a Fortaleza para uma palestra e voltei hoje de lá em vôo que decolou às cinco e pouco da manhã. Estava querendo dormir esta tarde. Minha mulher quer ir ao cinema mais tarde. Mas aí teve essa história do Delúbio. E estou aqui. Moreno, Fernando e Josias têm mais juízo do que eu. Devem estar repousando - e fazem bem (NOBLAT, acessado em 22/10/2005).

Para além do jornalismo de portal e dos veículos de comunicação de massa ambientados na internet, as notícias conformam boa parte da blogosfera, o que ressalta o aspecto híbrido dessa lógica comunicacional: se por um lado evidenciam a diversificação de processos de mediação social, adicionando novos autores e abordagens à produção da notícia, por outro privilegiam aspectos transmissivos da informação veiculada, preservando critérios de noticiabilidade oriundos dos meios de massa.

O vlog²³ do jornalista norte-americano Brian Williams, que mistura informação videográfica com informação escrita, é um exemplo disso. Williams é âncora da NBC e, em

²¹ Blog do jornalista Ricardo Noblat (<http://noblat1.estadao.com.br/noblat>).

²² Relativo a denúncias de compra de votos no Congresso Nacional, que resultou em grave crise no Partido dos Trabalhadores, fundado pelo presidente do Brasil, Luís Inácio Lula da Silva. Sobre repercussão do “Blog do Noblat” no jornal *El Clarin*, ver a matéria “Famoso e influente sin salir de casa” (<http://www.clarin.com/diario/2005/09/26/conexiones/t-01012157.htm>, acessado em 01.06.2006).

²³ *Vlog Map* (www.vlogmap.org, acessado em 12.05.2006) relaciona diversas produções em formato de videoblog.

seu vlog *Daily Nightly* (<http://dailynightly.msnbc.com>), emite opiniões que não vão ar no telejornal que apresenta, disponibiliza matérias em processo de apuração e se coloca disponível para discutir com os internautas os rumos da edição. A atitude, obviamente, contradiz a lógica transmissiva dos meios de massa, incorporando aspectos da lógica interativa da internet aos processos de produção e circulação de notícia.

Ao lado dos blogs de jornalistas, diversos outros blogs noticiosos, produzidos por internautas, vêm conquistando audiência na internet. É o caso do noticiário em formato de videoblog da atriz norte-americana Amanda Congton (www.rocketboom.com)²⁴. Ela apresenta o noticiário de seu quarto, em um *notebook*, tendo um mapa como cenário. Vários internautas participam de seu vlog como colaboradores.

A perspectiva colaborativa da informação, nitidamente ancorada na operação semiótica de representação sígnica, expande-se vertiginosamente pela internet. Algumas experiências jornalísticas inovadoras fundam-se nessa perspectiva. Essas experiências editoriais contemporâneas, denominadas jornalismo participativo, jornalismo cívico ou jornalismo de fonte aberta²⁵, caracterizam-se por articular textos produzidos por jornalistas e por internautas. Nota-se, nessas experiências, presença recorrente de textos delineados por recursos da linguagem hipermidiática e por critérios de noticiabilidade, embora a participação de jornalistas e da linguagem jornalística tradicional seja relativa.

Lançado em 1997 pelo estudante de Ciências da Computação, Rob Malda, 21 anos na época, *Slashdot* (www.slashdot.org) tem sido frequentemente apontado como um dos mais relevantes exemplos de jornalismo participativo. O formato inovador caracteriza-se

²⁴ O vlog foi destaque no Caderno de Informática do *Jornal Folha de S.Paulo* (p.2, 07.09.2005).

²⁵ Há diferenças conceituais sutis entre as denominações. Uma boa exposição do tema pode ser encontrada em <<http://www.journalism.nyu.edu>>, *website* da *New York University* que apresenta propostas jornalísticas experimentais fundadas em pesquisas realizadas pela instituição. Uma frase síntese da proposta é: “*Open Source Journalism. Or: My readers know more than I do*” (<<http://www.journalism.nyu.edu/pubzone>>; acesso em: 4 fev. 2005).

principalmente pela ausência de processos centralizados de mediação social e por ser aberto a qualquer internauta que se interesse em publicar nele e/ou participar de seu fórum de discussão²⁶. Esse formato tem sido recorrentemente chamado de blog, fórum ou comunidade virtual, o que evidencia a predominância de mediações sociais típicas da internet e a indefinição conceitual que delinea os formatos emergentes de informação na internet.

Uma das mais relevantes contribuições de *Slashdot* à comunicação contemporânea refere-se ao processo de descentralização das mediações sociais, governado eletronicamente por um *software*. As informações publicadas em *Slashdot* são avaliadas pelos usuários, mediante um sistema eletrônico que indica moderadores temporários no website. Os usuários registrados são escolhidos automaticamente pelo sistema para serem moderadores, cuja função é avaliar, por um período determinado, as contribuições de outros usuários em uma escala de -1 a +5. Cada moderador recebe um número finito de pontos para distribuir, e, quando esses números acabam, termina sua função como moderador temporário no sistema²⁷.

Embora não se apóie em um sistema eletrônico que aponte moderadores temporários, *The Northwestvoice* (www.northwestvoice.com) é outro exemplo instigante de jornalismo participativo. Esse website divulga informações produzidas por sua equipe de reportagem e também por internautas, constituindo uma comunidade virtual composta por jornalistas e por colaboradores²⁸. Tal hibridismo de mediações sociais se traduz em diversificação das operações semióticas que delinham o website.

²⁶ Sobre o assunto, ver, por exemplo, CRAMER, 2003; MOURA, 1999.

²⁷ Sobre o assunto, ver JOHNSON, 2003.

²⁸ Uma comunidade virtual também se forma em torno do *The New York Times on the web* (www.nytimes.com). Eventualmente, contribuições dessa comunidade se tornam pautas jornalísticas na versão digital do periódico impresso. Por meio de um sofisticado software, a empresa rastreia os acessos dos membros dessa comunidade ao webjornal,

Segundo informações da revista digital *Wired*²⁹, esse é o primeiro experimento em jornalismo participativo on-line do qual derivou uma edição impressa semanal. A grande novidade, porém, é que a edição impressa é previamente aprovada pelos membros da comunidade virtual que fundamenta o jornal on-line. Assim, a operação semiótica que conforma essa singular comunidade virtual torna-se também delineadora também da edição impressa.

Desde 1995, *Salon* (www.salon.com) experimenta formas inovadoras de se fazer jornalismo na internet. Esse website, que possui sofisticado sistema de busca, igualmente mantém um sistema híbrido de informações, composto por contribuições de internautas, em forma de *posts*, fórum de debates e comunidade virtual, e por uma equipe de jornalistas, responsável pela edição do website e por reportagens. *Salon* tem recebido anualmente, desde 1996, diversos prêmios relativos à experiência jornalística que inaugura.

Considerações finais

Os experimentos relatados associam, em graus diferenciados, aspectos complementares das operações semióticas de determinação e de representação sígnica, imprimindo perspectiva híbrida e mutante às informações jornalísticas na internet. As mediações sociais que delineiam esses experimentos denotam, porém, um predomínio evidente da operação semiótica de representação, através da qual se conformam novas possibilidades de produção e circulação de notícias.

Nota-se, nesses experimentos, uma relativa descentralização dos processos de mediação social, mas não a eliminação desses processos. Observa-se ainda que critérios de

constituindo um refinado banco de dados sobre hábitos e interesses de leitura. Assim, embora a linguagem jornalística de *NYTimes.com* espelhe o suporte impresso que lhe é referencial, observam-se alterações significativas nas mediações sociais que delineiam a versão digital do periódico.

²⁹ Disponível em: <<http://www.wired.com/news/culture>>; acesso em: 4 fev. 2005.

noticiabilidade misturam-se à perspectiva pessoal da informação veiculada, confundindo recortes editoriais oriundos dos meios de massa e alterando pressupostos conceituais da linguagem jornalística tradicional. Há, portanto, processos diversificados de mediação social que representam variadamente a determinação jornalística proveniente dos meios de comunicação de massa.

A periodicidade, marca do jornalismo de massa, também se altera nesses experimentos, que investem em processos variados de atualização das informações. Os sistemas de busca expandem o acesso às informações passadas, contribuindo para diversificar a noção de edição, atributo da periodicidade. Já os recursos da linguagem hipermidiática imprimem aspectos semióticos diversificados às informações veiculadas nesses experimentos noticiosos, conjugando especificidades oriundas de vários meios de comunicação de massa.

Pode-se considerar que esses experimentos noticiosos são determinados, em grande medida, pelos critérios de noticiabilidade oriundos dos meios de massa, mas representam o “olhar” hipermidiático contemporâneo sobre tais critérios, observável em processos diversificados de mediação social. Sem compromisso com a lógica editorial dos meios de massa, os critérios de noticiabilidade na internet refletem a dinâmica dos posicionamentos pessoais típicos da blogosfera. A operação semiótica de representação, portanto, altera a perspectiva determinista dos critérios de noticiabilidade oriundos dos meios de massa.

A emergência na internet de formatos mais livres e dinâmicos de informação atesta a semiose do jornalismo na contemporaneidade. Por um lado, reconhece-se nesses experimentos algo do bom e velho jornalismo de massa, mas, por outro, depara-se com o inusitado, que se expressa através da diversidade de formatos e de propostas editoriais. Trata-se, certamente, de um novo signo jornalístico, fundado na diversificação dos

processos de mediação social. Esse novo signo jornalístico, um prolongamento semiótico do jornalismo de massa, modifica, por diferenciados processos de representação, a determinação conceitual oriunda do jornalismo de massa. É jornalismo e não é.

Referências Bibliográficas

ANTOUN, Henrique. *A multidão e o futuro da democracia na cibercultura*. <http://www.comunica.unisinos.br/tics/textos>, acessado em 21/10/2005.

BARBERO, Martins Jesús. *Dos meios às mediações – comunicação, cultura, hegemonia*. Trad.: Ronaldo Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

BERGMAN, Mats. Misunderstanding and successful communication. In: OSTERMAN, Siitonen et al (eds). *Communication and Intelligibility*. Helsinki: Societas Philosophica Fennica, 2001.

CANAVILHAS, João. *O domínio da informação-espectáculo na televisão*, 2001. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt>> Acesso em 12 abril de 2006.

CHERRY, Colin. The communication explosion. IN: FOSTER, Mary lecron; BRANDES, Stanley H. (eds). *Symbols as sense*. New York: Academic Press, 1980.

CRAMER, Florian. *The computer geek fórum slashdot.org could give you an idea of the future of online journalism*. Disponível em: <<http://www.fu-berlin.de/cgi-bin/htdig/showne.cgi?url>>. Acesso em: 15 out. 2005.

COLAPIETRO, Vicent. Immediacy, opposition and mediation: Peirce on irreducible aspects of the communicative process. In: LANGSDORF, Lenore; SMITH, Andrew (eds). *Recovering pragmatism's voice – the classical tradition*. Rorty and The Philosophy of Communication. Albany: State University Press of New York Press, 1995.

DEBRAY, Régis. História de quatro “M”. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado (Orgs.). *Para navegar no século 21 – tecnologias do imaginário e cibercultura*. Porto Alegre: EDPUCRS e Editora Sulina, 2003. p. 137-160.

JOHANSEN, Jorgen Dines. *Dialogic semiosis: an essay on signs and meaning*. Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press, 1993.

KENT, Beverley. *Charles S. Peirce – logic and the classification of sciences*. Kingston and Montreal: McGill-Queen’s University Press.

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. Trad.: Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e jornalismo – a saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Teoria da notícia – as relações entre o real e o simbólico. In: MOULLIARD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). *O jornal – da forma ao sentido*. Trad.: Sérgio Grossi Porto. Brasília: Paralelo 15, 1997.

MOURA, Catarina. *O jornalismo na era Slashdot*. Disponível em: <<http://www.bocc.pt/moura>>, 1999. Acesso em: 10 nov. 2003.

JOHNSON, Stevens. *Emergência: a dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares*. Trad.: Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

PALACIOS, Marcos. *Fazendo jornalismo em redes híbridas: notas para discussão da internet como suporte mediático*. Disponível em: <<http://www.fca.pucminas.br/jornalismocultural>>. Acesso em: 20 dez. 2003.

PARMENTIER, Richard J. Sign's place in media res: Peirce's concept of semiotic mediation. In: MERTZ, Elizabeth; PARMENTIER, Richard J. (Eds.). *Semiotic mediation*. Orlando: Academic Press, 1985.

PENA, Felipe. *Teorias do jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

PRIMO, Alex. *Quão interativo é o hipertexto? Da interface potencial à escrita coletiva* (www.ufrgs.Br/limc/PDFs/primo, acessado em 21.10.2005).

RECUERO, Raquel. *Um estudo do capital social gerado a partir de redes sociais no Orkut e weblogs*. <http://www.pontomidia.com.br/raquel/chile2005.pdf>, acessado em 21/10/2005.

SANTAELLA, Lúcia. *A assinatura das coisas – Peirce e a literatura*. São Paulo: Imago, 1992.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. *Semiótica e comunicação*. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

SILVA, Luis Martins. Imprensa, discurso e interatividade. In: MOULLIARD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). *O jornal – da forma ao sentido*. Trad.: Sérgio Grossi Porto. Brasília: Paralelo 15, 1997.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho – uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2003.

SOUSA, Jorge Pedro. *As notícias e seus efeitos*. Coimbra: Minerva Coimbra, 2000.

WOLTON, Dominique. *E depois da internet?* Algés: Difel 82, 2001.

ZILLER, Joana. *Qualidade de informação em webjornais – a demanda e a tradução intersemiótica*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Informação (UFMG). Belo Horizonte, 2005.

A função das ilustrações jornalísticas

Gilmar Hermes¹

Resumo: O texto apresenta alguns referenciais para a configuração da modalidade profissional da ilustração jornalística. A partir de definições gerais e elementos históricos dos desenhos de imprensa, busca indicar alguns caminhos para a delimitação do papel nas ilustrações nas rotinas produtivas jornalísticas, considerando que se trata de um trabalho marcado por elementos estéticos.

Palavras chave: Ilustrações, jornalismo, semiótica, estética, rotinas produtivas

Na minha pesquisa de doutorado, *As Ilustrações de Jornais Diários Impressos: Explorando Fronteiras entre Jornalismo, Produção e Arte* (2005); estudei as rotinas do trabalho de ilustradores basicamente entre os anos de 2003 e 2004. Usando a teoria semiótica de Charles Sanders Peirce, aliada às teorias do jornalismo, observei as características da atividade de ilustração, pensando-a como um tipo de trabalho permeado por valores artísticos e característicos da atividade jornalística.

Neste texto, recupero alguns aspectos históricos relacionados à ilustração e também, a partir de alguns depoimentos coletados durante a pesquisa, identifico o tipo de funcionalidade que essas imagens desenhadas exercem. Através de entrevistas realizadas com editores e ilustradores dos jornais *Folha de São Paulo*, além de depoimentos coletados durante as observações das rotinas produtivas dos jornais *Zero Hora*, *Jornal da Tarde* e *O Estado de S. Paulo*; cheguei a uma primeira definição da funcionalidade das ilustrações, entre outras questões.

Essas imagens que tenho em vista estão sempre relacionadas a textos verbais, não podendo confundir-se com as charges e os cartuns, que aparecem de forma autônoma. Diferenciam-se também das fotografias, por serem produzidas com uma intervenção manual ou através de ferramentas informatizadas.

Conforme o *Dicionário de Comunicação* (RABAÇA; BARBOSA, 2002), a ilustração é qualquer imagem que acompanha um texto de jornal. Pode ser mais importante do que o texto

¹ Doutor em Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Na mesma instituição, atua como professor nas disciplinas de História da Arte, Comunicação e Filosofia; e Mídia e Cultura.

escrito ou, mesmo, prescindir do texto, apesar de estar constituindo uma unidade do espaço gráfico.

Produzidas para acompanhar textos, essas imagens aparecem junto às redações opinativas, na maioria das vezes. A parte verbal nem sempre é escrita por jornalistas, mas por personalidades relevantes socialmente, convidadas a escrever no jornal. As ilustrações também aparecem no lugar que seria ocupado por fotos em matérias de assunto complexo ou polêmico, difíceis de ilustrar ao modo dos textos de caráter mais noticioso. Há ainda os infográficos, que apresentam informações diagramaticamente, fazendo uso de ilustrações.

A maioria das fotos de um jornal diário apresenta figuras humanas e tem um caráter indicial. A ilustração pode ser uma forma criativa de apresentar, mais uma vez, a mesma personagem. Isso é o que acontece, por exemplo, nas caricaturas.

Há jornais como a *Gazeta Mercantil*, que, ao tratar de um assunto árido como a economia, opta por ter desenhos no lugar das fotografias. Suas páginas são ilustradas com retratos desenhados dos seus colunistas e das fontes, já que conta com grande número de textos opinativos. Além disso, usa os infográficos, uma maneira de tornar mais claras e evidentes as informações, através de diagramas.

Muitas vezes, as ilustrações podem ter uma qualidade caricatural, embora não possam ser confundidas meramente com caricaturas, que podem exercer a função de charges ou cartuns, de forma independente e não tendo uma relação direta com um texto verbal.

No livro *Caricatura – A Imagem Gráfica do Humor*, o autor Joaquim da Fonseca (1999) usa o termo “caricatura” de maneira abrangente, considerando, no âmbito dessa técnica, a charge, o cartum, o desenho de humor, a tira cômica, a história em quadrinhos de humor e a caricatura pessoal. São concepções que intervêm nas práticas profissionais dos ilustradores.

A charge satiriza um fato específico, que seja de conhecimento público. Pode ter versões no formato narrativo das histórias em quadrinhos, a exemplo das tiras, com a seqüência de figuras desenhadas. O cartum é um desenho caricatural atemporal e universal. Com um caráter artístico acentuado, o desenho de humor é um cartum, que não visa primeiramente provocar o riso, mas apresentar um fato sob a perspectiva do humor.

A caricatura pessoal “[...] utiliza a deformação física como metáfora de uma idéia, limita-se ao exagero das características físicas de uma pessoa” (FONSECA, 1999, p.28). Embora a caricatura não contemple plenamente a definição de ilustração, há muitas ilustrações que

poderiam ser definidas por essas características, especialmente quando se referem a matérias tratando de uma personalidade específica.

O *Dicionário de Comunicação* (RABAÇA; BARBOSA, 2002, P.106) define caricatura como representação da figura humana “*com características grotescas, cômicas ou humorísticas*”. A obra também estabelece a charge, o cartum, o desenho de humor, a tira e a história em quadrinhos, como subdivisões da caricatura.

As caricaturas – apesar de serem ícones – têm um forte caráter indicial, pois remetem diretamente às personalidades representadas. É na ordem icônica, contudo, que está a sua geração de interpretantes mais relevante, acentuando ou alterando um ou outro aspecto qualitativo dessas figuras humanas.²

Distorções são comuns em caricaturas, gerando um efeito cômico, acentuando um ou outro aspecto da fisionomia. Entre os ilustradores, no entanto, atualmente, há uma consciência crítica sobre as soluções fáceis, que tendem a ocorrer nesse tipo de procedimento. É o caso, por exemplo, de fazer uma imensa cabeça, junto a um pequeno corpo.

Muitas vezes, a caricatura se torna uma maneira mais atraente de remeter a uma fonte jornalística do que a fotografia. Enquanto a fotografia não faz com que tenhamos consciência de sua iconicidade³, em função do seu forte caráter indicial, as caricaturas são uma forma de enfatizar o aspecto icônico, embora também não possam se livrar de seus aspectos indiciais e simbólicos.

Outras duas definições importantes, relacionadas com a questão da ilustração, são o infográfico e a vinheta. Os infográficos vêm sendo cada vez mais utilizados na mídia impressa, talvez por influência da internet. Trata-se de uma criação gráfica “[...] *que usa recursos visuais (desenho, fotografias, tabelas, etc.), conjugados a textos curtos, para apresentar informações jornalísticas de forma sucinta e atraente*”. (RABAÇA; BARBOSA, 2002, p. 388.) A vinheta é um elemento decorativo abstrato ou figurativo, usado como ornato intratextual.

² Uma das classificações sógnicas mais conhecidas de Peirce é aquela que se refere à relação do signo com seu objeto. Numa primeira definição, o ícone seria aquele signo marcado por relações de semelhança com seu objeto, estabelecidas por aspectos qualitativos próprios da categoria fenomenológica da primeiridade, o índice por uma relação física ou de contigüidade (secundidade), e o símbolo por seu caráter de lei ou convenção (terceiridade).

³ Pelo fato de ter uma relação física com o seu objeto através dos reflexos luminosos, o signo fotográfico tem um caráter indicial, que não leva necessariamente à percepção de seus atributos qualitativos, mas a tomarmos esse signo como a ocorrência de algo, independente de seus atributos qualitativos, o que tende também a chegar ao plano simbólico, como a ocorrência de uma classe de objetos.

Os infográficos não pesam tanto pela dimensão estética, como ocorre com as ilustrações. São, porém, um elemento de contraponto e problematização das ilustrações, já que se colocam, sobretudo, como um texto informativo, de caráter visual e, também, com atributos estéticos, principalmente como signos diagramas.

Muitos ilustradores também estão exercendo a função de infografistas ou vice-versa. As infografias, no entanto, não tendem a ser produzidas por artistas, embora existam artistas plásticos que atuem profissionalmente como ilustradores. Há alguns casos em que esses se colocam diante da tarefa de ilustração, no papel de artistas plásticos, e não como ilustradores profissionais, tal como ocorre com as ilustrações do jornal *Folha de São Paulo*, aos domingos, na página três.

Referenciais: Caricaturas e Histórias em Quadrinhos

Conforme Edson Carlos Romualdo, no seu livro *Charge Jornalística – Intertextualidade e Polifonia* (2000), é difícil hoje imaginar como os jornais tinham uma aparência monótona antes, quando eram compostos apenas por textos verbais, sem ilustrações. Nos Estados Unidos, a primeira gravura para ilustrar uma reportagem foi publicada em 1835, por James Gordon Bennett, embora as caricaturas já circulassem há mais tempo na forma de folheto.

O primeiro jornal diário americano a usar ilustrações regularmente foi o Daily Graphic, de Nova York, em 1873. Os outros jornais perceberam a tendência do público em consumir os diários ilustrados e, na década de 1880, as ilustrações passaram definitivamente a fazer parte dos jornais americanos. (ROMUALDO, 2000, p.11.)

O desenvolvimento da caricatura está muito ligado ao desenvolvimento das técnicas de reprodução. Suas origens podem ser encontradas desde o início da história. Foi, no entanto, um produto do Renascimento em função da importância do crescente individualismo a partir desse período. A caricatura, como retrato satírico, surge a partir da obra de Agostino Carracci, no final do século XVI. A família Carracci mantinha uma academia em Bolonha, tendo como uma das suas principais atividades a pintura de gênero, voltada a cenas do cotidiano. O interesse por personagens populares teria levado ao surgimento da caricatura. “*Agostino chegou a fazer anotações da execução de um criminoso em seu livro de esboços.*” (FONSECA, 1999, p.50.)

O francês Jacques Callot (1592-1635) foi um expoente histórico do uso da caricatura como sátira social, tendo vários seguidores. A Holanda, em função do regime de liberdade que desfrutava, era um refúgio para os descontentes políticos. Por isso, serviu de berço para a caricatura política. Tornou-se o centro de lançamento de caricaturas que satirizavam Luis XIV. A

primeira aparição da caricatura, na Inglaterra, deve-se ao processo judicial do doutor Sacheverell em 1710. Conforme Fonseca (1999), as caricaturas pessoais começaram a circular de tempos em tempos e eram vendidas como folhas avulsas nas ruas.

Um dos principais caricaturistas da história foi William Hogarth, que nasceu em 1697, em Londres, época em que o interesse pelas caricaturas já era grande entre os ingleses. Conforme Joaquim da Fonseca (1999), Hogarth se destacou por desenhar cenas humorísticas sem efeitos caricaturais grosseiros ou deformações físicas, demonstrando conhecer a personalidade dos seus retratados.

Os efeitos que obtinha eram primeiramente dramáticos, antes de serem gráficos. Seus desenhos, principalmente pela narrativa em seqüência, podem ser reconhecidos como precursores diretos da história em quadrinhos. (FONSECA, 1999, p.59.)

É interessante notar os vínculos que existem entre o desenvolvimento das caricaturas e das histórias em quadrinhos, que influenciaram a linguagem da ilustração na imprensa. Antecipando as histórias em quadrinhos, conforme Scott McCloud, uma das “histórias com imagens” de Hogarth foi *O Progresso de uma Prostituta*, publicada em 1731. Ele teria chegado a uma maior sofisticação, com uma narrativa rica em detalhes e motivada por preocupações sociais. “As histórias de Hogarth foram mostradas pela primeira vez como uma série e pinturas e, mais tarde, vendidas como portfólio de gravuras.” (McCLOUD, 2005, p.17.)

Outros caricaturistas tiveram um vínculo muito forte com a origem das histórias em quadrinhos. James Gillray (1757-1815) fez uso do balão de fala e foi o pioneiro da continuidade de painéis. George Cruikshank (1792-1878) estabelecia correspondências entre os balões, para marcar mudanças rápidas entre as falas das personagens. “A partir da Inglaterra, as técnicas da caricatura espalharam-se por toda parte, [...]” (FONSECA, p.63.)

Há importantes artistas plásticos vinculados à história da caricatura. O pintor espanhol Francisco de Goya y Lucientes (1746-1828) consagrou-se na história da arte com as suas séries de gravuras, entre as quais, *Los Caprichos*, onde ridiculariza os comportamentos da nobreza, e *Los Desastros de la Guerra*, onde mostra cruamente o horror dos combates bélicos.

Honoré Daumier (1808-1879) trabalhou no jornal *La Caricature*, criado por outro caricaturista, o francês Charles Philipon, em 1830. Travando uma guerra com o rei Louis-Philippe, o periódico foi fechado em 1835, quando leis contra a imprensa estabeleciam a censura oficial. Daumier foi condenado à prisão por ter feito uma caricatura do monarca, que foi vendida como uma gravura avulsa. Saindo da prisão, depois de passar por um período de crítica aos

costumes, conquistou um espaço de maior liberdade de expressão, criando personagens como Ratapoil, “[...] *um partidário do militarismo, personagem político e policial* [...]” (FONSECA, 1999, p.80.). Daumier foi amigo do historiador Jules Michelet e foi comparado a Michelângelo, por Balzac, apesar de que esse escritor não chegou a conhecer os seus trabalhos mais significativos de pintura, iniciados em 1848.

Outro mestre da caricatura do século XIX, é Paul-Gustave-Louis-Christophe Doré, conhecido como Gustave Doré (1833-1883), que se tornou famoso sobretudo como ilustrador de livros. Trabalhando com os contrastes entre o preto e o branco, ele fez interpretações grotescas e bizarras da natureza em ambientes com amplas áreas escuras.

Em 1831, surge a revista *Punch* em Londres. Chegou a ser a mais antiga publicação humorística do mundo ao fechar suas portas no final da década de 1980. Nela, John Leech (1817-1864) populariza o termo *cartum*, em 1843, através da charge com o título *Cartoons for the Walls of the House of Parliament (Cartuns para as Paredes da Casa do Parlamento)*.

Em 1870, o cartunista alemão Thomas Nast (1840-1884), radicado nos Estados Unidos, ficou conhecido pelos ataques à administração da cidade de Nova York. A liberdade de imprensa e as tiragens de centenas de milhares de exemplares permitiram atingir a um público massivo. Aos 20 anos de idade, esse desenhista já havia ocupado o cargo de “artista-repórter” em coberturas para o *New York Illustrated News* e para o *Illustrated London News*.

Foi Nast quem definiu a estrutura e a forma do cartum político na imprensa norte-americana e estabeleceu, para as gerações que se seguiram, os padrões de resolução gráfica e as fronteiras do bom gosto, do julgamento e da ética profissional. Nast fez do cartum político na América uma força que passou a ser reconhecida e que removeu o manto de anonimato de sua profissão. (FONSECA, 1999, p.97-98.)

Após a II Guerra Mundial, as caricaturas perderam um pouco da sua importância, junto com a imprensa escrita, diante dos novos meios técnicos. As imagens fotográficas, o cinema e a televisão passaram a competir como meios de comunicação. O jornalismo moderno também começou a focar menos os políticos e mais os artistas e outras celebridades. Os desenhos também se modificaram, assimilando conceitos da arte moderna.

Saul Steinberg (1914-1999) fez sucesso com suas caricaturas para a revista *The New Yorker*. Seu trabalho é um exemplo do reconhecimento do desenho para a imprensa nos meios artísticos. Em 1946, fez sua primeira exposição individual no Museu de Arte Moderna de Nova York, tendo suas obras no acervo dessa instituição e no Museu Metropolitano de Nova York.

Com uma composição marcada pela simplificação, o estilo teria aproximações com o Surrealismo. Fonseca considera-o como o “[...] *mais original e influenciador dos cartunistas modernos.*” (FONSECA, 1999, p.172.)

Uma das maiores referências do desenho de imprensa brasileiro é o jornal *Pasquim*, fundado em 1969, pelo jornalista Tarso de Castro. Destacou-se na luta contra o regime militar e pela divulgação de temas novos na época, como a liberação sexual e os questionamentos sociais.

No seu livro *O Pasquim e os Anos 70: mais pra epa do que pra oba...*, José Luiz Braga observa que os cartuns tiveram uma presença “*preponderante e central*” nessa publicação. “[Os] *principais componentes gráficos e visuais do jornal... são os cartuns e ilustrações.*” (BRAGA, 1991, p.160.) Apesar de a ilustração ser concebida como uma forma não-verbal, subordinada ao texto, ele observa que, nesse jornal, ela corresponde a um elemento, no mínimo, com a mesma importância. Ultrapassa a função de mero complemento visual.

Cada ilustração traz a marca do estilo, que caracteriza o desenho como um comentário sobre o texto, em uma visão pessoal do desenhista. O fato de alguns desenhistas virem regularmente associados a alguns autores de texto assinala uma relação subjetiva de preferências e afasta justamente o uso do desenho como mero acessório visual de uma expressão verbalizada. (BRAGA, 1991, p.160.)

Braga define *O Pasquim* como um jornal de desenhistas, que explorou as possibilidades jornalísticas do desenho. As ilustrações apresentavam uma ampliação das abordagens com elementos adicionais, podendo adquirir uma existência independente. As imagens humorísticas, da mesma forma que os textos, ganham sentido de acordo com o universo cultural do jornal. Há, também, ilustrações sérias, com um “[...] *desenho inquietante, que trabalha o absurdo e o horror.*” (BRAGA, 1991, p.167.) Nessa última categoria, ele cita a profissional Mariza Dias Costa, que faz ilustrações para o jornal *Folha de São Paulo* nesse período estudado.

As histórias em quadrinhos podem encontrar suas origens, da mesma forma que a caricatura, nos primórdios das civilizações, no Egito e no Império Romano, quando já existiam formas visuais narrativas, com seqüências de imagens.

Vários elementos que constituíram a linguagem gráfica dos quadrinhos apareceram anteriormente nas caricaturas, cartuns, charges e nas novelas populares em folhetim. O advento dessa forma de ilustração, no entanto, se dá com o *Yellow Kid* (Garoto Amarelo), criado pelo desenhista Richard Felton Outcault para o suplemento dominical *Sunday World*, do jornal *New York World*, em 1895.

O autor Scott McCloud, no livro *Desvendando os Quadrinhos* (2005), desenvolve um texto teórico, usando a própria linguagem dos quadrinhos. Ele busca evidenciar as suas características, como uma forma artística particular. O texto de McCloud torna-se uma referência importante, por demonstrar lógicas que correspondem ao que se pode observar entre os ilustradores dos jornais. Todas as citações feitas sobre a obra de McCloud aqui tornam-se precárias, já que deveriam estar acompanhadas dos seus desenhos, para uma real completude. Ele toma como referência os trabalhos de Will Eisner (*Quadrinhos e Arte Sequencial*/1985) e Art Spiegelmann, famoso por seus trabalhos documentais em quadrinhos.

Segundo McCloud, o pai dos quadrinhos modernos seria Rodolphe Töpffer, que empregava, em meados do século XIX, a combinação inderpendente de palavras e figuras.

As revistas inglesas de caricatura mantiveram vivas as tradições e, à medida que o século XX se aproximava, as histórias em quadrinhos começaram a florescer num fluxo regular de fantasias que continua até hoje. (McCLOUD, 2005, p.18.)

Um dos passos fundamentais, para a popularização dessa arte, foi o surgimento da imprensa. Segundo McCloud, um dos maiores problemas enfrentados pela arte dos quadrinhos, porém, tem sido o preconceito. Ele cita casos de profissionais que não foram reconhecidos como quadrinistas, pelo tom pejorativo dado a essa forma de expressão. O artista surrealista Max Ernst produziu o “romance em colagem” *A Week of Kindness*, uma obra-prima da arte moderna, com 182 colagens, a serem lidas de forma seqüencial. “*Mas nenhum professor de história da arte sonharia em chamar aquilo de ‘quadrinhos’!*” (McCLOUD, 2005,p.19.)

A autora Sonia Bibe-Luyten também alerta para esse problema enfrentado pelos quadrinhos. “[O] *quadrinho tem sofrido muito em matéria de desprestígio por parte de intelectuais e educadores do próprio mundo ocidental. Essa condição de subproduto da cultura que acompanha as HQ está em função da estrutura industrial de grande escala,...*” (BIBE-LUYTEN, 1987, p.8.)

Algumas definições do papel da ilustração

O mesmo preconceito sofrido pelos quadrinhos pode estar ocorrendo com as ilustrações no contexto do jornalismo. No ponto de vista histórico do desenho de imprensa, de uma maneira geral, vê-se o seu vínculo conceitual com o jornalismo opinativo, mas as ilustrações não se limitam a isso. Um dos pontos históricos que aqui não desenvolvo, mas que merece atenção, é a atuação dos ilustradores como repórteres.

A partir do ponto de vista dos profissionais que atuam em veículos de grande circulação é possível considerar o que tende a definir o papel da ilustração dentro do corpo do jornal, considerando que há esse pano de fundo histórico, que relaciona à atividade à caricatura e às histórias em quadrinhos.

Massimo Gentile⁴, o editor da *Folha*, argumenta que as ilustrações fazem parte dos recursos que o jornal tem, oferecendo um produto informativo, com páginas agradáveis e soluções surpreendentes, diariamente, para o leitor. As ilustrações, segundo o editor, visam estimular o leitor a ler as matérias e os comentários.

Fazem parte dos recursos que a gente tem, ou seja, oferecer, ao mesmo tempo, um produto informativo, com páginas agradáveis e soluções surpreendentes, diariamente, para o leitor,... um apelo visual que leve à leitura, que leve à compreensão geral do assunto. Nesse sentido, você tem vários recursos: a fotografia, a diagramação, a infografia e também tem a ilustração. O problema é saber usar os recursos corretos na hora certa. E não errar, não colocar a ilustração na página errada, não tirar a foto na página onde precisaria, não espremer o texto, para colocar uma foto horrível, errada, num espaço onde era talvez importante ter 50 centímetros a mais de texto. O importante é saber usar todos os recursos de um jeito equilibrado, para poder a manter viva a atenção do leitor.

O ilustrador Emilio Damiani⁵ nota que a valorização das ilustrações vem dando uma personalidade gráfica à *Folha*. A convivência de diferentes tipos de traços, que poderia ser algo “arriscado e complicado”, segundo ele, consegue ser aproveitada de maneira a propiciar uma aparência agradável ao jornal. “A gente acaba tendo uma situação bastante favorável para a colocação do nosso trabalho. [...] A Folha abre espaços generosos.”

Algumas das colunas mais importantes, as mais lidas... estão sempre marcadas com alguma coisa,... têm sempre uma ilustração específica, alguma coisa que as marque também do ponto de vista gráfico. Isso é uma tradição fortíssima na Folha, fortíssima no jornal, e acaba dando uma cara muito diferenciada,... muito boa, porque é [algo] que eu não vejo acontecendo nos outros [jornais].

Com a função de induzir à leitura do texto, o caráter da ilustração, para Emilio, é ser “absolutamente visível”, mais do que qualquer texto verbal. A redação exige atenção e tempo para a sua compreensão, enquanto a função da ilustração seria algo “imediate”. “Você olha, vê, gosta, não gosta, entende ou não entende.”

⁴ As informações prestadas por Massimo Gentile, constantes neste trabalho, foram resultado de uma entrevista, realizada no dia 12 de fevereiro de 2003, em São Paulo.

⁵ Emilio Damiani concedeu duas entrevistas, uma no dia 12 de fevereiro de 2003, logo após o editor de arte Massimo Gentile; e outra, no dia 24 de julho de 2003.

No ponto de vista de Carvall⁶, a ilustração serve para chamar a atenção para a matéria, já que a primeira aproximação que o leitor tem é com a imagem. "*Você deve ser objetivo, trabalhar com ícones simples de entender*".

O artista plástico Marcelo Cipis⁷ reclama da falta de atenção e da desvalorização das ilustrações, como um objeto de estudo, o que demonstraria, segundo ele, a falta de reconhecimento dessa atividade. A ilustração poderia acrescentar "*uma informação, uma emoção*" e, ao mesmo tempo, "*ser um descanso para o olho*". "*Você raciocina de outra forma, de forma visual, ao invés da leitura e das palavras.*"

Para outro artista plástico que atua simultaneamente como ilustrador jornalístico, Alex Cerveny⁸, o traço do artista ajuda a dar uma identidade para o jornal. "*É um conforto, para as pessoas, encontrar aquilo na rotina do jornal.*" Ele cita a experiência da revista norte-americana *The New Yorker*⁹, como a concretização da utopia da ilustração. Nessa publicação, os ilustradores fazem leituras dos fatos, cujas redações não são acompanhadas de fotos e, sim, de desenhos.¹⁰ O diferencial da *Folha*, conforme Cerveny, seria a atenção para esse aspecto do jornalismo, apesar das condições adversas da imprensa escrita brasileira. "*É um jornal que, mesmo nessa crise toda, tem a preocupação de sempre ter uma equipe de artistas trabalhando.*"

A ilustração seria uma "*isca*", "*um chamado*", "*uma propaganda*". "*Ela dá um descanso para a vista, na hora em que estiver cansada do texto*". Para o "*olho treinado*", ela resumiria o texto e poderia até ganhar maior importância. "*Por exemplo, acho mais gostoso ver a ilustração do Marcelo Cipis, do que ler o texto do Pasquale.*"

⁶ Carvall (Fernando Carvalheiro) concedeu uma entrevista no dia 22 de julho de 2003.

⁷ Marcelo Cipis foi entrevistado no dia 24 de julho de 2003.

⁸ Alex Cerveny concedeu uma entrevista no dia 24 de julho de 2003.

⁹ Conforme Fonseca (1999), a revista *The New Yorker* foi fundada em 1925, trazendo um tipo de cartum em que a ênfase era dada pela apresentação visual dos vestuários, locais e situações humorísticas. Além de ser a vitrine de centenas de caricaturistas, teve, entre seus redatores, Dorothy Parker, John Updike e Truman Capote. Entre as revelações da revista, esteve o cartunista Charles Addams, criador da Família Addams, que deu origem ao seriado de televisão e filmes.

¹⁰ A edição do dia 7 de fevereiro de 2005, da revista *The New Yorker*, teve um desenho na capa, e, no seu conteúdo editorial, 53 desenhos (entre 17 cartuns, uma charge, 16 ilustrações e 19 vinhetas), duas reproduções de pinturas e sete fotos. Entre as ilustrações, várias tinham um caráter caricatural. Um dos aspectos mais distintivos é que, na seção de entretenimento *Goings About Town*, as atrações culturais da cidade não são ilustradas com fotografias dos shows e filmes, mas com desenhos que ficam entre a reprodução fotográfica e a caricatura, marcados pelos estilos de seus autores, na maioria não identificados com créditos. A maioria das fotos presentes na revista corresponde aos anúncios publicitários, quer dizer, está fora do conteúdo editorial.

Tradicionalmente, do ponto de vista de Antonio Henrique Kipper¹¹, “[...] *os jornais usaram os ilustradores para dar identidade ao seu produto... com todos os ilustradores dentro daquela linha...*” Na Europa, as revistas seriam reconhecíveis, por trazerem um grupo de ilustradores, da mesma forma que apresentariam um grupo de articulistas, que segue uma determinada linha editorial. Haveria, no mercado brasileiro, um esquecimento dessa forma de uso das ilustrações.

Hoje, os infográficos são cada vez mais presentes e têm motivado a atenção sobre a atividade da ilustração jornalística. É fácil verificar que a história da imprensa é marcada pela presença dos desenhos, sobretudo, considerando a constância das caricaturas nas páginas impressas, ao longo do tempo.

A concorrência com os meios eletrônicos foi uma das grandes motivações para o aprimoramento gráfico durante o século XX. Embora os últimos desenvolvimentos trouxessem consigo um novo concorrente midiático, a internet, a qualificação da impressão em *offset* e a informatização foram motivos para uma evolução. Diante disso, o jornalismo impresso não pode desconsiderar a importância dos recursos visuais, como observa Gilmar Fraga¹²:

O jornal deve ser bem apresentado,... atrativo, interessante, não ser uma coisa pesada, monótona, cansativa, com as pessoas tendo menos tempo para ler hoje em dia,... preferindo outros meios para se informar,... vendo televisão. As quedas de circulação dos jornais são grandes¹³. Então, os jornais tiveram que, como marketing, melhorar a sua embalagem, melhorar a sua distribuição, além de melhorar o seu conteúdo.

Na opinião de Carlinhos Muller¹⁴, do *Estadão*, uma ilustração pode “matar” um texto, com um desenho mal resolvido, assim como salvar uma “*matéria razoável*”, chamando a atenção do leitor e cumprindo com uma função que, também, cabe ao título. “*Você espanta quando coloca um monte de coisas que não têm muito a ver... o cara dispensa...*”

Fraga, da *Zero Hora*, também nota que a função da ilustração, em relação ao texto, está muito próxima do título, que define, para o leitor, o conteúdo do texto. Por isso, ele dá importância ao fato de os textos já chegarem à editoria de arte titulados. Caso contrário, afirma que pode ocorrer uma discordância entre o que a ilustração propõe, como um todo, para atrair o

¹¹ Henrique Antonio Kipper concedeu uma entrevista no dia 25 de julho de 2003.

¹² Gilmar Fraga acompanhou a entrevista do editor de arte da *Zero Hora* no dia 22 de janeiro de 2003. Prestou, ainda, uma entrevista individual no dia 22 de janeiro de 2004.

¹³ Conforme Ricardo Noblat, “[...] *entre março de 2001 e março de 2002, os 15 maiores jornais brasileiros, responsáveis por 74% do volume total de exemplares vendidos no país, diminuiram sua circulação em 12%.*” (NOBLAT, 2003, p.14.)

¹⁴ Carlinhos Muller concedeu uma entrevista no dia 5 de fevereiro de 2004.

leitor, e o título do texto. Na opinião desse ilustrador, a página do jornal deve ser vista como uma totalidade e isso preocupa a editoria de arte da *Zero Hora* cada vez mais.

O que está abaixo da minha ilustração, abaixo do texto que eu ilustrei, influencia na visualidade da ilustração. Também o que está acima, o tipo de cor, o tipo de foto que tem, se ele está se confrontando com outra foto, se tem um anúncio embaixo. [...] A gente, de uns tempos pra cá, começou a se preocupar muito de como colocar a ilustração, e como, às vezes, entrar nessa loteria, que é a loteria artística-ilustrativa, e de como competir, sem perder para essas coisas, com um anúncio, que é hipercolorido. Já fiz uma capa que eu achei assim maravilhosa, do caderno Vida, mas tinha um anúncio, embaixo, com letras horrorosas, de fundo amarelo, dizendo com uma palavra bem grande,... VARIZES, saiba como se... operar... No conjunto, capa,... título, ilustração,... tu acabas perdendo. Tu tens uma coisa lá embaixo que destrói todo o conjunto, sabe. Então, por isso, a gente hoje está lutando para ter um pouquinho mais de coerência na utilização... e na concorrência com os anúncios. São os nossos concorrentes, graficamente falando.

Para Fraga, o ilustrador contribui com o jornal, promovendo uma identidade visual, com a relação que se estabelece entre o desenho e os espaços editoriais e, assim, chamando a atenção dos leitores. A ilustração cria um vínculo com o leitor, conjuntamente com o texto verbal do colunista.

Bebel¹⁵ pensa que a ilustração areja o texto, evitando as massas ininterruptas de palavras. Seria uma solução, para quando não há fotos disponíveis ou quando o assunto é muito pesado, a exemplo de matérias sobre doenças graves, muito comuns no caderno *Vida*, que ela costuma ilustrar.

Buscando definir logicamente “a função da ilustração”, considerando esses depoimentos dos ilustradores, ela seria, primeiramente, um elemento de atração para o conteúdo da página. Dá personalidade ao jornal e aos seus espaços editoriais. A apreensão imediata condiz com o seu caráter qualitativo, na ordem da primeiridade. Pode vincular signos jornalísticos, que estão mais na ordem da indicialidade e do simbólico, ao caráter emotivo, próprio das sensações de semelhança, que regem os ícones. Também dá um tom lúdico, com pitadas de humor, ligadas aos seus vínculos com as linguagens da charge, cartuns e histórias em quadrinhos.

Existe toda uma tradição de desenho na imprensa que aponta chargistas, caricaturistas e quadrinistas como referenciais da cultura profissional. Entre esses, pode ser citada a revista *The New Yorker*, que exemplifica a importância que a ilustração pode ter na mídia impressa. A atividade ilustração – vista como uma forma específica de desenho para a imprensa - é sobretudo um recurso, que deve ser usado da forma adequada, de acordo com as suas possibilidades. É

¹⁵ Além de contatos durante a observação das rotinas da editoria de arte do jornal *Zero Hora*, entre os dias 3 e 5 de fevereiro de 2003, Isabel Braga Callage (Bebel) concedeu uma entrevista no dia 28 de janeiro de 2004.

lamentável, porém, quando as empresas desconsideraram a importância destes profissionais na constituição de seus quadros e na própria construção do produto jornalístico.

Bibliografia:

- 1 BIBE-LUYTEN, Sonia M. **O que é História em Quadrinhos**. São Paulo: Brasiliense, 1987 (Primeiros Passos).
- 2 BRAGA, José Luiz. **O Pasquim e os Anos 70: mais pra epa que pra oba...** Brasília, DF: Universidade de Brasília, 1991.
- 3 DELADALLE, Gérard. **Leer a Peirce Hoy**. Barcelona: Gedisa, 1996.
- 4 FONSECA, Joaquim da. **Caricatura: A Imagem Gráfica do Humor**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999.
- 5 HENN, Ronaldo. **Os Fluxos da Notícia**. São Leopoldo: Unisinos, 2002.
- 6 _____. **Pauta e Notícia**. Canoas: Ulbra, 1996.
- 7 HERMES, Gilmar Adolfo. **As Ilustrações de Jornais Diários Impressos: Explorando Fronteiras entre Jornalismo, Produção e Arte**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2005.
- 8 McCLOUD, Scott. **Desvendando os Quadrinhos**. São Paulo: M.Books, 2005.
- 9 NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2003.
- 10 PEIRCE, Charles Sanders. **Collected Papers**. Charlottesville (Estados Unidos): InteLex, 1994. 1 CD-ROM, Windows XP.
- 11 RABAÇA, Carlos A.; BARBOSA, Gustavo G. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- 12 ROMUALDO, Edson Carlos. **Charge Jornalística: Intertextualidade e Polifonia**. Maringá: Eduem, 2000.
- 13 SANTAELLA, Lucia. **A Teoria Geral dos Signos**. São Paulo: Pioneira, 2000.
- 14 TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

RadCom e o interesse público: informação e jornalismo nas rádios comunitárias da Região Noroeste do Estado de São Paulo

Gisele Sayeg Nunes Ferreira ¹

Resumo: A Radiodifusão Comunitária como instrumento para garantir a democratização da comunicação, da palavra e, por extensão, da sociedade, é o ponto de partida para a reflexão sobre a veiculação de informação e programas jornalísticos nas emissões comunitárias legalizadas. A análise sustenta-se em resultados obtidos a partir de pesquisa quanti-qualitativa realizada com 22 dirigentes de RadCom legalizadas da região Noroeste do Estado de São Paulo, em julho/agosto de 2005.

Palavras-chave: Rádios Comunitárias, Interesse Público, Jornalismo, Informação

Democratização da comunicação e informação: do que estamos falando?²

“A informação tem uma finalidade social. Uma tripla finalidade em que se joga, a meu ver, o próprio sentido do trabalho de comunicação que fazemos”.
(José Ignacio López Vigil)

As primeiras iniciativas de um movimento nacional organizado pela *democratização da comunicação* no Brasil surgiram em fins dos anos 1970, ainda sob a ditadura militar, esta já em franca decadência. A luta pela conquista do Estado de Direito em muitos aspectos se confundia com as primeiras iniciativas do movimento, onde prevaleciam, sobretudo, as denúncias em detrimento das formulações propositivas e da busca e identificação de novos caminhos e alternativas.

A partir do final da década de 80, especialmente no início da década de 90, o descontentamento com a falta de respostas para o “aqui e agora”, entretanto, gerou demandas que passaram a ser respondidas por soluções de sentido libertário, não raro de cunho anarquista, com perspectivas imediatistas e

¹ Jornalista, professora dos cursos de Rádio e TV e Jornalismo da Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP.

² Beltrán destaca a crescente confusão entre os termos comunicação e informação, o que provocaria a redução de sentido do primeiro. Destacando que comunicação envolve reciprocidade, e informação, disseminação, o autor lança mão de Nosedá para explicar que “comunicação não é ato, mas processo pelo qual o indivíduo entra em cooperação mental com outro até que ambos alcancem uma consciência comum. (...) Informação, pelo contrário, é qualquer transcrição unilateral da mensagem de um emissor a um receptor. (...) A irradiação de mensagens sem retorno de diálogo, proveniente de informantes centralizados, não pode ser identificada com a co-atividade intra-subjetiva característica da comunicação” (NOSEDA, Ricardo C. apud BELTRÁN, Luis Ramiro. *Adeus a Aristóteles: Comunicação horizontal*. In: *Comunicação e Sociedade: Comunicação Alternativa – Cultura Popular*, São Paulo, ano III, nº 6, p. 5-35, set.,1981).

particularizadas. Capitulava-se à falta de um projeto abrangente em troca da satisfação produzida por um ativismo pretensamente “mais concreto”.³ (FNDC).

Até então, apesar de registrar um aumento significativo em termos de quantidade e qualidade das propostas, o movimento – mesmo durante o processo Constituinte – ainda ocupava apenas espaços considerados “marginais”, sem conseguir articular projetos que efetivamente pudessem alterar, ou ao menos movimentar, a rígida estrutura que predominava no segmento nacional de telecomunicações. Nesse sentido, importante é a criação, em 1991,⁴ do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) – um marco para a multiplicação de discussões e propostas que ampliou a luta pela democratização da comunicação no Brasil.

O Fórum abriu, simultaneamente, diferentes frentes de batalha: da regulamentação da TV a Cabo às propostas para elaboração de uma nova Lei de Imprensa. O próprio FNDC acredita que essa multiplicidade de frentes de atuação e a intensa atividade desenvolvida pelo movimento, se, por um lado, produziram um “importante acúmulo”, por outro lado, podem ter prejudicado o avanço do debate político, postergando a elaboração de uma proposta sistematizada para o setor. (FNDC). No entanto, credita-se ao movimento, “a formação do ambiente para o estabelecimento de um conceito de radiodifusão comunitária que redundou na criação da Abraço e em 1998, num momento de desarticulação do FNDC, [o conceito] acabou distorcido pela Lei 9.612, excessivamente burocratizante e inibidora da real legalização de outorgas deste tipo de emissora”. (<http://www.fndc.org.br>)

Em documentos de diferentes entidades e organizações, podemos testemunhar a defesa das rádios comunitárias (cidadãs, populares, interativas etc.) em nome da

³ Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Documentos Históricos / Programa. Disponível em: <http://www.fndc.org.br/arquivos/Programa.doc>.

⁴ O FNDC manteve-se como articulação permanente, mas informal, ou seja, sem configuração jurídica até a realização da Sexta Plenária, em 1995, em Belo Horizonte (MG), quando, então, aprovou um estatuto, tornando-se uma entidade civil sem fins lucrativos.

democratização da comunicação e informação. O requisito para atingir tal propósito é o pluralismo de idéias e opiniões.

Nos primeiros parágrafos, o Código de Ética das Rádios Comunitárias, produzido pela Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço) deixa claro o papel fundamental das RadCom como uma alternativa ao monopólio das comunicações no País, e sua importância na luta pela democratização e liberdade de expressão. Segundo o documento: “a radiodifusão comunitária tem como premissa fundamental a intransigente defesa e prática da democracia na sociedade, da qual é componente essencial a democratização dos meios de comunicação de massa, especialmente o rádio e a televisão”. (<http://www.abroconet.org.br>).

Essa discussão não se restringe ao Brasil. Criada em 1986, no Canadá, com uma edição para a América Latina e o Caribe em 1990, a Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC) é organização não-governamental internacional, referência no movimento de radiodifusão comunitária. Tem como missão “promover a democratização das comunicações para favorecer a liberdade de expressão e contribuir para o desenvolvimento equitativo e sustentável de nossos povos: democratizar a palavra para democratizar a sociedade”. (AMARC, 2006).⁵ Assim, democratizar a fala, democratizar a comunicação e a informação, ou mesmo democratizar o acesso aos meios são alguns dos tópicos explorados pelo setor.

A persistência no termo democracia nos direciona para alguns marcos conceituais sobre o tema. Na definição teórica moderna de democracia, Bobbio alerta para a convergência de três tradições políticas históricas: a teoria clássica (ou aristotélica), em que prevalece o “governo do povo, de todos os cidadãos”, em contraposição aos Governos da monarquia e da aristocracia; a teoria medieval, “apoiada

⁵ Tradução nossa do original em espanhol. ASSOCIAÇÃO MUNDIAL DE RÁDIOS COMUNITÁRIAS - AMARC. ¿Qué es Amarc? Disponível em: <http://alc.amarc.org/page.php?topic=home_ES>.

na soberania popular”; e a teoria moderna, onde o conceito de Democracia se confunde com o de república. Destacando que, por essa razão, o conceito de democracia não pode ignorar uma revisão das tradições históricas, o autor entende que há atualmente, “nos países de tradição democrático-liberal”, uma tendência em se esgotar a definição de democracia somente a partir das “regras do jogo” – seus “procedimentos universais”, que seriam, resumidamente: um governo eleito pelo povo, por meio de sufrágio universal (a partir da maioria, incluindo mulheres e analfabetos etc.), em que os eleitores são livres para votar segundo sua própria opinião, sendo que o voto de todos os eleitores tem o mesmo peso ou valor.

Como se vê, todas essas regras estabelecem *como* se deve chegar à decisão política e não *o que* decidir. Do ponto de vista *do que* decidir, o conjunto de regras do jogo democrático não estabelece nada, salvo a exclusão das decisões que de qualquer modo contribuiriam para tornar vãs uma ou mais regras do jogo.⁶ (BOBBIO, 2000: 327).

Sob essa perspectiva, a democracia perfeita (utópica, portanto ainda não concretizada) seria a realização simultânea de duas formas de democracia: a “formal” e a “substancial”. Partindo do velho entendimento de democracia como Governo do povo para o povo, “a democracia formal é mais um Governo do povo; a substancial é mais um Governo para o povo”. (Id. Ibid.: 328).

Feitas essas observações, assinalamos a concepção de democracia que orienta esta análise, a partir de Ferrari. Para ele, ela se constituiria:

“a) na liberdade dos cidadãos em contraste com às interferências do poder (...); b) na igualdade dos cidadãos perante a lei; c) na possibilidade concreta de que os próprios cidadãos se realizem tanto na vida privada quanto na vida social, em condições de igualdade, ao menos nos pontos de partida; d) na possibilidade concreta de os cidadãos participarem direta ou indiretamente do governo da coisa pública. Em síntese, democracia (...) significa gozo dos direitos fundamentais e acesso efetivo às oportunidades da vida”. (FERRARI, 2000: 164).

⁶ Grifos dos autores.

Ao assim esboçar uma noção de democracia, entre as várias possíveis, Ferrari coloca o direito à informação livre como um item do menu dos direitos fundamentais.⁷ (FERRARI, 2000: 165). No entanto, o que se percebe é que a questão é minimizada: o entendimento e o debate sobre a *liberdade de informação* (que, entendemos, implica no direito democrático de informar e ser informado) normalmente se restringem à possibilidade de produção ou gerenciamento das “fontes de informação”, ou, ainda, ao direito de recepção e escolha das fontes sem interferências de qualquer natureza, isentas de qualquer tipo de censura. Uma vez que Ferrari considera que o direito à informação livre seja condição *sine qua non*, deveria “predominar” o debate sobre a liberdade de *acesso e controle* a essas fontes. (Id. Ibid.: 167-169).

As RadCom surgem justamente como instrumento de acesso e controle da comunidade ao meio de comunicação e informação; como contraponto à programação homogeneizante e submissa aos interesses do capital, irradiada pelas grandes redes comerciais; e também como um antídoto ao histórico uso político-ideológico das ondas.⁸ “Democratizar a palavra para democratizar a sociedade”, ressalte-se uma vez mais o lema dos militantes pela liberdade de uso do espectro.

RadCom, Informação e Interesse Público

As rádios comunitárias passaram a ter existência legal em 20 de fevereiro de 1998 com a Lei de Radiodifusão Comunitária 9.612-98. Conforme a legislação, essas emissoras devem atender a comunidade onde estão instaladas, difundindo idéias,

⁷ Para Ferrari, *in-formação* “não é somente o ‘ato de informar’ como diz o vocabulário, mas em geral é parte essencial do processo de formação de conhecimentos, de opiniões e, portanto, da própria personalidade do indivíduo: a parte que age mediante a interação do sujeito com o mundo externo. A falta de informação bloqueia o desenvolvimento da personalidade tornando-a asfixiada”. (FERRARI, 2000: 165).

⁸ No entanto, se até muito recentemente, antes da exigência de licitação em 1997, a radiodifusão comercial era frequentemente sacudida por acusações de ser usada com objetivos políticos ou como moeda de barganha política, hoje, esse papel cabe à radiodifusão comunitária. Veja, por exemplo: LOPES, C.A. *Brasil, um país de todos? A influência de políticos profissionais na outorga de rádios comunitárias nos dois primeiros anos do Governo Lula. Paper* apresentado no III Seminário Internacional Latino-Americano de Pesquisa da Comunicação. USP, São Paulo, maio de 2005.

elementos culturais, tradições, hábitos locais, estimulando o lazer, a integração e o convívio, prestando serviços de utilidade pública. Segundo *Cartilha* editada pelo Ministério das Comunicações, a RadCom deve ajudar “ao desenvolvimento local mediante a divulgação de eventos culturais e sociais, acontecimentos comunitários e de utilidade pública”.

Não há limitações de quantidade de emissoras por localidade, no entanto, apenas um único canal de RadCom é destinado a cada município. Para garantir que cada *comunidade* possa ouvir a sua emissora, sem interferência das demais, é imposto um distanciamento de 4 km entre uma emissora comunitária e outra.

Podem se candidatar a uma Rádio Comunitária somente as fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos, legalmente constituídas e registradas, com sede na comunidade em que pretendem prestar o serviço e que tenham definido em seu estatuto a execução de Serviços de Radiodifusão comunitária, como uma de suas finalidades específicas. Os dirigentes devem ser brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, maiores de 18 anos, residentes e domiciliados na comunidade. A fundação ou associação candidata a prestar o serviço não deve, de forma alguma, ter ligação de qualquer tipo e natureza com outras instituições (político ou religiosas, por exemplo).

Com um tempo de programação diária de, no mínimo, oito horas (contínuas ou não), a emissora deverá reservar espaço para divulgação de eventos e planos de entidades que atuem no desenvolvimento da comunidade. A cada uma hora deve irradiar o seu indicativo de chamada, ou prefixo, a exemplo das emissoras comerciais.

É preciso também gravar toda a programação e mantê-la em arquivo por 24 horas. Os textos dos programas, inclusive dos noticiosos, devem ser autenticados pelos responsáveis e arquivados por 60 dias.

Qualquer cidadão da comunidade tem o direito garantido em lei (Art. 4º § 3º) de se manifestar e emitir opiniões sobre os assuntos abordados na programação ou mesmo manifestar idéias e sugestões, devendo, para tanto, encaminhar pedido à Direção e observar o momento oportuno para fazê-lo.

Atendendo à legislação (Art. 4º § 2º), em matérias polêmicas, a RadCom deve sempre divulgar as diversas opiniões sobre o mesmo assunto, sem privilegiar uns em detrimento de outros. Caso qualquer um dos princípios acima descritos não seja atendido, a emissora fica sujeita a advertência, multa e revogação da autorização em caso de reincidências.

No artigo 3º parágrafo IV, a lei estabelece que a emissora comunitária deve “contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente”. (Id. Ibid.: 85). No entanto, não deixa claro se as transmissões (técnica e conteúdo) deveriam estar sob a responsabilidade de uma ou outra categoria, a exemplo das emissoras comerciais de rádio e de televisão obrigadas a empregarem radialistas e jornalistas para a produção e transmissão de conteúdo.

Além disso (e apesar disso), para esta análise, é importante notar que O *Manual de Orientação* também determina que 5% do tempo da programação diária da emissora devem ser destinados à transmissão de programas noticiosos, com informações de interesse da comunidade, sejam de caráter local, regional, nacional ou internacional, conforme exigência do Código Brasileiro de Telecomunicações. Sem deixar claro, no entanto, se os programas noticiosos devem estar sob responsabilidade de um profissional do jornalismo.

Em pesquisa realizada com 22 dirigentes de RadCom legalizadas da região Noroeste do Estado de São Paulo⁹ – o que corresponde 62% das outorgas concedidas para a região no período – procuramos mapear algumas das questões relativas à produção de conteúdo e participação nas rádios comunitárias legalizadas.

A pesquisa quanti-qualitativa, realizada entre os meses de julho e agosto de 2005,¹⁰ analisou o padrão de funcionamento das primeiras rádios comunitárias *legalizadas* da Região Noroeste, com enfoque nos discursos e no desempenho destas emissoras em relação às exigências legais, identificando *quais são* e *como* se exercem as relações de poder na dinâmica das RadCom. A região de São José do Rio Preto foi escolhida por abrigar várias emissoras comunitárias com outorga definitiva, algumas atuando legalmente há mais de cinco anos. Também foi relevante o fato de que, na maior parte dos municípios com outorga na região, a rádio comunitária é a única emissora em funcionamento, o que a insere no centro nevrálgico da vida cultural da comunidade, como o mais importante meio de comunicação diário local: em 67% dos casos analisados a RadCom é a única emissora de rádio da cidade.

Baseada em questionário desenvolvido pelo Conselho Regional de Comunicação Comunitária (Conrad/RS) do Rio Grande do Sul,¹¹ a pesquisa é composta de seis itens – *Questões Conceituais*, *Cadastro Interno* da emissora, *Histórico*, *Programação*, *Sustentação* e *Situação Legal* – com questões que procuram dimensionar o papel do cidadão na programação e nos processos de gestão, traçar a visão dos dirigentes sobre conceitos intimamente relacionados à radiodifusão comunitária, como por exemplo,

⁹ A pesquisa integra dissertação de mestrado com o tema “Rádios Comunitárias e Poder Local: estudo de caso das emissoras legalizadas da Região Noroeste do Estado de São Paulo”, por mim defendida em abril de 2006, no Departamento de Jornalismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, sob orientação do Prof. Dr. Luiz Fernando Santoro.

¹⁰ Para evitar a identificação, as emissoras e as lideranças comunitárias são designadas por um algarismo. Um total de 21 RadCom integram a pesquisa composta de 22 entrevistas. Isso porque, durante a realização do trabalho, uma das RadCom (*Rádio 1*) foi “vendida” por R\$ 45 mil. Assim, incluímos na pesquisa o antigo e o novo “proprietário”, dividindo as informações em *Rádio 1A* e *Rádio 1B*.

¹¹ O questionário original, desenvolvido pela secretária geral do Conrad/TS, Dagmar Camargo, está disponibilizado no sítio do FNDC como Tese de nº 4, com o tema “Propostas para posicionamento do Fórum em relação aos grandes temas da área das comunicações em debate na atual conjuntura”: <http://www.fndc.org.br>.

democracia, comunidade e cidadania, além de mapear as relações de poder que a partir delas e dentro delas se estabelecem, bem como de levantar elementos que nos permitam conhecer os meandros de produção do conteúdo transmitido.

A pesquisa buscou descortinar, por exemplo, os anseios que motivaram o pedido de outorga e a montagem das emissoras. A franqueza da maior parte dos depoimentos permite traçar um panorama que pensamos ser o mais próximo possível do que realmente ocorre no interior das RadCom legalizadas. A partir dos dados levantados, constata-se a existência de ao menos quatro motivações primordiais para o surgimento de cada emissora: *motivação política, religiosa, comunitária ou empresarial*.

O trabalho demonstra, por exemplo, que 57% das RadCom pesquisadas nasceram a partir de *motivações preponderantemente empresariais*, ou seja, foram criadas por pequenos empreendedores locais que, sem recursos financeiros suficientes para atenderem aos requisitos de uma licitação comercial (e desejosos de realizarem sua vocação na comunidade às quais estão ligados) acabam optando pela radiodifusão comunitária. Para realizar tal vocação e ultrapassar os obstáculos à legalização, esses empreendedores estabelecem alianças com políticos que os auxiliam a encaminhar os processos junto ao Ministério das Comunicações em Brasília.¹² Quase sempre, o contato é feito primeiro com um político da localidade que, por sua vez, encaminha o pedido de ajuda a um político de maior expressão, normalmente deputado federal ou senador.

Nesse caso, o interesse dos parlamentares está relacionado diretamente ao retorno eleitoral que as RadCom podem proporcionar: ao atender o pedido do correligionário local, o deputado federal, por exemplo, busca garantir apoio para sua

¹² Trabalho interessante, nesse sentido, é a dissertação de mestrado de Cristiano Aguiar Lopes, defendido na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, com o título “Política Pública de Radiodifusão Comunitária no Brasil: exclusão como estratégia de contra-reforma”, em abril de 2005.

reeleição e um espaço de mídia local. O político da cidade deseja o mesmo: espaço no veículo e apoio no momento de campanha.

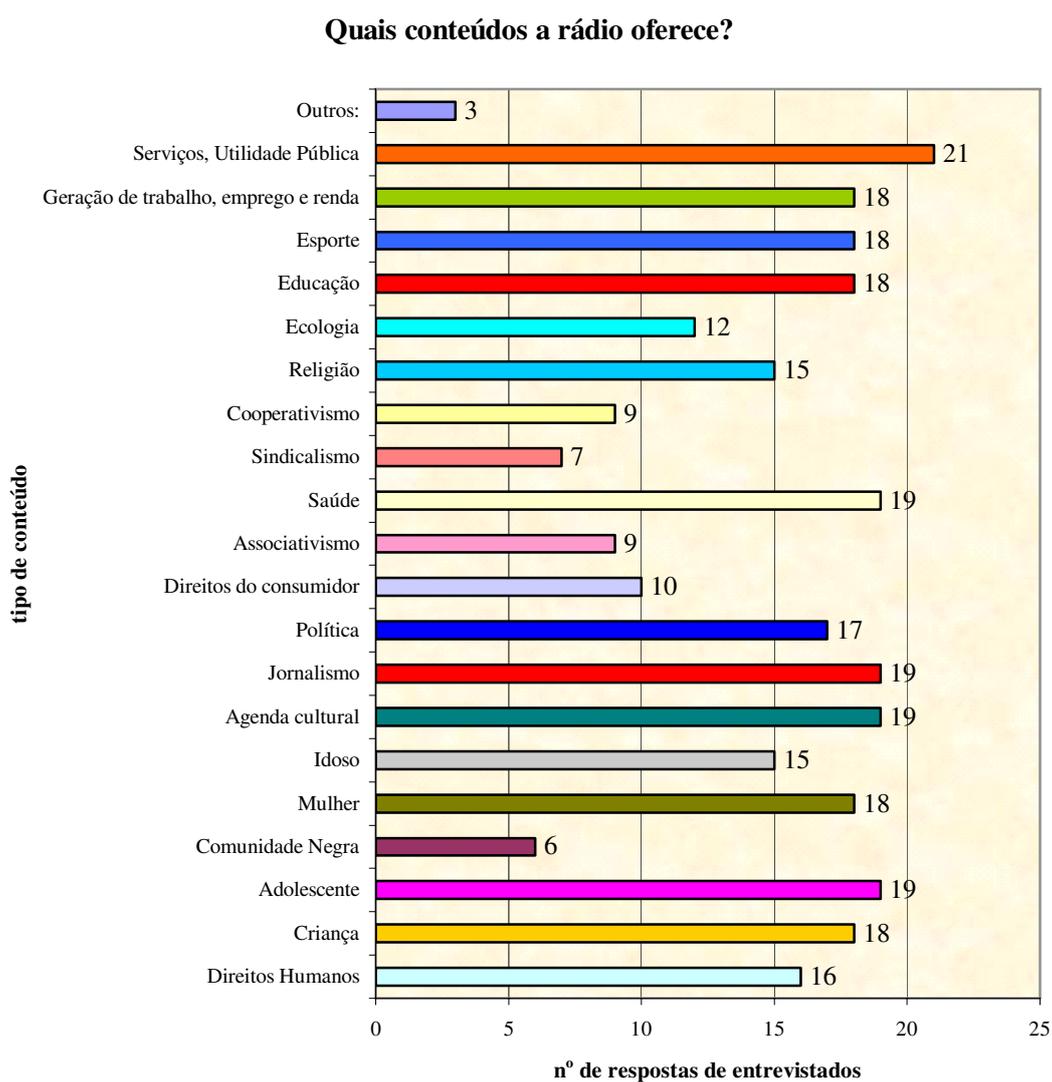
A pesquisa constata ainda que: em 19% dos casos a RadCom surgiu a partir de *motivações preponderantemente religiosas* (estando ligadas umbilicalmente a igrejas); em 14% dos casos pesquisados as *motivações* são *preponderantemente políticas* (ou seja, as emissoras foram criadas por políticos profissionais com objetivos fortemente político-eleitorais); e em apenas 10% dos dirigentes comunitários entrevistados são preponderantes as *motivações comunitárias*.

A compreensão de tais motivações nos possibilita entender, por extensão, os elementos que compõem a programação irradiada pelas RadCom legalizadas, bem como os formatos e estilos adotados pelos seus dirigentes.

Todas as Radcom pesquisadas possuem grade de programação fixa e previamente estabelecida, com uma média aritmética de dez programas por emissora pesquisada. Em pontos extremos: a *Rádio 20*, com apenas 3 programas diários e a *Rádio 5*, com 23 programas.

Grosso modo, o número de programas parece ser um indicador da maior ou menor abertura da grade de programação à participação da comunidade. Curiosamente, se destacarmos as quatro emissoras com maior número de programas produzidos – *Rádio 5*, *Rádio 3* (vinte programas), *Rádio 12* (com dezesseis programas), *Rádio 21* (com doze) – reconhecemos uma similaridade entre elas, ou seja, o vínculo estreito com instituições religiosas: as três primeiras foram montadas e são administradas pela Igreja Católica e a última está ligada a igrejas evangélicas, tendo à frente a Igreja Batista. Tal semelhança pode ser um sinal de que, especificamente em tais RadCom, em função da identificação e o apoio de fiéis, a abertura para participação da comunidade tende a ser maior, o que parece sinalizar, por sua vez, numa maior diversidade de conteúdo.

A “intuição” se confirma quando questionamos os dirigentes de RadCom sobre quais os conteúdos oferecidos pela emissora: é significativa a diversidade de conteúdo irradiado pelas RadCom da Região Noroeste do Estado de São Paulo? Aliás, a diversidade é uma das bandeiras que constituiu a luta histórica das rádios comunitárias no Brasil, em contraposição à pasteurização e homogeneização das comerciais.



Todas, sem exceção, têm conteúdos voltados à prestação de serviços e utilidade pública na comunidade em que se inserem, também se destacando os programas

esportivos (presentes em 86% das emissoras pesquisadas) e os programas voltados para o jornalismo (em 90% das emissoras).

Aliás, para 10% das RadCom pesquisadas, o jornalismo é o programa de maior audiência da emissora. Perde apenas para os programas de variedades (informação e música variada, voltada para o público jovem), que possuem a maior audiência, segundo os dirigentes entrevistados, em 20% dos casos; e dos programas musicais sertanejos, considerados os de maior audiência, segundo 50% das RadCom pesquisadas.

Por outro lado, convém destacar que hoje, o computador é, indubitavelmente, um dos principais instrumentos de trabalho em uma rádio comunitária. Realidade que mais cedo ou mais tarde se concretizaria, uma vez que a informática recobre, na contemporaneidade, todas as atividades humanas. Por intermédio dele, a RadCom pode agilizar o contato com outras emissoras e com os ouvintes. Pode organizar o ambiente de trabalho, distribuindo melhor as tarefas, por exemplo, arquivando e programando músicas. A RadCom pode buscar informações e montar seu programa jornalístico. E seu dirigente pode, ainda, manter a emissora 24 horas no ar sem o auxílio de ninguém.

O responsável pela *Rádio I A*, por exemplo, conta que durante um tempo relativamente longo manteve a emissora no ar sem sequer estar presente na cidade onde ela opera: de madrugada, ele montava programas jornalísticos a partir de agências de notícias, recebia programas prontos de locutores contratados, baixava músicas e montava a programação do dia seguinte. Ele criou um *software* de programação para RadCom, que hoje vende para emissoras de todo País, tendo sido adquirido, inclusive, por uma rádio portuguesa. Tudo isso, sem estar presente na comunidade onde a emissora atua e sem precisar de nenhum funcionário.

Este é o exemplo levado ao extremo. Mas, não há dúvidas, de que em muitos casos, ao invés de disponibilizar o espaço e o horário para a comunidade, muitos

dirigentes optam por deixar a programação por conta do computador. Somente duas emissoras pesquisadas, por exemplo, têm 100% de programação ao vivo toda a semana: a *Rádio 3* e a *Rádio 17*. Nas demais, é comum a programação gravada, sobretudo nos fins-de-semana.

Esse resultado nos remete para questões candentes, típicas da chamada sociedade virtual. De que forma o uso da Internet estaria interferindo nos conteúdos produzidos? As RadCom pesquisadas são usuárias da Internet? Costumam baixar conteúdo, música, informação? Esses questionamentos também podem nos auxiliar a compreender se as emissoras comunitárias legalizadas constituem-se, efetivamente, em espaços que privilegiam a diversidade.

Tabela 1

A Internet é usada na emissora?

Sim	81%
Não	19%

Tabela 2

Baixa notícias?

Sim	88%
Não	12%

Na opinião de mais de 80% dos entrevistados todo o cotidiano da RadCom gira em torno da Internet. Sempre a partir de material disponibilizado gratuitamente, as rádios pesquisadas usam a Internet para:

- acessar *sites* com *ranking* das músicas mais tocadas;
- baixar músicas;
- baixar boletins noticiosos prontos;
- acessar *sites* de veículos impressos de inserção nacional ou regional para serem reproduzidos na emissora;
- acessar informações meteorológicas;
- receber músicas promocionais gratuitas de gravadores e cantores;
- trocar informações com outras emissoras;
- receber e enviar correspondência;

- realizar pesquisas;
- receber áudio de locutores de outras localidades e enviar áudio de locutores da emissora,
- disponibilizar a própria emissora na *web* etc.

Até a realização das entrevistas, quatro das emissoras pesquisadas já podiam, inclusive, ser acessadas pela *web*: *Rádio 5*, *Rádio 6*, *Rádio 15* e *Rádio 20*. Apenas quatro emissoras pesquisadas (19%) **não** usam Internet (*Rádios 2 – 3 – 8 – 17*). Ainda assim, na maioria das vezes, os locutores dessas emissoras acessam a rede em outros locais para colher informações, que vão usar na própria emissora.

Entre as RadCom que acessam a *web*, somente a *Rádio 7* e a *Rádio 21* **não** utilizam, em sua programação, os boletins noticiosos fornecidos gratuitamente por diversas agências de notícias. Vale dizer que montar um programa jornalístico para atender as diretrizes legais é cada vez mais fácil. A *Agência Radio2* e a *Central de Radiojornalismo* são dois bons exemplos.

Com 350 emissoras atendidas e mais de 70 mil *downloads* por mês, a Agência Rádio 2 de Notícias (www.radio2.com.br) produz diariamente entrevistas, boletins, reportagens especiais e programas noticiosos, que resultam em material pronto para ser levado ao ar pelas emissoras. Criada em 1996, em Curitiba (PR), a Central de Radiojornalismo é outra referência importante na produção e distribuição de boletins e programas em todo o Brasil, além de oferecer produção de um noticiário brasileiro em espanhol, destinado para mais de cem emissoras de rádio na América Latina (www.centralderadiojornalismo.com.br). Na área musical, destacam-se vários sites que oferecem desde programas semanais e mensais até listagem com as músicas mais tocadas: www.radiobrasil.com.br; www.radios.com.br; www.top100brasil.com.br.¹³

O acesso aos sites noticiosos permite, sem nenhum ônus financeiro, que a RadCom traga informações do Brasil e do mundo para a sua comunidade, o que pode

¹³ Veja em anexo uma relação com os principais *sites* utilizados pelas emissoras pesquisadas.

enriquecer ainda mais o trabalho que desenvolve no local. É preciso, porém, considerar o risco de oferecer informações sem qualquer relação com o contexto em que está inserida. O uso da Internet facilita o trabalho cotidiano e insere a RadCom no mundo sem fronteiras, mas pode levar, em casos extremos, ao distanciamento cada vez maior da comunidade.

Considerações finais

Para López Vigil, a informação tem uma *tripla finalidade social*, na qual reside o “próprio sentido do trabalho de comunicação” comunitária: informar para formar, para inconformar e para, então, transformar. (2003: 209-213). Analisando por esse viés, detectamos uma distorção de sentido nas experiências analisadas, nas quais a informação, muitas vezes, se confunde com a prestação de serviços e utilidade pública, quando não se resume à simples reprodução de material obtido na Internet.

No entanto, se por um lado a Lei de Radiodifusão Comunitária de 1998¹⁴ é marcada por uma série de limitações – e, justamente por isso, acusada de ter sofrido a influência do *lobby* dos grandes grupos de comunicação do País –, por outro, não podemos desconsiderar os avanços por ela proporcionados. A Lei, na esteira dos ideais de democratização e cidadania, procurou responder às demandas de diversos segmentos sociais, entre eles, o movimento pela democratização na comunicação. Em sintonia com os princípios comunitários estabeleceu critérios para estímulo e preservação da cultura local, o que suscitou a abertura de um canal de participação popular, permitindo o acesso às ondas sonoras de muitos que não teriam a mesma oportunidade em veículos comerciais.

¹⁴ Entre os vários pontos polêmicos que envolvem a Lei 9.612/98 destacam-se a limitação de potência e frequência de operação e a restrição ao apoio cultural.

A consideração de Lafer, que recusa a simplificação normativa, a redução do “legítimo ao legal”, joga luz no debate. Para ele, a “democracia é uma tentativa de organizar o poder numa sociedade, de tal forma que se dê essa mediação bem sucedida entre Estado e Sociedade Civil”, como condição da legitimidade, ou seja, da obediência à ordem democrática. (LAFER, 1978: 11). Assim, na democracia de massa contemporânea é papel das instituições políticas buscar o consenso entre os “governados”, transformando as suas aspirações em decisões ou políticas públicas. Claro está que esse processo de mediação – cujo resultado mais visível são as normas e regras – é, quase sempre, complexo e cheio de conflitos.

Essa constatação também pode ser extensiva à Lei 9.612-98. Os antagonismos e conflitos podem ser sentidos com a “convivência” entre representantes de movimentos sociais, defensores de um modelo que atendesse aos setores populares, e grupos comerciais de comunicação, que procuravam preservar a todo custo os seus interesses.

Ainda assim, como alerta o jornalista Ismael Lopes, é preciso destacar que os artigos da lei que tratam especificamente dos princípios, das obrigações de uma RadCom e de suas finalidades (art. 3º, 4º, 8º, e 15º) “são adequados ao espírito das propostas originais formuladas pelo Movimento [de Democratização da Comunicação] e são balizadores de uma comunicação verdadeiramente democrática”. (www.indecs.org.br/radcomtotal.doc).

Esses artigos proíbem a prática de proselitismo de toda natureza e a discriminação de qualquer tipo; estabelecem que as emissoras comunitárias devem contar com um Conselho Comunitário que fiscalize a programação e funcione como “ponte de ligação” com a comunidade; asseguram o direito de todo cidadão emitir opinião sobre qualquer assunto abordado na emissora ou mesmo de apresentar sugestões

e reclamações; e ainda, determinam que as RadCom devem abrigar o pluralismo de opinião e dar oportunidade à difusão de idéias e tradições locais.

Assim, apoiamo-nos em Bobbio e Lafer para discorrermos sobre a legislação e o conteúdo como vetores de sustentação e garantia da democratização da comunicação. Em López Vigil, procuramos referência no que diz respeito ao caráter da propriedade dos meios. Segundo ele, “a democratização das comunicações tem relação direta com a *propriedade dos meios de comunicação*”. (2002: 490). Sem dúvida, nos últimos anos verificamos, em todo mundo, a concentração crescente no setor de telecomunicações sob o controle de algumas poucas mega corporações (o que leva à concentração do poder e às mudanças culturais). Recentemente, grandes fusões de mídia movimentaram milhões de dólares, criando grupos que detém o controle mundial das comunicações.

A pergunta é inevitável: Quem e quantos são donos da palavra e da imagem na América Latina e no Caribe? A concentração salta aos olhos e ao ouvido: 85% das emissoras de rádio, 67% dos canais de televisão e 92% da mídia escrita pertencem à empresa privada. As emissoras culturais e educativas mal chegam a 7% e as televisões instaladas com esses fins cobrem 10% do total de canais da região. (LÓPEZ VIGIL, 2002: 490).

De acordo com essa concepção, nem mesmo o Estado poderia arvorar para si a propriedade do espectro radiofônico, visto que ele não é o proprietário, possui apenas legitimidade para administrá-lo. O espectro pertence ao coletivo, à sociedade. Nesse sentido, teoricamente, a legislação brasileira seria um avanço democrático, não só por abrir uma brecha à quebra do monopólio e da concentração de propriedade, mas também por permitir e viabilizar a concessão a entidades sem fins lucrativos, portanto, grupos e movimentos organizados que não teriam condições financeiras de montar uma emissora comercial.

Segundo Borges (2003), a Constituição deixa claros os marcos legais voltados para a promoção dos direitos humanos fundamentais. A chamada Constituição “cidadã” de 1988 enumerou amplamente tais direitos concebidos como valores e objetivos a

serem garantidos pelo Estado. No entanto, ainda que a nossa Constituição seja explícita no que diz respeito à garantia e promoção dos direitos fundamentais, segmentos expressivos da população continuam avolumando os índices sociais no que diz respeito à pobreza, à desigualdade, ou seja, os direitos fundamentais ainda são inacessíveis para muitas pessoas, a despeito das conquistas obtidas. A aplicação da lei tropeça nas barreiras impostas por problemas seculares. A injustiça social, a má distribuição dos recursos e da riqueza são obstáculos, entre outros, que impedem a universalização dos direitos. Os desafios são grandes e inúmeros para que as leis se tornem realidade. As reformas econômicas, sociais, as mudanças de práticas institucionais são bem vistas como medidas capazes de superação deste dilema.

O descompasso entre uma legislação que resguarda os direitos fundamentais dos(as) cidadãos(os) e uma realidade social que nem sempre está afinada com os princípios legais se torna ainda mais evidente quando entra em cena a democratização da comunicação. O nosso passado histórico, destaque-se, foi marcado por relações estreitas entre rádio e poder político. Os resultados da pesquisa nos permitem perceber que essa relação se mantém na configuração das RadCom pesquisadas. No entanto, o assunto não pode ser formatado em uma única resposta. É preciso evitar os extremos: não se pode nem condená-las nem enaltecê-las.

Essa redução incide sobre o quesito participação política e exercício da cidadania previstos na Lei. Para Peruzzo, a importância dos movimentos sociais reside também numa transformação que começa a ser sentida não só na necessidade de mudanças como maior participação política ou a melhor distribuição de renda, mas também na abertura de discussão sobre os direitos e na noção de cidadania. Nesse sentido, a transformação já pode ser notada. Como pudemos observar acima, apesar das inúmeras restrições, “princípios democratizantes” estão bem definidos na legislação

(lembramos dos artigos citados da lei) e, quase sempre, são respeitados pelos líderes entrevistados: todos asseguram que estão abertos à participação da comunidade e que qualquer entidade pode ter seu espaço na programação da emissora; além disso, a grande maioria das RadCom pesquisadas está realmente centrada em sua comunidade e tem se tornado um ponto de apoio e referência para a localidade.

Downing afirma que a mídia radical seria “viga mestra da estrutura de comunicação democrática”. Poderíamos estender essa afirmação às rádios comunitárias: *elas se constituiriam em experiências que conduzem a uma comunicação democrática e, conseqüentemente, à democratização da sociedade?* Assim como o autor – quando trata da mídia radical – somos otimistas ao acreditar que nossas RadCom, ainda que com desvios, são mais uma das experiências que efetivam nosso processo democrático de comunicação.

A resposta aqui é sim; e o argumento é que, apesar de imperfeita, imensamente variada e não necessariamente de oposição, muito dessa mídia contribui de fato, em diferentes graus, para essa missão, de forma mais verdadeira que a mídia estabelecida e de maneiras muitas vezes surpreendente, levando-se em conta sua excepcional escassez de recursos. (DOWNING, 2002: 79).

Bibliografia

- BOBBIO, N. Democracia. In: BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. *Dicionário de Política*. 5ª ed. Brasília: UnB / São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, v. 1. p. 319-329, 2004.
- BORGES, Rosane da Silva. *Um fórum para a igualdade de direitos e raciais*. São Paulo: Ildes, 2005.
- DOWNING, John D. H. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Senac, 2002.
- FERRARI, Vincenzo. Democracia e informação no final do século XX. In: GUIMARÃES, C. & JÚNIOR, C. (org.). *Informação e democracia*. Rio de Janeiro: UERJ, 2000.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 21ª ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2005.
- LAFER, Celso. Prefácio. In: FARIA, José Eduardo. *Poder e Legitimidade*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1978.
- LOPES, Cristiano Aguiar. *Política pública de radiodifusão no Brasil: exclusão como estratégia de contra-reforma*. 2005. 164 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2005 a.
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. *Manual urgente para radialistas apaixonados*. São Paulo: Paulinas, 2003.

NUNES FERREIRA, G. S. *Rádios Comunitárias e Poder Local: estudo de caso das emissoras legalizadas da Região Noroeste do Estado de São Paulo*. 2006. 309 f. Dissertação de Mestrado. Escola de Comunicações e Artes, USP, São Paulo, 2006.

PERUZZO, Cicília. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1998 a.

Anexo – Sites mais acessados pelas Rádios Comunitárias legalizadas da Região Noroeste do Estado de São Paulo

www.radio2.com.br

www.top40.com.br

www.riopretonews.com.br

www.climatempo.com.br

www.folhaonline.com.br

www.centraldenoticias.com.br

www.cbn.com.br

www.centralderadiojornalismo.com.br

www.camara.gov.br/radio

www.terra.com.br

www.futebolinterior.com.br

www.esportenaglobo.com.br

www.santuarionacional.com.br

www.acidadevotuporanga.com.br

www.gazetaesportiva.com.br

www.kasaa.com.br

www.sombrasil.ig.com.br

www.opus666.com/blog

www.top100brasil.com.br

www.rockonline.com.br

www.audiobr.com.br

www.hot100brasil.com

www.tecontei.com.br

www.guiadoscuriosos.com.br

www.radiobrasil.com.br

www.diarioweb.com.br

www.ig.com.br

www.estadao.com.br

www.radiobras.gov.br

www.terra.com.br

www.bbcbrasil.com.br

www.uol.com.br

www.senado.gov.br/radio

www.tvtem.com.br

www.oregional.com.br

www.westnet.com.br

www.palmars.gov.br

www.meioemensagem.com.br

www.sbt.com.br

www.planetacalypso.com.br

oxelfer.blog.uol.com.br

www.centralderadio.com.br

www.radiosuccesso.com.br

www.forum.sogratias.com

www.maisradio.com.br

www.virgula.com.br

www.epipoca.com.br

www.msn.com.br

O jornalismo popular na rádio favela na internet

Ismar Capistrano Costa Filho ¹

Resumo: A existência de emissoras de rádios na Internet decorre da convergência digital entre mídias. Existem três modalidades de emissoras na rede: *rádio off line*, *rádio on line* e *rádio web*. Esta última é espaço também rádios sem concessão. A Rádio Favela de Belo Horizonte, só disponibiliza sua transmissão na Internet depois de conquistar sua concessão. A emissora tem uma programação musical variada e um radiojornalismo em toda a programação. Seu radiojornalismo na rede atinge ouvintes desterritorializado que se identificam com a visão crítica e criam metáforas de transformação.

Palavras-chaves: Rádio, Internet, Convergência Digital, Jornalismo Popular, Recepção.

1 Introdução

O jornalismo na Internet não se resume à publicação notícias escritas nos *sites*. A convergência digital tem possibilitado o acesso de notícias televisionadas e radiofonadas. A multiplicação de emissoras de rádio no ciberespaço tornou-se tão mais comum do que nas ondas *hertzianas*. São emissoras criadas por internautas, outras tradicionais e algumas que lutam por suas concessões. Somente o site www.radios.com.br, em 10 de Julho de 2006, registrou 1.366 emissoras brasileiras na grande rede cada uma com uma quantidade de acessos, através deste portal, variando de 16 à 174.616.

A característica libertária, como denomina CASTELLS da Internet possibilita a participação de diversos sujeitos nas páginas do *wold wide web*. Um desses exemplos que “pulou” da perseguição dos aparelhos repressores do Estado para grande teia foi a Rádio Favela. A produção popular *desterritorializada* traz uma série de questionamentos e aprendizagens.

¹ Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Ceará, especialista em Docência do Ensino Superior e mestrando em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, professor

O jornalismo de uma rádio comunitária na rede torna-se uma mediação diferenciada do radiojornalismo tradicional e do webjornalismo. Promove novos significados, representações e imaginários. O ouvinte é um novo co-participante de um processo comunicativo inacabado e em contínua construção. Assim como este artigo que é apenas o início de uma longa pesquisa. Mais do que fins, este trabalho busca trilhar novos caminhos.

2 Internet e convergência

A rede mundial de computadores, Internet, além de possibilitar o encontro de informações de diversas partes do planeta, também se caracteriza pela convergência de mídias. Não somente se troca dados escritos nas conexões. Fotos, vídeos, gráficos, desenhos, animações, números e sons também compõem os formatos do hipertexto. As páginas dos *sites* não se encerram em si. Podem estar abertas para ligar-se a outros conteúdos de outras páginas e até de outros domínios. Conteúdos estes que variam de formatos. Pierre LÈVY define assim o hipertexto:

“(…) uma forma não linear de apresentar e consultar informações. Um hipertexto vincula as informações contidas em seus documentos (ou ‘hiperdocumento’, como preferem alguns) criando uma rede de associações complexas através de hiperlinks ou, mais simplesmente, links” (LÈVY, 1999, pg. 254).

CASTELLS (2000) completa:

“(…) a formação de um hipertexto e uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana” (CASTELLS, 2000, pg. 127).

Além do encontro do encontro de outras mídias na rede, os computadores também convergem com outros meios.

“(…) ao mesmo tempo estar conectado na Internet sem fios temos unidades móveis capazes de suportar a convergência de mídias. Estes aparelhos estão cada vez mais presentes em forma de celulares, computadores de mão, computadores para carros, pequenos laptops e computadores portáteis (...). (...) permitem que o usuário fique todo o tempo conectado (always on).” (TRIGO-DE-SOUZA, 2003, pg. 8)

Esta mobilidade demonstra outro aspecto da convergência, além de ser o encontro de outras mídias no computador, outros meios como o celular e a Tv Digital estão encontrando-se com a Internet. O acesso à rede não é mais monopólio de uma só dos computadores. A convergência está assim tanto no PC (personal computer) que promove o encontro das mídias e como em outros meios que acessam à Internet.

BRIGGS e BURKE (2004) mostram que a convergência só foi historicamente possível através do encontro da computação e comunicação. A aceleração no intercâmbio de dados possibilitado pelo cabo, radiodifusão, terrestre ou por satélite, e microondas, como *hi-fi* e *wi-max*, cria condições de recepção e emissão de outras mídias na Internet. Televisão, rádio, fotografia e cinema podem assim ser acessados na grande rede. A Internet passa não só abrigar produções nestes formatos exclusivas para os internautas como se torna também espaço para as emissoras de rádios, televisão, revistas, jornais e distribuidoras de cinema alargar sua penetração veiculando suas transmissões em seus *sites*.

3 Convergência e Rádio *web*

Neste contexto, surgem as emissoras de rádio na Internet.

“A união da tecnologia do rádio com a tecnologia da internet se deu em meados da década de 90. Seguindo o caminho dos jornais impressos, o rádio migrou para a rede. De início, quando surgiram as primeiras emissoras no *www*, o foco era a presença institucional da empresa no suporte. A idéia era levar a ‘imagem’ da emissora a um potencial meio de difusão” (ALVES. 2003, p.5).

O pesquisador Álvaro BUFARAH Junior (2003) cita três experiências brasileiras pioneiras. A primeira remonta a 1992 quando o cearense Mauro Oliveira fazia mestrado na França. Mesmo antes da convergência, através de uma lista de discussão da Internet, Mauro mandou uma seleção musical. Sem recursos de multimídia, que impossibilitava de transmitir áudio, criou, na lista, uma espécie de programa de rádio. Os internautas, ao invés de ouvir, liam os roteiros, imaginando-os como transmitidos ao vivo. Desta maneira, os participantes convencionaram dizer que “havia entrado no ar a Rádio Uirapuru de Itapipoca”. (ERCÍCILIA, 1996, p. 4).

Em Recife, o movimento cultural Mangue publicou, em 1995, o site “Mangue Bit”. O grupo sempre quis disponibilizar suas músicas na Internet. A oportunidade surgiu com as primeiras versões do programa *Real Áudio*. “Assim, em abril de 1996, foi lançado o Manguetronic Net Radio (www.mangetronic.com.br), o primeiro programa de rádio da América Latina desenvolvido especialmente para a *rede*”. (BUFARAH, 2003, pg 11). A veiculação tinha um formato e uma plástica definida: quatro blocos de música e informação.

Já a Rádio Totem foi a primeira experiência brasileira mais completa desse meio na Internet. Em 1998, a programação era diversificada com onze canais de vários estilos e um com a parada musical apresentada ao vivo com notícias. No *site*, os usuários também podiam ver videoclipes e entrevistas e ser atendidos através de correspondência eletrônica. A página chegou a ter um milhão e meio de ouvintes até agosto de 2001, quando saiu da rede por falta de recursos financeiros.

3.1 Modalidades de Rádios na Internet

A pesquisadora Raquel ALVES (2003) classifica tipos como a Rádio Totem de webrádio. “(...) é aquele que nasceu na própria rede, é embrionariamente digital”. Trigo-de-Souza já denomina de Netradio. Ela também concorda como sendo “(...) feitas exclusivamente para a Internet, não tendo seu sinal transmitido por ondas (...)”. (TRIGO-DE-SOUZA, 2002).

Outra diferenciação é realizada entre os “canais de áudio” e as rádios na internet. Os primeiros

“possibilitam o acesso a vários canais de música com estilos diferentes, porém, quase sempre sem apresentação de vinhetas e demais fatores que caracterizam esteticamente uma programação de rádio” (BUFARAH, 2003, pg. 10).

Nestes canais, geralmente oferecidos pelos sites de provedores, o internauta pode ouvir uma programação geralmente musical já pré-estabelecida ou criar sua própria a partir dos arquivos disponibilizados somente para sua escuta. Este serviço não pode ser considerado como rádio, pois, além de não ter uma programação e plástica definida, segundo Faus Belau, “é necessário ter intencionalidade”. Trigo-de-Souza e Bufarah também compartilham com esta diferenciação.

“Estes sites são serviços de áudio bem organizados, mas pela falta de algumas características que determinam a natureza do produto sonoro radiofônico não os considero suficientemente elaborados para serem denominados ‘rádios’”. (BUFARAH, 2003, pg. 7)

As emissoras de rádio convencionais na internet são subdivididas, por TRIGO-DE-SOUZA (2002) em rádios *off-line* e *on-line*. As primeiras utilizam o *site* apenas de forma institucional e não disponibilizam o áudio de sua programação. Já as segundas

“(…) produzem e disponibilizam seus programas utilizando suporte multimídia da rede para agregarem serviços especializados aos programas, inclusive possibilitando a escolha de produtos radiofônicos já disponibilizados”. (BUFARAH, 2003, p. 8)

Além da transmissão ao vivo da programação *hertziana*, denominada de *broadcast*, essas emissoras inauguram uma modalidade de escuta: o *podcast*. Os programas são disponibilizados para o internauta ouvir no horário que desejar. Isso modifica as rotinas de recepção. Ao invés de seguir roteiros pré-estabelecidos pelas emissoras, o ouvinte cria sua própria programação. Arlindo MACHADO considera que o *podcast* supera o *broadcast*. “Se tivéssemos essa tecnologia desde a origem do rádio e da televisão, o *broadcast* nunca teria existido”, afirmou ele no Seminário Cultura XXI no dia 30 de Março de 2006 em Fortaleza. Mesmo dando um maior poder de escolha para os ouvintes, o *podcast* não possui o ineditismo e a surpresa da programação ao vivo, imprescindível característica histórica do rádio.

4 Jornalismo na rádio *web*

Essas características transformam radicalmente a transmissão de notícias na rádio *web*. O *podcast* inverte uma das principais características do radiojornalismo a simultaneidade: o ouvinte não mais recebe a informação no mesmo momento no qual é transmitida. Ocorre então a questão: por que o receptor deixaria de buscar notícias escritas para ouvi-las na Internet? A participação de personagens interessantes no *web* programas passa então a representar importante aspecto para a escolha. Um exemplo é a disponibilização pela Rádiorbras do “Café com o Presidente” em sua página na Internet. Além de transmitir por ondas, o programa é recordista de acessos no *site* da emissora. O *web editor*, Fernando Granzini, explica: “as declarações do presidente pautam ou explicam muitas das informações veiculadas numa semana”. Entrevistas, debates, depoimentos

são os principais atrativos do jornalismo no *podcast* que perde a força do ao vivo, mas pode adequar-se ao tempo do ouvinte.

Mesmo a emissora que transmite, em tempo real, sua programação pela grande rede, também subverte uma das principais características do radiojornalismo: a regionalidade. Por que alguém que mora em Fortaleza, por exemplo, ouviria notícias de Belo Horizonte pela Internet? Essa, denominada por Jesus MARTIN-BARBERO (2004), desterritorialização tem duas faces. A primeira atinge as pessoas que, devido às facilidades de transportes e comunicação, não necessariamente vivem em seus locais de origem. A segunda globaliza os meios de comunicação que também não comunicam necessariamente num raio de abrangência pré-determinado por condições geográficas. A diáspora da globalização, assim chamada por Stuart HALL (2003), leva os ouvintes a acessar emissoras localizadas em seu território de origem ou de um território que mantiveram algum contato, independente da distância. É uma maneira de aproximar amenizando saudades. Ouvir radiojornalismo de emissoras longínquas é forma também de obter informações necessárias ao fluxo de mercado globalizado ou manter intercâmbios. A curiosidade pelo diferente impulsiona também a navegação na Internet.

4.1 O jornalismo na rádio web comunitária

Outro tipo de rádio presente na Internet, segundo ALVES (2003), é a rádio não legalizada. São emissoras que lutam por um espaço no *dial*, mas não conseguiram sua concessão. A Internet se torna a opção ideal, livre da censura e da perseguição dos órgãos fiscalizadores, tornando-se uma modalidade de rádio *web*. Há três exemplos marcantes a rádio Web3 em Guadalajara no México, a Rádio Pirata de Taubaté em São Paulo e a Rádio Favela de Belo Horizonte.

As duas primeiras tornaram a Internet uma alternativa para sua sobrevivência. Já a Rádio Favela só se estabeleceu na rede depois de conquistar sua concessão depois de várias perseguições policiais e administrativas. Conforme a página da Rádio Favela Fm na Internet (www.radiofavelafm.com.br), jovens do Aglomerado da Serra em Belo Horizonte, buscando diversão e alternativa contra as atividades do narcotráfico, fundaram a emissora de propriedade da Associação de Comunicação Comunitária Favela Fm. Inicialmente, a rádio instalou-se com equipamentos improvisados, pois nem energia elétrica havia na favela. A sede da rádio mudava

constantemente de lugar por causa da repressão policial. Somente em 1996, a Rádio Favela recebeu o alvará da Prefeitura de Belo Horizonte para funcionamento.

A programação da emissora Favela traz música, informações, opiniões, participação dos ouvintes e espaço para grupos da comunidade. De Segunda a Sábado, as manhãs da emissora é marcada por músicas comerciais, leitura de notícias, comentário crítico sobre as mesmas e participação do ouvinte pelo telefone. O jornalismo aqui é, geralmente, pautado por notícias nacionais de jornais impressos e de *web sites*. O diferencial são os comentários, normalmente, críticos às instituições governamentais. O ouvinte de qualquer localidade facilmente se identifica com as informações e os comentários, principalmente se tiver uma visão crítica da realidade.

À tarde, grupos específicos têm seu espaço como a turma do rap no “Uai rap soul”. No final de semana, outros grupos têm seu espaço, como “Fala Meninada”, direcionado para crianças, e a “A Voz da Classe Operária”, produzido por sindicatos. As informações desses grupos fazem parte do repertório comunicativo de seus programas. A identidade com comunidades distantes só é possível pelo imaginário de mudança social.

O jornalismo da Rádio Favela na Internet deixa de ter a utilidade pública como seu principal atrativo para justificar-se pela identidade entre territorializados. As informações criam imaginários de falsas aproximações de quem está espacialmente distante, mas consciente e emocionalmente participante. Identidades que são motivadas principalmente por representações de transformação social e criticidade as relações sócio-econômicas vigentes. São ouvintes que vêem a Rádio Favela como símbolo de construção de um mundo justo. Internautas que imaginam o que aconteceria se as velhas hierarquias fossem quebras e os valores sociais invertidos, atitude denominada de metáfora da transformação por Stuart HALL (2003). Não é mais o acesso à mundo neutro, mas a construções simbólicas que o jornalismo possibilita na Rádio Favela.

5.1 A rádio *web* e o popular

A disponibilização da transmissão da Rádio Favela em sua página é um dos atrativos na Internet. O *site* apresenta notícias (versão escrita das veiculadas no ar), história da emissora, as ações que a rádio está engajada, os atos de repressão contra a mesma, os prêmios recebidos, a programação, os apoiadores comerciais e o contato por e-mail. A organização da página não

segue os padrões de divisão dos *sites* das emissoras comerciais. Falta fluxo de navegabilidade. Os *links* não estão dispostos de maneira clara e redundante e nem sempre levam ao caminho por estes anunciados. O designer carregado da página inicial pode também revelar que a apropriação pelas classes populares desta mídia ocasiona seu redesenho. BARBERO (2004) define:

“As tecnologias (...) são, em última instância, a realização de uma cultura e dominação das relações culturais. Mas o redesenho é possível, se não como estratégia, ao menos como tática, no sentido que lhe dá M. Certau: o modo de luta daquele que não pode retirar para o seu lugar e vê-se obrigado a lutar no terreno do adversário” (BARBERO, 2004, p. 192).

Para M. CERTEAU (1994), o popular não obedece a regras, mas consegue responder aos desafios mais imediatos. São as bricolagens, gambiarras, astúcias, invenções, readaptações e redesenhos criados por aqueles que não tem as condições materiais satisfatórias, mas dão seu “jeito” para conviver com as situações desfavoráveis. Observa-se, por exemplo, nas intuições das donas de casa que, mesmo sem a racionalidade da economia doméstica, conseguem com poucos recursos prover alimentação para sua família “operando milagres”. O popular encontra-se também na capacidade de uma performance comunicativa sem competência para tal, modificando e reapropriando-se da sintaxe e até da morfologia gramaticais tão resguardada pelas culturas dominantes. Ainda pode-se encontrá-lo na produção silenciosa da leitura que muito mais do que uma atividade passiva é uma constante modificação do texto original.

Essa atuação dos desfavorecidos é privada de espaço próprio. Habita o espaço do outro. Enfrenta-no tomando apenas o tempo como aliado. Como popularmente se diz: “enrolando com o tempo”. O cálculo dos que estão no território do outro, Certeau denomina de táticas. “A tática depende do tempo, vigiando para ‘captar no vôo’ possibilidades de ganho. Ganhar do lugar pelo tempo” (CERTEAU, 1994, p. 67). Já os planos de quem domina seu lugar são as estratégias. O popular é assim espaço da diversidade. São os remendo do dia-a-dia necessários para o agir prático.

O jornalismo popular da Rádio Favela na Internet também revela essas características. Sua produção não obedece a uma lógica industrial do jornalismo dos meios de comunicação comerciais. Por vezes, falta clareza, correção gramática e estrutura discursiva concatenada. No entanto, promove identidades, cria imaginários e metáforas de transformação, essenciais para a sobrevivência da cultura subalterna.

Além de uma estética diferenciada, o popular também, conforme HALL (2003), caracteriza-se pela subversão. É o espaço da inversão de valores. O que está em baixo sobe. Os

dominados tomam posições privilegiadas, mesmo que metaforicamente. Essa relação demonstra que “o baixo não é somente uma figura refletida do alto, mas é interdependente. Outra figura, relacionada, mas diferente”. Por isso BARBERO (2004) defende que estudar o popular é observar a partir dos “modos de apropriação e uso das classes populares” (BARBERO, 2004, pg. 238). É perceber as brechas, as contradições e as fissuras deixadas pela modernidade que possibilitam espaços para a diferenciação e a resistência dos excluídos.

Refletir sobre a comunicação, nesta abordagem, é compreender as reações dos receptores aos meios de comunicação, suas leituras das mensagens e a relação com as práticas cotidianas. HALL identifica três formas de codificação dos receptores: a de aceitação, a de negociação e a de oposição. Segundo o autor, “o receptor tem suas próprias estruturas de significado diferentes das estruturas do emissor” (HALL, 2003, pg.399). A leitura é, então, a “capacidade subjetiva de por uma relação criativa entre si e com outros signos do ambiente e do contexto onde o receptor está inserido”.

A codificação de aceitação acontece nos termos do código referencial no qual mensagem foi produzida. Já na de negociação, o receptor compreende o que foi definido de maneira dominante. Mistura elementos de adaptação e de oposição. Faz articulação negociada com as “condições locais”. Por fim, quando compreende a mensagem, mas ler de maneira totalmente contrária, ocorre uma decodificação de oposição.

Então, refletir sobre o jornalismo popular da Rádio Favela na Internet é sobretudo pensar nas representações dos Internautas que navegam na grande rede. Conhecer suas rotinas e motivações para ouvir na Internet a emissora e ainda obter notícias nesta mediação. É um espaço onde a identidade é mais relevante do que o público. O sonho da construção de um mundo mais justo pode ainda habitar as mentes do internautas que escutam a Rádio Favela na Internet enquanto geralmente se dedicam a outras atividades como digitar dados, escrever textos, abrir email, corresponder-se instantaneamente, participar de rede relações, entre tantas outras atividades possível na convergência digital.

6 Bibliografia

ALVES, Raquel Porto Alegre dos Santos. *Rádio no Ciberespaço – Interseção, adaptação, mudanças e transformação*. In: XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte, 2003.

BUFARAH JUNIOR, Álvaro. *Rádio na Internet: Convergência de Possibilidades*. In: XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte, 2003.

BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

CASTELLS, Manoel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CEARTAU, Michel. *A invenção do cotidiano*.

HALL, Stuart. *Da diáspora*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARTIN-BARBERO, Jesus. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola, 2004.

PERUZZO, MARIA KROHLING CECÍLIA. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis, Vozes, 2004.

TRIGO-DE-SOUZA, L. M. Rádio.internet.br: o rádio que caiu na rede. *Revista USP, 80 Anos de Rádio*, São Paulo, n. 56, pg. 92-99, dezembro/janeiro/fevereiro 2002-2003.

<www.radiofavelafm.com.br> em 9 de Julho de 2006.

www.radios.com.br em 10 de Julho de 2006.

Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural ^(*)

J. S. Faro ¹

Resumo: O trabalho apresenta um conjunto de considerações teórico-conceituais sobre as condições de produção do jornalismo cultural, procurando identificá-lo como um gênero cuja complexidade vai além de sua inserção no mercado de bens simbólicos, já que suas práticas mantêm estreitas relações com a produção intelectual das diferentes conjunturas históricas.

Palavras-chave: jornalismo, produção cultural, intelectuais, cultura.

O jornalismo cultural² ocupa um papel importante na imprensa brasileira. Na atualidade, além das seções destinadas ao comentário e à crítica da produção intelectual e artística que integram diversos veículos de grande circulação, e além dos chamados “cadernos de cultura”, também voltados para a cobertura noticiosa e para a análise dessas atividades, um número superior a 20 títulos de revistas especializadas em diversos setores da produção cultural está presente nas bancas. Ao contrário do que se tem dito a respeito de uma “profunda” crise na imprensa, que se traduziria no desaparecimento ou no enxugamento de órgãos tradicionais³, com a conseqüente perda da qualidade informativa de sua produção, as manifestações jornalísticas especializadas na cobertura de eventos culturais, na sua avaliação e na reflexão em torno de tendências da arte e do pensamento contemporâneo, mostram-se bastante intensas e numerosas e, em alguns casos, com sustentação material de razoável consistência.

(*) O presente texto é uma reflexão teórica que busca fundamentar o projeto de pesquisa sobre o jornalismo cultural como espaço público da produção intelectual desenvolvido no curso de pós-graduação da UMESP. As dissertações de mestrado e as teses de doutorado já concluídas ou ainda em fase de orientação no âmbito desse projeto encontram-se indicadas em www.jsfaro.pro.br. Agradeço a Patrícia Polacow as observações precisas e valiosas feitas sobre a forma e o conteúdo deste trabalho.

¹ Docente do programa de pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo e professor dos cursos de jornalismo da UMESP e da PUC-SP. Doutor em jornalismo pela ECA/USP. Consultor da CAPES e da FAPESP.

² Por “jornalismo cultural” entende-se aqui a produção noticiosa e analítica referente a eventos de natureza artística e editorial pautados por seções, suplementos e revistas especializadas nessa área. O conceito de “cultura”, portanto, é o conceito genérico usualmente adotado na esfera da produção jornalística e inclui o acompanhamento que essa produção faz em torno das tendências interpretadoras que se apresentam na mídia através do processo de legitimação pública conferida por seu vínculo com problemas emergentes da sociedade contemporânea.

³ Refiro-me aqui a uma interpretação bastante comum segundo a qual a imprensa atravessa nos últimos cinco anos, pelo menos, uma crise de dupla natureza e que pode ser sintetizada em sua dimensão econômico-editorial. A tradução desse momento não se revelaria apenas nas dificuldades financeiras dos órgãos de informação, mas também na perda de sua substância propriamente jornalística, isto é, uma espécie de pasteurização nos processos de produção que estaria levando as pautas dos principais jornais a um exercício de pouca densidade informativa e investigativa.

Apesar dessa presença quantitativamente significativa, o jornalismo cultural ainda não conseguiu produzir em torno de si reflexões acadêmicas que dêem conta de sua complexidade. Embora se possa afirmar que estamos diante de uma vaga, dada a proliferação de livros, artigos, disciplinas em programas de pós-graduação e nos próprios cursos de graduação, sites e até comunidades virtuais que discutem o assunto, os estudos existentes sobre o gênero, na maior parte dos casos, enveredam por linhas de interpretação que diluem sua natureza em explicações formalistas que, por sua simplicidade, acabam por turvar a riqueza de possibilidades de análise que o jornalismo cultural permite, com sérios prejuízos para a pesquisa e para o aprofundamento da discussão em torno desse fenômeno.

Exemplo disso é a matéria do jornalista Breno Castro Alves publicada no site *Comunique-se* em 20 de abril de 2006 (www.comunique-se.com.br) intitulada *Os desafios do jornalista que cobre Cultura*. Trata-se de um inventário que procura apontar as dificuldades enfrentadas nessa área que, segundo o autor, é a que “exige a maior quantidade de esforço e dedicação do jornalista”. Diz Breno Castro Alves: “... essa vertente [a do jornalismo cultural] se propõe a cumprir a tarefa de cobrir, analisar e relatar os principais expoentes da produção cultural do gênero humano, em áreas tão diversas quanto dança, artes plásticas, teatro, música ou cinema e em regiões que vão desde o sertão nordestino até as estepes russas”. Essa complexidade teria sido agravada com o advento da internet, instrumento através do qual as demandas do público interessado têm sido exponencialmente ampliadas. Apesar dessa importância e dinamismo, no entanto, a opinião de alguns editores de cadernos e publicações do gênero entrevistados para a matéria de Breno Alves é bastante cética: para eles o sentido de urgência do noticiário cultural, as pressões do mercado e até mesmo a pouca qualificação dos jornalistas para cobrir a área acabam funcionando como elementos que criam empecilhos para a qualidade de sua produção.

A matéria do *Comunique-se* desencadeou uma razoável repercussão entre os frequentadores do site, a julgar pelo número de comentários interativos que o texto provocou: em apenas cinco dias, foram mais de 60 opiniões registradas sobre o levantamento de Breno Alves, todas também marcadas, em sua maioria, por uma recorrente dose de descrença no papel do jornalismo cultural. Invariavelmente, os

internautas que participaram da discussão classificaram o gênero como espaço de mercado, de vaidades, de despreparo dos editores, de oportunismo etc. corroborando a idéia, também presente no âmbito universitário, segundo a qual as pautas da produção do jornalismo cultural só encontram lógica nos fundamentos do que ele aparenta ser: um prestador de serviços de pouca qualidade que oculta uma operação de natureza basicamente econômica. Nesse sentido, cadernos, seções e suplementos que noticiam e analisam os eventos classificados genericamente como “culturais” não fazem mais que reproduzir uma mesma concepção do jornalismo em geral, isto é, uma atividade marcadamente dominada por interesses empresariais que se impõem aos veículos por seu valor de mercado, empobrecendo a dimensão social da notícia. No jornalismo cultural e fora dele, a natureza fundamental das coberturas poderia ser resumida a um desempenho profissional hegemonicamente dominado pelas pressões das assessorias de imprensa, pelas relações de poder estabelecidas pelas empresas jornalísticas e pelo oportunismo publicitário.

No âmbito acadêmico as reflexões sobre o tema eventualmente exploram variáveis mais complexas que atuam sobre a produção do jornalismo cultural, mesmo quando visto sob o prisma do sentido geral da mercantilização que estaria dominando as atividades da imprensa em todas as suas editorias. Exemplo de uma concepção mais refinada em torno desse fator estruturante do gênero é o artigo publicado por Herom Vargas na revista *Estudos de Jornalismo e Relações Públicas* da UMESP⁴. Para o autor, “alguns dos sintomas do estado atual do jornalismo cultural (que Vargas considera em crise) têm a ver com sua permanente sujeição aos ditames da lógica mercantil no capitalismo, visível na incorporação da dinâmica da publicidade e no consumo/leitura imediata”. Na medida em que entende a notícia na imprensa contemporânea como portadora de um “valor de troca” que condiciona sua existência, Herom Vargas considera impraticável que sua produção possa estar descolada das determinações do sistema econômico que lhe dá sustentação, isto é, fora do seu enquadramento como mercadoria, lógica de onde se pode extrair a medida através da qual o gênero deve ser analisado. Diz Vargas:

(...) como é possível avaliarmos a produção jornalística da área cultural, levando em conta sua

⁴ Herom Vargas. *Reflexões sobre o jornalismo cultural contemporâneo. Estudos de Jornalismo e Relações Públicas*. Dezembro de 2004, ano 2, no. 4. São Bernardo do Campo: UMESP.

característica de produto do sistema capitalista e a manutenção de determinado nível de qualidade que, obviamente, não encontramos nas mercadorias, muito estandarizadas e voltadas à mera finalidade hedonista do consumo. Em outras palavras, como manter certo grau de profundidade e reflexão em um produto que teima em ser superficial, por conta das relações de determinação mútua travadas com seu entorno cultural e técnico?

Para Herom Vargas, enxergar o jornalismo cultural fora desses condicionamentos não seria mais que manifestação romântica, já que o ensaísmo e a crítica, que antes se constituíam nos elementos característicos fundamentais do gênero, pertencem a um passado irrecuperável e desfigurado pela natureza contemporânea dos processos jornalísticos.

Naturalmente, não se pretende neste ensaio ignorar a contribuição que essa linha de abordagem e de interpretação dá para o entendimento do jornalismo cultural. Afinal, não há como desconsiderar essa dimensão empresarial do jornalismo e a racionalidade que ela imprime aos veículos na concorrência que se estabelece no mercado de bens simbólicos. Imaginar que algum segmento midiático ou jornalístico possa estar livre dessa lógica seria adotar um enfoque tão abstrato e idealista quanto dissonante da observação dos fatos: basta percorrer séries históricas das publicações do gênero para se perceber que uma parte significativa de suas pautas guarda uma relação muito estreita com os critérios da celebração fetichizada que a indústria cultural agrega às coberturas jornalísticas. No caso do jornalismo cultural, essa relação é potencializada pela vinculação quase imediata entre seus ícones (no cinema, no teatro, na literatura etc.) e o sentido espetacular que eles adquirem em todo o complexo midiático. No final das contas, quando o leitor se depara com uma crítica teatral, por exemplo, há uma enorme dificuldade em distinguir o que é reflexão sobre a dramaturgia e o que é reiteração da mitologia criada pela televisão. Os suplementos culturais estão recheados de situações dessa natureza.

No entanto, nem tudo que reluz é ouro. A sedução que essa análise provoca – a da relação elementar e determinante entre o mercado de bens simbólicos e o jornalismo – pode ocultar a complexa natureza da produção cultural e a não menos complexa relação que essa produção estabelece com o jornalismo. Portanto, é preciso, segundo entendemos, relativizar a assertiva que concebe o jornalismo cultural como uma prática estruturada exclusivamente por variáveis externas à matéria-prima com a qual trabalha sob pena de, não o fazendo, persistir um paradoxo bastante comum nos estudos e nas

pesquisas sobre o jornalismo, isto é, o divórcio com que as práticas profissionais são vistas sob o prisma teórico-conceitual e aquilo que é observado no plano empírico ou, em outras palavras, uma reflexão teórica insuficiente para dar conta da complexidade do fenômeno observado. Nesse sentido, a hipótese com a qual trabalhamos é a de que *o jornalismo cultural constitui-se num território de práticas jornalísticas que tanto reiteram os signos, valores e procedimentos da cultura de massa quanto discursos que revelam tensões contra-hegemônicas características de conjunturas históricas específicas*. É essa dupla dimensão, mas em especial do papel que a segunda desenvolve no âmbito da primeira, que explicaria o jornalismo cultural como um gênero marcado por uma forte presença autoral, opinativa e analítica que extrapola a mera cobertura noticiosa, identificando-se com movimentos estético-conceituais e ideológicos que se situam fora do campo das atividades da imprensa. Daí a idéia central desta contribuição: o jornalismo cultural visto (também) como um espaço público da produção intelectual⁵.

Além das restrições que fazemos a uma visão “economicista” do jornalismo cultural cujas características e limitações procuramos sintetizar acima, outra dificuldade em recuperar as linhas de análise do fenômeno reside na amplitude conceitual pouco rigorosa com que o tema tem sido estudado. O melhor exemplo vem da afirmação óbvia, tantas vezes repetida, segundo a qual “todo jornalismo é cultural”, uma espécie de truísmo ao qual se segue quase sempre uma outra tautologia: “todo jornalista é um intelectual”. O horizonte dessas definições é tão vasto e tão diluidor de uma demarcação dos diferentes tipos de produção jornalística que seu resultado só pode conduzir a uma abstração autoritária. A rigor, essas generalizações acabam por ocultar a especificidade dos objetos e sua generosidade (“tudo é isso e tudo é aquilo”) não diz respeito à natureza epistêmica do assunto, mas à sua inserção no universo geral dos fenômenos sociais. Equivaleria dizer mais ou menos que “todo homem é um ser social” ou “todo homem é um ser político”, constatações que a Filosofia, a Sociologia e a Ciência Política deixaram gradativamente de lado na medida em que adensaram sua compreensão sobre a complexidade da existência humana. A ninguém ocorreria negar

⁵ Para Daniel Piza, “... uma tendência do jornalismo brasileiro recente (...) é a de querer aparentar o jornalismo cultural aos outros – político, econômico, policial etc – em método, o que, numa frase, significa não reconhecer o maior peso relativo da interpretação e da opinião em suas páginas”, fato que leva o autor a concluir que “há muito o que fazer pelo jornalismo cultural como gênero da reportagem, inclusive no chamado ‘hard news’ (...) mas isso não pode ser feito à custa da análise, da crítica, do debate de idéias – vocações características do jornalismo cultural e carências fortes do leitor contemporâneo” (In *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Editora Contexto, 2003. Página 8)

que, além de “social” ou “político”, o Homem pode ser também trabalhador braçal ou regente de orquestra sinfônica. Pois com esse tipo de conceituação do jornalismo cultural acontece exatamente o inverso: a largueza aparentemente profunda contida na afirmação segundo a qual “todo jornalismo é cultural” (e “todo jornalista é um intelectual”) esconde, segundo entendemos, uma incompreensão radical quanto aos desdobramentos concretos da atividade jornalística e a possibilidade de que ela possa tomar corpo num tipo específico de cobertura, com interseções próprias, lógicas próprias, especificidades etc.

Ainda no âmbito das dificuldades conceituais existentes para o estudo do jornalismo cultural, vale lembrar que em contraposição à amplitude desmesurada com que o objeto é tratado – e que procuramos apresentar resumidamente acima –, persiste nos estudos sobre o tema uma perspectiva que vai na direção contrária, isto é, ajusta sua análise ao enfoque da *narrativa* como elemento que o define: o gênero não se caracterizaria pelo conteúdo de suas pautas mas por sua proximidade com uma prática estilística localizada na fronteira com a narrativa literária, ainda que ela esteja, como jornalística, imune aos elementos ficcionais próprios da criação artística. Nesse sentido, o jornalismo é cultural porque é “cultural” o estilo, não importando muito se trata-se de reportagem ou crônica, resenha ou notícia, notícias da política nacional ou do esporte. O que vale nessa interpretação é a identificação de um sistema de significações que encontra suas origens não no jornalismo, mas na literatura, dedução responsável pela construção de um outro conceito, usado alternativamente ao de jornalismo cultural: o de “jornalismo literário”. Ora, parece evidente a inconsistência dessa análise dada a verdadeira mistura que ela promove entre objetos de natureza diversa. Uma coisa é o jornalismo como prática informativa e analítica dos fatos da cultura; outra, bem diferente, é o código com que os fatos (quaisquer que sejam eles) são narrados. É bastante razoável supor que a origem dessa fragilidade teórico-conceitual resida na explosão das novelas de não-ficção a partir dos anos 60, tanto no jornalismo norte-americano (o *new journalism*) quanto, depois, no jornalismo brasileiro, movimento que representou uma ruptura com a estrutura convencional da narrativa jornalística. Mas disso não se conclui que o novo código se transformou em elemento constitutivo do gênero.

O tratamento do tema, portanto, exige maior rigor de demarcação conceitual

através do exercício de identificação das particularidades do fenômeno, a exemplo do que faz Nadja Miranda⁶. Segundo a autora, embora a mídia impressa possa ser vista, genericamente, como um canal de difusão cultural e o jornalista um “artífice do processo de aculturação pública que promove a orientação do público nas sociedades contemporâneas”,

o jornalismo cultural é uma área de especialização que se realiza sob as mesmas circunstâncias do jornalismo geral e é influenciado por todos os momentos políticos e econômicos do país. Ele expressa tanto uma visão crítica, discutindo questões em pauta na atualidade, quanto opiniões ou conteúdos tradicionalmente identificado com o status quo das sociedades onde emerge⁷.

Para Miranda, essa especificidade, no entanto, é a um só tempo o resultado da estruturação editorial dos veículos impressos e consequência histórica da gradativa ocupação da esfera pública pela produção cultural⁸, o que a consagrou como temática do cotidiano e sedimentou uma concepção especializada do noticiário de relevância no campo da literatura, do teatro e das artes em geral. Nesse sentido, os cadernos de cultura (ainda que com nomes diversos) atestam e representam a consolidação dessa tendência no Brasil e no exterior:

Os cadernos diários de cultura assumem a dimensão de um espaço especializado do conhecimento, inclusive no contexto de mudanças operadas na estrutura das próprias redações e na articulação das editoriais de texto e arte. Enquanto expressão do jornalismo diário, eles tanto sumarizam o conjunto de manifestações culturais que se amplificam na própria indústria cultural da qual são parte integrante, quanto são subordinados à rotinização produtiva das empresas. Como área especializada, esses cadernos representam a possibilidade de reflexão das manifestações artístico-culturais e, embora sintonizados com a atualidade, operam com critérios de noticiabilidade próprios, distintos daqueles utilizados pelas páginas do jornalismo cotidiano. Todos esses aspectos repercutem na prática jornalística de produção das notícias culturais, determinando assim suas características mais notórias⁹.

Outros autores reforçam a especificidade do jornalismo cultural, contribuindo para que o conceito de cultura, na aplicação particular que adquire na prática profissional jornalística, seja entendido como um conceito relacional¹⁰, diferenciado de sua compreensão antropológica presente no entendimento de toda a operação noticiosa

⁶ *Divulgação e jornalismo cultural*. In Linda Rubim. *Organização e Produção da Cultura*. Salvador: EDUFBA, 2005.

⁷ Idem, páginas 79-82.

⁸ A referência a essa “ocupação da esfera pública pela produção cultural”, posta aqui como fundamento da importância constituída historicamente pelo jornalismo cultural, terá desdobramentos importantes para a identificação que nele ocupam os intelectuais. É o que pretendemos demonstrar adiante.

⁹ Nadja Miranda. Idem, página 83.

¹⁰ Ver Tim O’Sullivan e outros. *Conceitos-chave em Estudos de Comunicação e Cultura*. Piracicaba: Editora Unimep, 2001.

da imprensa. Neste caso, seu referente é a produção artístico-intelectual, factual ou analítica, que adquire o estatuto da notícia no espaço público, o que lhe dá também a perspectiva de localização histórica, no Brasil e no exterior¹¹.

Encontramos em Raymond Williams uma boa indicação teórica que nos ajuda a compreender a amplitude do fenômeno. Em *Cultura*¹², diz o professor de Cambridge que ela (a cultura) “é um sistema de significações mediante o qual necessariamente (...) uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada” e que tal sistema tanto converge para o sentido antropológico do conceito quanto para a sua apreensão sociológica. Neste último caso – o sentido sociológico -, estaríamos diante de sua compreensão mais especializada:

*‘atividades artísticas e intelectuais’, embora estas, devido à ênfase em um sistema de significações geral, sejam agora definidas de maneira muito mais ampla, de modo a incluir não apenas as artes e as formas de produção intelectual tradicionais, mas também todas as ‘práticas significativas’ – desde a linguagem, passando pelas artes e filosofia, até o jornalismo, moda e publicidade – que agora constituem esse campo complexo*¹³.

A reflexão de Williams permite uma dupla constatação: o jornalismo não é apenas prática cultural constitutiva de um “sistema de significações geral”, mas também instrumento de comunicação, de reprodução e de estudo das atividades e valores que se desenvolvem no âmbito desse sistema, como de resto o próprio Raymond Williams classifica o que ele chama de “modernas instituições de comunicação”, o que indica que a atividade do registro da informação cultural desenvolve-se no interior de um sistema que intui sobre ela, na medida em que é parte da construção geral de sentidos presente na produção cultural. Deixado de lado, como o próprio Williams faz, “o pressuposto acrítico de uma sociedade de mercado” da sociologia funcionalista norte-americana que viu no processo jornalístico apenas o caráter socializador e comercial da informação – concepção ainda bastante presente numa “sociologia ortodoxa da cultura”, é preciso indagar sobre as condições sociais da produção cultural e seu vínculo com a produção jornalística.

Essa construção teórica de Williams, cuja essência indica um fenômeno

¹¹ Para uma boa periodização do jornalismo cultural ver Daniel Piza (op. cit) e Jorge Rivera (El periodismo cultural. Buenos Aires: Paidós, 2003).

¹² Raymond Williams. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2000

¹³ Idem, pág. 13

tensionado por sua dupla dimensão constitutiva, tem sido corroborada por autores que se debruçam sobre o jornalismo cultural a partir da investigação de suas práticas. Jorge Rivera, por exemplo, identifica essa relação dialética apontada pelo professor de Cambridge afirmando que

Una parte substancial do periodismo que intentaremos describir se relaciona con la reproducción y circulación del capital cultural objetivado de una sociedad, por fuera de canales institucionales como la escuela y la universidad, pero en cierto sentido la prensa cultural también es una fuente de creación de capital, y en si mesma es capital objetivado. Conviene no olvidar, en consecuencia, esta doble condición creadora y reproductora, cuyos componentes aparcerán, según los casos, como dominantes o como términos complementarios¹⁴

Para esse autor, em razão dessas reflexões, a prática do jornalismo cultural pode ser identificada como um espaço de “exploración y la revelación de la ‘verdad’ literaria o artística” e também no “papel periférico de divulgador que debe adecuar su tratamiento a outro tipo de reglas de juego, sospechadas a su vez de ser vehículos de superficialidad y banalización: las de la difusión masiva para públicos no especializados”¹⁵. Uma dinâmica que, na acepção de Bourdieu, poderia ser vista como uma intersecção do campo do mercado com o campo do jornalismo, formulação esta que, em nossa opinião, põe por terra a possibilidade de que o gênero se manifeste – se seja visto – como um espaço de produção estruturado exclusiva ou hegemonicamente a partir do mercado dos bens culturais¹⁶.

Como afirma Douglas Kellner,

Partimos do pressuposto de que os textos da cultura [na] mídia não são simples veículos de uma ideologia dominante nem entretenimento puro e inocente. Ao contrário, são produções complexas que incorporam discursos sociais e políticos cuja análise e interpretação exigem métodos de leitura e crítica capazes de articular sua inserção na economia política, nas relações sociais e no meio político em que são criados, veiculados e recebidos¹⁷.

Esse delineamento teórico-conceitual é que permite aprofundar a identidade epistemológica do jornalismo cultural como um terreno contraditório e complexo: de

¹⁴ Jorge B. Rivera. *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós, 2003 (página 16). Ver também, em apoio a essa concepção, o trabalho de Sérgio Luiz Gadini, *A cultura como notícia no jornalismo brasileiro*. Cadernos da Comunicação, número 8. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2003.

¹⁵ Jorge B. Rivera, *idem*, página 17.

¹⁶ Pierre Bourdieu. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1997. Apoiamo-nos também no ensaio de Sérgio Miceli produzido como introdução à obra de Pierre Bourdieu *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Editora Perspectiva: 2004.

¹⁷ Douglas Kellner. *A cultura da mídia*. Bauru: Edusc, 2001.

um lado, trata-se de uma instância da produção jornalística reiterativa dos signos da cultura de massa, espaço em que se torna possível sua verificação como produto mercadológico e disseminador dos padrões da indústria cultural; de outro, como uma outra instância, a do trânsito de produção e reflexão contra-hegemônica, cuja identificação escapa à lógica linear das relações discursivas consagradas nos demais setores da produção jornalística e cuja incidência reflete os contextos político-ideológicos que cercam, em cada situação histórica, a prática dos profissionais da imprensa.

Entendemos que essa nossa definição decorre da própria análise histórica da constituição do gênero, em especial na análise de sua formação no interior do jornalismo brasileiro. De fato, o jornalismo cultural, como diz Daniel Piza¹⁸, se desenvolveu paralelamente à complexidade urbana e trouxe consigo, desde essa origem, a marca da crítica, inicialmente literária e depois extensiva às demais manifestações da arte e do pensamento, e às implicações políticas de sua produção. Embora se trate de uma referência feita pelo autor ao desenvolvimento do jornalismo europeu, as mesmas causas podem ser percebidas quando o gênero surge, se consolida e se desenvolve na imprensa brasileira, em especial quando se identifica nos principais centros de maior pulsão modernizadora do país a presença da crítica literária como matéria de reflexão política em veículos da imprensa paulista e carioca.

Trata-se da consolidação de uma tendência cujos traços indicam, a partir da passagem do século XIX para o século XX, duas vertentes. A primeira delas, já apontada por Cristiane Costa¹⁹, diz respeito às fortes e complexas relações de natureza funcional e intelectual que se estabelecem entre duas atividades profissionais que estruturam as relações entre o campo literário e o campo do jornalismo ao longo da história da cultura brasileira. Tais relações vêm marcadas, desde sua origem, pela forte influência que a vida intelectual recebia da imprensa, espaço este que se constituía “[na] principal instância de produção cultural da época [a passagem do século] e que fornecia a maioria das gratificações e posições intelectuais”. Diz a autora,

Os escritores profissionais viam-se forçados a ajustar-se aos gêneros havia pouco importados

¹⁸ Daniel Piza. *idem*, página 12.

¹⁹ Cristiane Costa. *Pena de aluguel. Escritores jornalistas no Brasil. 1904-2004*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

*da imprensa francesa: a reportagem, a entrevista, o inquérito literário e, em especial, a crônica*²⁰.

Essas relações, que se estendem ao longo da história da imprensa brasileira (Cristiane Costa mapeia sua presença até a primeira década deste nosso século), transformaram o jornalismo cultural em segmento de reflexão pública que se, em seus primórdios, é feita principalmente através da crítica literária, ao longo do tempo consagra-se como esfera pública da reflexão intelectual em geral, naturalmente a partir das possibilidades permitidas pela produção artística²¹. A reflexão estética se confunde com o complexo das “novas doutrinas, ancoradas numa cosmovisão laicizada”, diz Tânia Regina de Luca²², permitindo aos intelectuais considerarem-se como sujeitos da transformação cultural operada pelos padrões da modernização que se espalham pela sociedade brasileira. Daí o sentido de “missão”, de “militância pensante” que a crítica adquire na imprensa, espaço em que a discussão em torno de questões de natureza estético-expressiva transborda para considerações de natureza ético-política, um suporte midiático de representação no interior do qual atuam as elites intelectuais com base em referenciais que se situam, no entanto, fora do enfoque específico de qualquer um dos dois campos: nem é informação, nem é literatura, mas jornalismo cultural²³.

Naturalmente não é possível apontar aqui todas as publicações, ao longo da história da imprensa brasileira, que traduzem em suas pautas e nos textos de seus colaboradores esse perfil constitutivo do jornalismo cultural, e nem é este o objetivo deste trabalho. Mas há indicativos bastante concretos de que os “segundos cadernos”, os suplementos de cultura e de literatura, as secções especializadas em crítica cultural e eventualmente as publicações específicas da área (como as revistas acadêmicas de cultura, nunca estudadas em suas relações com o jornalismo), especialmente aquelas

²⁰ Idem, página 25.

²¹ É interessante, nesse sentido, observar como os próprios intelectuais refletem sobre essas relações entre crítica literária e cultural e a imprensa para que se tenha uma dimensão do papel estruturante que elas tiveram no desenvolvimento do jornalismo cultural, naturalmente com espaços abertos para as dificuldades que o caráter da mídia na sociedade contemporânea impõe à qualidade reflexiva de ambas as atividades. Ver Silviano Santiago. *O cosmopolitismo do pobre: crítica literária e crítica cultural*. Belo Horizonte: UFMG/Humanitas, 2004 (em especial o capítulo *A crítica literária no jornal*, páginas 158 e seguintes).

²² Tânia Regina de Luca. *A Revista do Brasil: um diagnóstico para a (n)ação*. São Paulo: Unesp, 1998 (página 21)

²³ Em nossa opinião, o melhor trabalho que dá conta da complexidade ideológica da produção intelectual brasileira nesta fase e que, segundo pensamos, funciona como elemento constitutivo do jornalismo cultural, é o livro de Nicolau Sevcenko, *Literatura como missão. Tensões sociais e criação cultural na Primeira República* (São Paulo: Brasiliense, 1989)

que surgiram no eixo de maior complexidade moderna do país e que, ao longo de todo o século XX, tornaram-se espaços formadores de um público qualificado da produção artístico-reflexiva. Como consequência da dimensão adquirida em seu interior pela reflexão intelectual, tais veículos acabaram por produzir jornalismo cultural de serviço, certamente, mas também de veiculação de “interpretações” críticas de natureza bastante variada, fato que, em nossa análise e nos estudos que vêm sendo desenvolvidos no âmbito da pesquisa pós-graduada, configura a identificação da produção cultural como território de conflito entre forças sociais ao redor das quais gravita a atividade do profissional da imprensa, entendido aqui como um “ator social no espaço público contemporâneo”²⁴.

Nessa medida, o jornalismo cultural, para além de sua dimensão informativa e mercadológica, é também uma instância de categorias valorativas e históricas, negociadas entre os vários sujeitos que a produzem. A resenha, a crítica teatral, a crítica literária, a avaliação da filmografia, estão permanentemente formulando um olhar que extrapola o âmbito específico do fato motivador da pauta e do texto e se estende sobre a própria tensão decorrente da avaliação jornalística – ou da avaliação produzida para sua inserção no produto (o suplemento, a seção, a revista especializada).

Se há, portanto, fundamento conceitual nos estudos culturais de extração gramsciana é no terreno dessa forma específica de produção jornalística que ele se manifesta com bastante intensidade, traduzindo, com pertinência maior, a afirmação de Walter Lippman segundo a qual o jornalismo não é mais o “ofício menor (...) do trabalho prático”, mas antes uma “totalidade (...) capaz de (...) interpretar e criticar todas as atividades da humanidade”²⁵. No jornalismo cultural ocorreria, portanto, um trânsito orgânico em torno da avaliação e da análise da produção simbólica representada pelos eventos de natureza artístico-interpretativa do mundo social, razão pela qual diversos veículos com as características já apontadas se prestaram (a despeito de suas eventuais orientações mercantis) à condição de *plataformas interpretadoras*, aglutinando correntes de pensamento, escolas, núcleos de reflexão cujo feitio político é imanente à sua condição pública.

²⁴ Fernando Resende. *O jornal e o jornalista: atores sociais no espaço público contemporâneo*. *Novos Olhares*, ano II, no. 3. São Paulo: ECA/USP, 1999.

²⁵ Apud José Marques de Melo in *Indústria Cultural, Jornalismo, Jornalistas*. Revista Brasileira de Comunicação. Ano XIV, no. 65, julho-dezembro, 1991.

Essas formulações teóricas, apresentadas aqui como contribuição para o entendimento das dimensões do gênero, colocam-se essencialmente na área da Comunicação e na área dos estudos específicos sobre o jornalismo, mas recebem contribuições significativas da Sociologia da Cultura, da História das Idéias e da Literatura. Nesses casos, o enfoque principal naturalmente não é o dos processos midiáticos ou propriamente comunicacionais, mas suas formulações analíticas enriquecem e concretizam a possibilidade de tratamento multidisciplinar do fenômeno. Nessas áreas, há uma considerável produção que centralizou suas atenções no inventário das revistas de cultura sob uma perspectiva historicista que deixou registrada a contribuição dessas publicações na formação de gerações de “explicadores” do Brasil e que precisam ser reinterpretadas à luz de seus efeitos sobre a imprensa²⁶. Em outro patamar de estudos, estes vinculados à área da Comunicação e do jornalismo, verifica-se a presença de pesquisas que procuram dar conta da intersecção entre o jornalismo cultural e a presença de movimentos intelectuais que se organizaram a partir da produção midiática²⁷. Além disso, o aprofundamento dos estudos sobre jornalismo, em especial, vem permitindo o surgimento de um estoque significativo de análises sobre a segmentação da imprensa escrita e do papel que o acompanhamento noticioso e analítico das atividades culturais tem adquirido no conjunto da produção noticiosa²⁸.

²⁶ Ver a esse respeito, além dos já citados: A B Amaral. *Nossas revistas de Cultura. Ensaio histórico-literário. Revista do Arquivo Municipal*. Volume CLXXIV, 1967. Antonio Cândido. *Literatura e Sociedade. Estudos de teoria e história literária*. São Paulo: Nacional, 1965. José Aderaldo Castello. *A análise de periódicos da literatura brasileira* (In: R O Napoli. *Lanterna Verde e o modernismo*. São Paulo: IEB/USP, 1970). A L Machado Neto. *Estrutura social da República das Letras. Sociologia da vida intelectual brasileira (1870-1930)*. São Paulo: EDUSP, Grijalbo, 1973. Sérgio Miceli. *Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920-1945)*. São Paulo: DIFEL, 1979. Renato Ortiz. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1986. Carlos Guilherme Mota. *Ideologia da Cultura Brasileira (1933-1974)*. São Paulo: Ática, 1977. Wilson Martins. *História da inteligência brasileira*. São Paulo: EDUSP/Cultrix, 1978. Humberto Werneck. *O desatino da rapaziada. Jornalistas e escritores em Minas Gerais*. São Paulo: Cia. das Letras, 1998. Reinaldo Cabral. *Literatura e poder pós-64*. Rio de Janeiro: Opção, 1977; Enio Passiani. *Na trilha do Jeca. Monteiro Lobato e a formação do campo literário no Brasil*. Bauru: Edusc, 2003. Mencione-se ainda trabalhos diversos de Roberto Schwarz e de Nicolau Sevcenko, além dos dois últimos volumes da obra *História da vida privada no Brasil* dirigida por Fernando A Novais (São Paulo: Cia. das Letras, 1998).

²⁷ Refiro-me, em especial, aos seguintes trabalhos: Alice Mitika Koshiyama. *Monteiro Lobato: intelectual, empresário, editor*. São Paulo: T A Queiroz, 1985. J.S.Faro. *Revista Realidade, 1966-1968. Tempo da reportagem na imprensa brasileira*. Porto Alegre: AGE/Ulbra, 1999. J.S.Faro. *Escritores, política e poder: a República das Letras*. In: *Ideologia, cultura e comunicação no Brasil*. São Bernardo do Campo: Ims, 1982. Antonio Hohlfeldt. *As diferenças entre jornalismo e literatura. Cadernos de Jornalismo/2*. Porto Alegre, s/d. Otávio Ianni. *O intelectual e a indústria da cultura. Revista Comunicações e Artes*. Ano 11, no. 17, São Paulo: ECA/USP, 1986. Edvaldo Pereira Lima. *Páginas ampliadas. O livro-reportagem como extensão do jornalismo*. Campinas: UNICAMP, 1993

²⁸ Ver a esse respeito, além dos já citados: José Arbex Jr. *Showrnlismo. A notícia como espetáculo*. São Paulo: Casa Amarela, 2001. Jorge Cláudio Ribeiro. *Sempre Alerta. Condições e contradições do trabalho*

Como se tentou demonstrar, portanto, é possível perceber que o entendimento das dimensões do jornalismo cultural cobra dos pesquisadores uma ampla discussão que permita o alargamento conceitual com que o fenômeno tem sido visto. Também neste segmento dos estudos sobre a imprensa, a concepção de que os processos de apuração e de produção noticiosa possam ser explicados linearmente, exclusivamente com base na sua aparência factual e econômica, tem como efeito um reducionismo que impede a investigação de dar conta do caráter complexo e contraditório dos objetos de análise. O jornalismo cultural, nesse sentido, ilustra, de forma privilegiada, a necessidade de aprofundamento reflexivo sobre a natureza e a amplitude de suas práticas.

Bibliografia:

- ALBUQUERQUE, Afonso. Um outro “quarto poder”: imprensa e compromisso político no Brasil. *Revista Contracampo*. No. 4. UFF, janeiro de 2000.
- BARBERO, Jesús Martín. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- BORDIEU, P. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- _____. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1996
- _____. *A produção da crença*. São Paulo: Zouk, 2002.
- _____. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- CANDIDO, Antonio. *Literatura e Sociedade*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1973
- CHARTIER, R. *A história cultural. Entre práticas e representações*. Lisboa: DIFEL, 1990.
- COSTA, Cristiane. *Pena de Aluguel. Escritores jornalistas no Brasil, 1904-2004*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005
- FARO, J.S. *Revista Realidade, 1966-1968. Tempo da reportagem na imprensa brasileira*. Porto Alegre: Age/Ulbra, 1999.
- HELLER, Agnes. *O cotidiano e a História*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, s/d.

jornalístico. São Paulo: Olho D'água, 2001. Berlarmino Cesar Guimarães da Costa. *Estética da violência. Jornalismo e produção de sentidos*. São Paulo: FAPESP/UNIMEP/Autores Associados, 2002. Nilson Lage. *Ideologia e técnica da notícia*. Florianópolis: Insular/UFSC, 2001. Luiz Gozaga Mota. *Para uma antropologia da notícia*. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, Vol. XXV, no. 2, julho/dezembro de 2002, São Paulo

- HOHLFELDT, Antonio. Cotidiano da escrita. Porto Alegre: Edipaz, 1985
- IANNI, Octavio. O intelectual e a indústria da cultura. Revista Comunicações e Artes. Ano II, no. 17. São Paulo: ECA/USP, 1986.
- JACOBY, Russell. O fim da utopia. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.
- KELLNER, Douglas. A cultura da mídia. Bauru: Edusc, 2001.
- KUCINSKI, Bernardo. Jornalistas e revolucionários. São Paulo: Scritta Editorial, 1991.
- LAGE, Nilson. Ideologia e técnica da notícia. Florianópolis: Insular/Editora da UFSC, 2001.
- LINS, Osman. Guerra sem testemunhas. São Paulo: Editora Ática, 1974.
- LUCA, Tania Regina de. A Revista do Brasil: um diagnóstico para a (n)ação. São Paulo: Unesp, 1998.
- MARCONDES FILHO, Ciro. A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker, 2000.
- _____. O capital da notícia. São Paulo: Ática: 1989.
- MARQUES DE MELO, José. Indústria cultural, jornalismo, jornalistas. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, volume XIV, no. 65. Intercom, julho/dezembro de 1991.
- _____. A opinião no jornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MIÈGE, Bernard. La sociedad conquistada por la comunicación. Barcelona: ESRP/PPU, 1992.
- MIRANDA, Nadja. Divulgação e jornalismo cultural. In RUBIM, Linda. Organização e Produção da Cultura. Salvador: Eufba, 2005
- MOTA, Carlos Guilherme. Ideologia da Cultura Brasileira. São Paulo: Ática, 1977
- MOTA, Luiz Gonzada. Para uma antropologia da notícia. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, volume XXV, no. 2. Intercom, julho/dezembro de 2002.
- _____. (org). Imprensa e poder. Brasília: UnB/Imprensa Oficial SP, 2002.
- O'SULLIVAN, Tim e outros. Estudos de Comunicação e Cultura. Piracicaba (SP): Editora Unimep, 2001.
- PASSIANI, Enio. Na trilha do Jeca. Monteiro Lobato e a formação do campo literário no Brasil. Bauru (SP): Edusc, 2003.
- PEREIRA LIMA, Edvaldo. Páginas Ampliadas. Barueri (SP): Editora Manole, 2004.
- PINTO, Milton. Comunicação e discurso. São Paulo: Hacker, 1999.
- PIZA, Daniel. Jornalismo Cultural. São Paulo: Editora Contexto, 2003.
- RESENDE, Fernando. O jornal e o jornalista: atores sociais no espaço público contemporâneo. Novos olhares, ano II, no. 3. São Paulo: ECA/USP, 1999.

- RIVERA, Jorge B. El periodismo cultural. Buenos Aires: Paidós, 2003.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. Comunicação e política. São Paulo: Hacker, 2000.
- SANTIAGO, Silviano. O cosmopolitismo do pobre. Belo Horizonte: Humanitas, 2004
- SEVCENKO. Literatura como missão. Tensões sociais e criação cultural na Primeira República. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- VARGAS, Herom. Reflexões sobre o jornalismo cultural contemporâneo. Estudos de Jornalismo e Relações Públicas, ano 2, no. 4, dezembro de 2004. São Bernardo do Campo (SP)
- WERNECK, Humberto. O desatino da rapaziada. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- WILLIAMS, Raymond. Cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- WOLFE, Tom. El nuevo periodismo. Barcelona: Anagrama, 1977.

Considerações iniciais sobre o modelo de agenda-setting aplicado à personalização da informação na blogosfera

Jan Alyne Barbosa e Silva ¹

Resumo: O presente artigo procura discutir a relevância dos estudos acerca do modelo de agenda-setting a partir da perspectiva da customização ou personalização da informação verificada na internet, e, mais especificamente, na blogosfera. Em outras palavras, o artigo discute como formas de comunicação online que ocorrem na blogosfera pode produzir efeitos de agenda-setting e vice-versa. O artigo procura revisar alguns conceitos sobre o estado da pesquisa em agendamento, o que inclui métodos de pesquisa empírica e modelos teóricos visando a um futuro mapeamento, investigação, análise e sistematização de modelos limitados ou potenciais de influência dos weblogs.

Jan Alyne Barbosa e Silva²

Palavras-chave: Weblogs – Agenda-setting – Jornalismo Online – Teoria do Jornalismo – Personalização

Web, comunicação digital e fragmentação da audiência

O uso do termo audiência para se referir aos usuários de internet tem sido amplamente discutido e questionado, visto que o usuário tem um papel mais ativo no processo de comunicação online, não somente em relação à possibilidade de selecionar conteúdos através de redes hipertextuais, mas também pela possibilidade de criação de seus próprios ambientes de comunicação digital. Além disso, na Web podemos encontrar sistemas apropriados, ambientes e programas que nos permitem personalizar a informação, possibilidade que se distingue substancialmente da maioria dos modelos e tecnologias de radiodifusão e de impressão, conhecidos como sistemas ou meios de comunicação de massa. Em outras palavras, as dinâmicas de produção, circulação e

¹ Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Doutoranda pelo mesmo programa e instituição.

² Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Doutoranda pelo mesmo programa e instituição. O artigo é parte de uma pesquisa em fase de iniciação, que procura compreender, entre outras questões, modelos e graus de agendamento no ambiente da blogosfera.

consumo de informação na Web estão conformadas às lógicas definidas e situadas pelo usuário em zonas de maior ou menor centralidade.

Trazendo essas premissas para o campo do Jornalismo, a personalização aqui se refere a dois aspectos, a saber: a) customização (Bardoel and Deuze, 1999 [online]), que se define pela configuração de produtos jornalísticos segundo os interesses individuais do usuário; e b) a informação publicada de acordo com as escolhas do autor, que incluem temas, pontos de vista, elementos gráficos, entre outros aspectos que trazem uma visão pessoal e análise para o leitor. (Recuero, 2003 [online]).

Defendemos aqui que hipóteses diferenciadas podem ser pensadas para explicar variados tipos de agendas na blogosfera³. Para isso, é útil levantar questões acerca de alguns dos paradigmas da pesquisa sobre comunicação de massa; especialmente, como modelos de agenda-setting podem ser usados, repensados ou readaptados para observar, analisar e compreender ambientes da Web, e mais especificamente, a blogosfera, visto que alguns fenômenos de apropriação e usos observados nesse ambiente evidenciam potencialmente modos específicos de produção, circulação e consumo de informação.

A blogosfera tem sido concebida como um filtro social de opiniões e notícias ou um sistema de controle e crítica de mídia, ou um novo canal de fontes convertidas em mídia, um novo formato aplicável a versões eletrônicas de coberturas de mídias

³ A palavra é um trocadilho combinado entre “Blog” e “logos”, que em grego significa lógica e razão. Uma outra abordagem para a palavra blogosfera está na visão do blog como um ecossistema midiático, que sobrevive como qualquer outro sistema biológico. Disponível em: <<http://www.iw3p.com/DailyPundit/8315120>>. Acesso em: 04.nov.2002. Para José Pacheco Pereira, o termo *Blogosfera* se configura como “um neologismo aceitável porque transmite a idéia ‘atmosférica’ e comunitária que os blogues ainda são, reflecte as correntes do resto do espaço público mais do que muitos dos autores de blogues pensam. Para além do carácter estético e literário de muitos textos, da utilidade dos blogues para o trabalho científico, do seu papel como “media” alternativos, eles aumentam a informação, e não são uma mera continuidade do ‘mundo exterior’, acrescentando dimensões novas.” *Espelho Espelho Meu*, publicado em 19.jun.2003. Disponível em: <<http://www.blogclipping.blogspot.com>> Acesso em: 20.jun.2003. Para saber mais sobre a blogosfera, ver: SILVA, J. A.B. E. Mãos na mídia: Weblogs, apropriação social e liberação do pólo da emissão. Master dissertation. Facom/UFBA, 2003.

tradicionais, ou ainda um ambiente de conversação entre comunidades. (Orihuela, 2002).

Dada à verificação de uma série de modos de apropriação e usos de weblogs e de sistemas a eles incorporados, torna-se útil perguntar até que ponto e de que maneira a blogosfera pode refletir ou está co-relacionada à agenda pública. Pelo fato de que a teoria de agenda-setting se preocupa com a saliência de determinados temas (Soroka, 2002), é útil levantar questões sobre dinâmicas e condições sob as quais um tema deva ser considerado saliente ou de concernência pública em ambientes Web.

Pensando segundo uma macro-perspectiva, um grande número de acessos a um determinado tema poderia explicar parcialmente o porquê de um tema ser considerado de interesse público, assim como conjunto de normas e processos que cercam as práticas jornalísticas que os fazem alcançar um consenso sobre o que é de relevância pública⁴.

Torna-se, entretanto, mais complexo estabelecer uma discussão sobre aplicação da hipótese de agenda-setting segundo uma micro-perspectiva, tais como os que ocorrem na comunicação online e em fenômenos de personalização de informação existentes na blogosfera. Nesse sentido, cabe perguntar sobre métodos que o pesquisador pode lançar mão para analisar processos de correlação entre a agenda midiática e a agenda pública em ambientes online. Ao revisar considerações sobre métodos de pesquisa e modelos teóricos da teoria de agenda-setting, procuraremos estabelecer um mapeamento inicial de potenciais e limitados modelos de influência dos weblogs.

Mapeamento de conceitos para analisar modelos de agendamento na blogosfera

⁴ Sobre critérios de noticiabilidade, ver Wolf (1992) e Traquina (2004).

O modelo de agenda-setting enfatiza que os media configuram a agenda para o debate público e para as tomadas de decisões, especialmente com relação a temas de concernência política, embora haja uma série de estudos que observam outros temas específicos. A tradição da pesquisa sobre agendamento tem ajudado a mudar o foco de estudos sobre audiência, ao afirmar que os media não dizem às pessoas o que pensar, mas sobre o que pensar (Cohen, 1963) ⁵. Em outras palavras, parece haver uma correlação significativa entre temas que são definidos como importantes pelos media e pelo público, visto que a audiência “(...) tende a compartilhar a composição definidora dos media sobre o que é importante”⁶ McCombs and Shaw (1972, p. 184).

De acordo com McCombs and Reynolds (2002), o papel de agenda-setting dos media noticiosos corresponde à habilidade de influenciar a saliência dos tópicos sobre agenda pública, chamando atenção da audiência e estabelecendo o que pode ser chamado de estágio inicial para a formação de uma opinião pública, visto que somente poucos temas conseguem alcançar a agenda pública⁷.

Apesar de haver mais de 350 estudos empíricos sobre a influência de agenda-setting dos media noticiosos (McCombs and Reynolds, 2002), poucas indicações metodológicas podem ser apropriadas e adaptadas para investigar modos de agendamento ou outras relações de influência que expliquem processos e mudanças que

⁵ Para saber mais sobre a origem do modelo de agenda-setting, ver McCombs and Shaw (1972).

⁶ T.A. “(...) tend to share the media’s composite definition of what is important”.

⁷ Sobre opinião pública, Lippmann (1922) defende que a opinião pública responde não somente ao ambiente, mas ao pseudo-ambiente construído pelos media noticiosos. Além disso, McCombs and Reynolds (2002) defendem que “porque os media noticiosos não possuem nem a capacidade de buscar todas as informações nem de informar a audiência sobre cada acontecimento, eles contam com um conjunto tradicional de normas profissionais para guiar seus recortes do ambiente”. T.A. “because news media have neither the capacity to gather all information nor the capacity to inform the audience about every single occurrence, they rely on a traditional set of professional norms to guide their sampling of the environment” (p. 6).

envolvem a blogosfera e a mediasfera⁸. Alguns argumentos teóricos vêm a influência de weblogs em perspectiva micro, dada a evidência de que o acesso público aos meios impressos e de radiodifusão é maior do que o acesso à internet.

Outros pesquisadores afirmam que há uma variação entre o direcionamento da agenda, o que significa que a agenda-setting pode e deveria ser estudada seguindo uma perspectiva multidirecional, de acordo com os predicados dos temas, assim como de acordo com inter e intra-agendas (Soroka, 2002).

Essa perspectiva multidirecional pode ser observada no ambiente comunicacional da blogosfera, visto que sua estrutura hipertextual se configura como um elemento central conector de fontes e informações, fornecendo a possibilidade de mais escolhas, controle, links e flexibilidade. Além disso, os temas de concernência pública possuem dinâmicas distintas de agendamento que estão conectadas a alguns atributos, tais como: intrusividade⁹, concretude¹⁰, tempo de observação (ou período em questão)¹¹, entre outros.

Defendemos que a blogosfera pode ser vista como um ambiente comunicacional em que se pode verificar e mensurar a ressonância da opinião pública sobre muitos temas, visto que é um importante indicador de notícias publicadas por versões

⁸O primeiro e único projeto de análise e investigação sobre as relações de influência entre os weblogs e mídia foi realizado por Cornfield, M. (et al) [online] em outubro de 2004, divulgado recentemente nos Estados Unidos. A pesquisa comparou o impacto político dos blogs conservadores e liberais com a cobertura da mídia convencional, fóruns on-line e páginas Web de candidatos presidenciais nas eleições norte-americanas da eleição de 2004. Através de pesquisa quantitativa, os resultados mostraram que o interesse e nível de influência de cada canal de informação estão diretamente ligados mais ao teor e relevância do material divulgado do que ao veículo propriamente dito. Os responsáveis pela pesquisa alertaram para o fato de que seus resultados ainda são preliminares porque foi usada uma nova tecnologia para medir níveis de atenção e influência. Entretanto, destacaram que os weblogs conseguiram chamar a atenção do público só depois que a mídia convencional divulgou o que eles estavam publicando na web. A pesquisa concluiu que os weblogs não foram capazes de exercer uma influência exclusiva sobre os eleitores e que se comportaram mais como seguidores da agenda, do que como criadores de fatos novos (Cornfield, M. et.al, 2004).

⁹Zucker, 1978.

¹⁰Yagade & Dozier, 1990.

¹¹Downs, 1972.

eletrônicas de meios tradicionais, exercendo um papel importante na transmissão de consenso social e de cultura. Nesse sentido, weblogs formam um ambiente de comunicação interpessoal e como tal, pode reforçar e refletir efeitos de agendamento midiático sobre a agenda pública quando a conversação lida com o mesmo tema que os meios enfatizam (Wanta and Wu, 1992).

O modelo de agendamento é parte de uma abordagem mais alargada da pesquisa sobre media-effects¹², cujas variáveis independentes estão conectadas a aspectos estruturais das mensagens midiáticas, que, de acordo com Jefres (*apud* Eveland Jr., 2003) podem ser divididas em três categorias: diferenças de meios/canais, usos e enquadramento (*framing*). Considerando as diferenças de canais, Eveland Jr. (2003) propõe seis predicados ou atributos iniciais para estudar os efeitos dos media, que podem se estender para micro-níveis de modelos de agendamento: interatividade, organização, controle, canal, textualidade e conteúdo (p. 398).

A abordagem de Eveland Jr., também denominada *mix of attributes*, ressalta seus benefícios empíricos e teóricos, visto que incluem (entre outros):

(a) uma explicação mais clara sobre cada novo meio; (b) uma facilitação para teorização considerando os efeitos dos novos media; (c) identificação de novas variáveis dependentes através da identificação de novas variáveis independentes; (d) a habilidade para explicar resultados prévios e nulos de media-effects; (e) a habilidade de entender e incorporar aplicações atípicas de tecnologias de comunicação em nossas teorias; (f) a eliminação da necessidade de recriar a roda teórica com a introdução de cada novo meio;¹³ (Eveland Jr., 2003, p.403).

¹² De acordo com Jensen (2002), a questão sobre efeitos “tem sido estabelecida amplamente em termos de impactos cognitivos de curto prazo de meios diferentes e de conteúdos sobre audiências de massa, que tem sido estudada Segundo metodologias quantitativas de caráter científico-social” (p. 138). T.A. “has largely been stated in terms of relatively short-term cognitive and behavioral impacts of different media and their contents on mass audiences, which have been studied by quantitative social-scientific methodologies.”

¹³ T.A. (a) more clear explication of each new medium; (b) the facilitation of theorizing regarding the effects of media; (c) identification of new dependent variables through the identification of new independent variables; (d) the ability to explain prior and future null finding for media effects; (e) the ability to understand and incorporate atypical applications of media technologies in our theories; (f) the

Algumas características elencadas por Silva (2003), conferem ao weblog uma estrutura específica de disponibilização de conteúdos: gratuidade, cronologia reversa, memória cronológica/temporal, excesso, princípios de micro-conteúdo, incorporação de sistemas, reconfiguração de ambientes (Stockinger, 2001b), interatividade, descentralização de acesso e produção, autonomia, rapidez de atualização, suporte para conteúdos temáticos ou não e produzidos por coletividades ou por um único indivíduo. A recombinação destas características desencadeia diferentes formas de apropriação social de weblogs e, conseqüentemente, podem ser utilizadas para a análise sobre graus e modos de agendamento, no sentido de que:

A estrutura comunicativa da rede não representa, (...) um caminho que regula diretamente o pensamento e as ações humanas. Ela orienta apenas a comunicação que tornará a aceitação de determinadas mensagens e informações mais prováveis que outras. É o sentido dado a conjuntos de mensagens que delimitam os campos de comunicação enquanto sub ou micro-sistemas sociais. (Stockinger, 2001b, p. 110).

No contexto de weblogs, a personalização da informação (tanto em relação ao contexto de produção quando de recepção de conteúdos provenientes dos weblogs) está relacionada ao conceito de percepção seletiva, proveniente da *Mass Communication Research*, que fornece evidências para explicar media-effects mínimos, visto que usuários minimizam ou maximizam sua exposição a informações de muito ou pouco interesse.

Nesse sentido, há uma série de fatores além da cobertura noticiosa que pode influenciar a percepção pública, enfatizando que “a mente do público não é um papel branco esperando para ser escrito pelos meios de massa”¹⁴ (McCombs and Reynolds, 2002), o que significa que um determinado tema pode ser o foco de atenção de acordo

elimination of the need to recreate the theoretical wheel with the introduction of each new medium; (Eveland Jr., 2003, p.403).

¹⁴ T.A. “the public mind is not a blank slate waiting to be written on by the mass media” (McCombs and Reynolds, 2002).

com o interesse do sujeito ou do grupo do qual ele faz parte, além de interesse pela cultura geral ou simplesmente através da exposição aos meios de comunicação.

O conceito de necessidade de orientação (McGuire, 1974; Tolman, 1932, 1948 *apud* McCombs and Reynolds, 2002) pode também ser utilizado para se compreender a personalização da informação, dado que sugere que “nós formamos mapas em nossa mente que nos ajuda a navegar no nosso ambiente externo, de acordo com a relevância ou incerteza sobre um determinado tema”¹⁵ (McCombs and Reynolds, 2002, p. 8).

De acordo com Orihuela (2005), a capacidade desenvolvida na blogosfera para configurar agendas pode ser observada em três níveis: a) A agenda geral, observada através de portais, referências e metablogs. Nesse caso, podemos observar, através de sistemas de indexação de weblogs e de temas que neles circulam (tais como o Technorati), um amplo campo de pesquisa para investigar a saliência de um tema disponível online ¹⁶. b) As agendas comunitárias, dentro das quais grupos de referência interagem entre si e através dessas interações, pode-se compreender processos de

¹⁵ T.A. “we form maps in our minds to help us navigate our external environment, according to the relevance or uncertainty about an issue”. (McCombs and Reynolds, 2002, p. 8). McCombs e Reynolds explicam que “entre os sujeitos que percebem um tema como altamente relevante, seus níveis de incerteza também devem ser considerados. Se a pessoa possui toda a informação que ela precisa sobre um tema, a incerteza é pouca. Sob as condições de alta relevância e pouca incerteza, a necessidade de orientação é moderada. Quando a relevância e incerteza são altas, entretanto, a necessidade de orientação também o é.” T.A. “among individuals who perceive a topic to be highly relevant, their level of uncertainty also must be considered. If a person already has all the information he or she needs about an issue, uncertainty is low. Under conditions of high relevance and low uncertainty, the need of orientation is moderate. When relevance and uncertainty are high, however need for orientation is high”. (McCombs and Reynolds, 2002, p. 9).

¹⁶ Junto com análise de conteúdo, um dos métodos que sugerimos para mensurar a correlação entre as agendas da blogosfera e dos mass media é usar uma das perspectivas da tipologia de Acapulco propostas por McCombs, denominada perspectiva de competição, que inclui toda a agenda e mensurações de usos da população (e nesse caso, uso dos weblogs) para estabelecer a saliência dos itens e verificar se existe uma correlação significativa entre a agenda midiática e a agenda de weblogs. Uma das mensurações de agregação diz respeito aos sistemas de indexação, tais como o Technorati (<http://www.technorati.com/>), que, dentre outras funções, mensura a saliência de temas publicados em weblogs.

correlações entre temas e sua relevância para essas comunidades; e 3) A agenda pessoal, através de acessos individuais ou sistemas RSS.

O ambiente online, desse modo, tem se tornado cada vez mais uma fonte de informação ou orientação sobre temas de concernência pública. A vocação dos weblogs para configurar a agenda pública pode ser observada segundo um escopo de temas que variam desde o intrusivo (temas que vivenciamos pessoalmente, como desastres e catástrofes) ao não intrusivo (temas dos quais tomamos conhecimento somente através de fontes noticiosas tradicionais).

Apesar de muitos estudos sobre o papel de agendamento dos media tradicionais revelarem a produção de efeitos fortes sobre o público para temas não intrusivos, talvez seja o caso de alguns fenômenos que ocorram na blogosfera contrariarem essa tendência, visto que os weblogs desempenham um papel importante no agendamento de temas intrusivos, como foi o caso do Tsunami asiático ou o conflito bélico entre os Estados Unidos e o Iraque¹⁷.

A correlação entre agendas da blogosfera e midiática pode também ser analisada dentro da perspectiva de segundo nível de agendamento, ou seja, não somente em relação a temas públicos específicos, mas também em termos de predicados dos temas, que incluem uma série de aspectos e perspectivas dos temas, em termos de enquadramento (framing) e priming, visto que, como já foi dito, weblogs fornecem um amplo repositório de informações e opiniões de enquadramentos variados¹⁸.

¹⁷ To know more about the role of weblogs in the spread of news about Asian Tsunami, see Lemos (2005 [online] <http://www.novae.inf.br/pensadores/cibercultura_e_tsunamis.htm>. Acesso in: 15.Jun.2006.

¹⁸ Para ilustrar a importância das discussões que propomos sobre fenômenos relacionados ao poder simbólico e crescente dos weblogs frente às agendas dos meios de comunicação de massa, citemos a matéria publicada na *Revista Veja*, intitulada "Blog é coisa séria", abordando a importância e o poder decisivo que blogs podem ter sobre os debates de concernência pública. A matéria trata da denúncia

McCombs and Reynolds (2002) explicam que o priming pode ser observado através do “link entre a saliência dos objetos e seus predicados difundidos pelos meios de massa, além da própria existência da opinião entre a audiência. A saliência dos temas ativa o priming da produção e expressão das opiniões”¹⁹ (p. 14).

Tematização é um outro conceito que deve ser considerado para estabelecer e operacionalizar relações entre graus de agendamento midiático e da blogosfera, pois diz respeito ao resultado das conexões, nas quais são negociados: “*a.* critérios de relevância aplicados pela mídia; *b.* limiar de visibilidade dos temas; *c.* efeitos de agenda articulados de modo variado como resultado da relação entre *a.* e *b.*” (Wolf, 2003, p. 165). Tematização perpassa pela transformação e pelo desenvolvimento de certo número de acontecimentos e fatos distintos difundidos e que são colocados num único âmbito de relevância:

“(...) Tematizar um problema significa, na realidade, colocá-lo na ordem do dia da atenção do público, dar-lhe a importância adequada, salientar sua centralidade e sua significatividade em relação ao fluxo normal da informação não tematizada.” (Wolf, 2003, p. 165).

O processo de tematização também está ligado à dimensão da natureza pública do tema, sua importância social. Nesse sentido, os weblogs constituem um campo extremamente fértil para se investigar as condições nas quais podemos observar a tematização de problemas muitas vezes discutidos pela mídia de massa.

Conclusão

veiculada pelo programa *60 minutes* da CNN de que o atual presidente dos EUA falsificou documentos que o livraram de servir às forças armadas. Três pessoas filiadas ao partido do presidente publicaram em seu weblog provas de que a denúncia feita pelo programa era baseada em documentos falsos e tal constatação provocou grande repercussão perante a opinião pública culminando na demissão do âncora de *60 minutes*.

¹⁹ T.A. “the link between the salience of objects and their attributes in the mass media and the very existence of opinions among the audience. Media salience primes the creation and expression of opinions.” Para saber mais sobre priming, ver Roskos-Ewoldsen, Roskos-Ewoldsen, and Carpentier (2002).

O artigo é uma tentativa de destacar alguns conceitos e modelos teóricos relacionados à teoria de agenda-setting para compreender possíveis formas de correlação entre as agendas midiática e da blogosfera. Acreditamos que é importante estabelecer essas correlações devido a fenômenos de apropriação dos weblogs bem como à personalização da informação que vem crescendo exponencialmente em ambientes Web, e mais especificamente, na blogosfera. O fenômeno de personalização da informação na Web demanda a revisão e a proposição de novas cartografias concernentes às teorias do jornalismo e da opinião pública, passando a incluir processos de agendamento em micro-níveis, assim como inter e intra-agendas em ambientes Web.

Ao justapor conceitos do paradigma de agenda-setting ao fenômeno de personalização, acreditamos ser possível explicar e compreender modos de correlação e relações simbióticas entre as agendas da blogosfera e dos media. As atividades de mapeamento, análise, investigação e sistematização de modelos limitados ou potenciais de influência de weblogs, nesse sentido, implicam a criação de instrumentos metodológicos adequados, visto que novos elementos devem ser considerados, a saber: deslocamentos e perda de fixidez dos lugares de emissor e receptor, além de novos modos de produção, circulação e consumo de informação.

A pesquisa sobre agenda-setting pode ser considerada um núcleo de conceitos parciais, suscetíveis de serem articulados e integrados a uma teoria geral de mediação simbólica e sobre efeitos de realidade praticados pelos media, ao invés de ser um paradigma estável e definido. A utilização de métodos apropriados, portanto, deve ser articulada com diferentes qualidades de influência, através de uma análise correta sobre a confrontação entre possibilidades de agendamento da mídiasfera e da blogosfera, de acordo com características próprias de cada meio (incluindo apropriações, usos,

gratificações e enquadramento) para produzir efeitos (influência) ao invés de ser de acordo com uma capacidade absoluta (ou incapacidade) de produzi-los. (Wolf, 2003).

Acreditamos que nosso estudo deve procurar operacionalizar tais conceitos destacados ao longo do artigo com maior profundidade, através da observação de fenômenos de apropriação, usos e gratificações na blogosfera.

Em primeiro lugar este trabalho é uma tentativa de construir gradualmente uma abordagem para compreender correlações de efeitos e influências entre a mídiasfera e a blogosfera. Além disso, deve contribuir com a pesquisa em comunicação, visto que há poucos estudos sobre o problema do ponto de vista empírico, assim como pouca pesquisa sobre teoria do jornalismo e da opinião pública sob a perspectiva da personalização da informação e agenda-setting em ambientes Web.

Referências Bibliográficas

BARDOEL, J. & DEUZE, M. Network Journalism. converging competences of old and new media professionals. 1999. In: <<http://home.pscw.uva.nl/deuze/pul19htm>>. Acesso in: 10th.Oct.2004.

COHEN, B. C. The press and the foreign policy. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1963.

CORNFIELD, M. (et.al); Buzz, Blogs, And Beyond: The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004. Preliminary Report, 2005. In: http://www.buzzmetrics.com/blog/PIP-BZM%20-%20BUZZ_BLOGS__BEYOND_Final05-16-05.pdf . Acesso in: 31.May.2005.

DOWNS, A. (1972): 'Up and down with ecology: The "issue attention cycle"', The Public Interest, 28, 38–40.

EVELAND, W. A "Mix of Attributes" Approach to the Study of Media Effects and New Communication Technologies. *Journal of Communication*, 2003, 53 (3): 395-410.

MARTHE, M. [online] Blog é coisa séria. Revista Veja. Disponível em: <http://tecnologia.unimonte.br/leitura.asp?tipo=&id=2957>. 03/06/2005. Acesso em: 25.out.2005.

McCOMBS, M., SHAW, D. The agenda setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, n.36, 1972.

MCCOMBS, M.; REYNOLDS, A. News Influence on our pictures of the world. In BRYANT, J.; ZILMANN, D. *Media Effects: advances in theory e research*. London: Lawrence Erlbaum Associates, 2002, p. 1-18.

ORIHUELA, J.L.; Weblogs y blogosfera: El medio y la comunidad. In: ORDUÑA, O. et.al. *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Madrid: ESIC, 2005.

PEREIRA, J. P. Espelho Espelho Meu. Disponível em: <http://www.blogclipping.blogspot.com> Acesso em: 20.jun.2003.

QUICK, W. Daily Pundit. In: <http://www.iw3p.com/DailyPundit/8315120>. Acesso em: 04.Nov.2002.

RECUERO, R. Warblogs: Os Blogs, A Guerra no Iraque e Jornalismo Online. P.2. In: <http://www.pontomidia.com.br/raquel/weblogs.pdf> Access em: 10th.May.2003.

SILVA, J. A.B. E. Mãos na mídia: Weblogs, apropriação social e liberação do pólo da emissão. Master dissertation. Facom/UFBA, 2003.

SOROKA, S. Issue Attributes and Agenda-Setting by Media, the Public, and Policymakers in Canada. *International Journal of Public Opinion Research*, Volume 14, Number 3 (September 1, 2002), pp. 264-285.

STOCKINGER, G., “A Interação entre Ciberambientes e Sistemas Sociais” In:
PALÁCIOS, M., LEMOS, A., (org.) Janelas do Ciberespaço. Porto Alegre: Sulina,
2001b.

TECHNORATI. <<http://www.technorati.com/>>. Access em: 4th.Jun.2002.

TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo. Florianópolis. Insular. 2004.

VARELA, J. Periodismo participativo: el Periodismo 3.0. In: ORDUÑA, O. et.al.
Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y
ciudadanos. Madrid: ESIC, 2005.

WANTA, W.; WU, Y-C. (1992): Interpersonal communication and the agenda-setting
process. *Journalism Quarterly*, 69 (4), 847-849.

WOLF, M. Teorias da Comunicação de Massa. Lisboa: Editorial Presença, 1992

YAGADE, A.; DOZIER, D. M. (1990): ‘The media agenda-setting effect of concrete
versus abstract issues’, *Journalism Quarterly*, 67, 3–10.

ZUCKER, H. (1978): ‘The variable nature of news media influence. In B.D. Ruben
(ed.): *Communication Yearbook*, Vol. 2, New Brunswick, NJ, Transaction Books.

Rádiodifusão sonora no Brasil: entre a esfera pública e privada, o poder

Janaína dos Santos ¹

Resumo: Os processos instituídos para concessão de canais de rádiodifusão no Brasil encontram caminhos diferenciados para alcançar sua outorga e concessão. Neste estudo, a especificidade se dá em relação à concessão de canal de rádiodifusão sonora para a estruturação de uma emissora de caráter educativo-universitário. O artigo aqui apresentado versa sobre a dissolução dos limites entre a esfera pública e privada e a maneira como o poder político não apenas tangencia, mas contribui para a construção de um simulacro da esfera pública. Esta mediação é reproduzida nos processos de concessão, que em última análise, deveriam considerar primordialmente o interesse público de sua sociedade.

Palavras-chave: política de rádiodifusão; poder; esfera pública; esfera privada; tráfego de influência

Considerações Iniciais

A comunicação, entendida como estrutura mediadora do contexto social, prescinde de regulamentações que definam limites e diretrizes para sua atuação. O papel do Estado, neste sentido, está relacionado ao estabelecimento das políticas que orientam o uso dos bens e serviços a ela vinculados — telecomunicações e comunicações. Parte-se da premissa de que os mesmos são de direito público e devem servir aos interesses dos cidadãos. Nesta perspectiva é possível identificar conflitos entre esfera pública e privada, tanto quando da concessão de canais de rádiodifusão, quanto no que se refere à fiscalização de seu uso.

Compreender a maneira como se dá a articulação entre os diferentes grupos de interesse diante do Estado é a pretensão do trabalho aqui desenvolvido — ainda que de maneira inicial —, especialmente no que tange ao processo de concessão de um canal de rádiodifusão sonora para uma emissora universitária de caráter educativo, no caso a RTVE – Rádio, Televisão Educativa da FIDENE – Fundação de Integração, Desenvolvimento e Educação do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul.

¹ Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do RS - UNIJUÍ e pós-graduanda em Gestão de Processos em Comunicação pela mesma Universidade.

Para que tal premissa possa ser alcançada, a seguir serão evidenciados alguns pontos que dimensionam a relação entre esfera pública, esfera privada e o Estado e os jogos de poder que intermediam este embate. Na seqüência da construção são apresentados os fatores históricos que marcam a trajetória da concessão do referido canal de radiodifusão sonora e como tais características se fazem presentes no cotidiano do veículo de comunicação.

Estado, Espaço Público e Privado – passos iniciais

Inicialmente é necessário elucidar alguns pontos no que se refere ao exercício e ao jogo político do poder. O Estado enquanto força que regula e delega poder, estabelece vínculo estreito com as esferas pública e privada; sua atuação deveria ser balizada pela defesa dos interesses cidadãos, em especial no âmbito midiático — por este se constituir em espaço privilegiado de reprodução das relações de poder, ainda que de maneira velada. LIMA complementa:

Esse Estado é, portanto, uma instituição não só capaz, mas, sobretudo, com o dever de proteger o interesse público, seja ele territorial, estratégico, econômico, cultural ou qualquer outro. Isso não significa, todavia, que este Estado seja percebido como instituição neutra, que reparte democraticamente os recursos que administra, mas sim como a instância que naturalmente teria as condições para fazê-lo. O papel do Estado se equacionaria, portanto, com o interesse público. (LIMA, 2001, p.117)

O espaço público, a partir de autores como Hannah Arendt e Jürgen Habermas, é entendido como o lugar da negociação, da pluralidade, da produção do consenso. Na contemporaneidade, porém, o entendimento por eles proposto é, em parte, suplantado pela esfera privada. Esta, naturalmente atrelada aos interesses do capital, defende uma ótica consumista, com “produtos tangíveis e lucros demonstráveis” – conforme pontua MIOTTO (2004, p.111). A esfera pública, que prescinde da liberdade para se constituir legítima, tem cerceadas suas possibilidades pela própria instância que deveria preservá-la. “Para Arendt, liberdade tem a ver com pluralidade, o que só existe no espaço público. Desta forma, o Estado que promove a privatização de meios que garantam a manutenção da liberdade individual, fortalece as raízes da tirania” (MIOTTO, 2004, p.112).

No Brasil o fato de o privado prevalecer diante do público pode ser visualizado especialmente à época das privatizações do governo de Fernando Henrique Cardoso, quando um novo modelo de

desenvolvimento político e econômico foi adotado pelo país. Entretanto, antes mesmo deste período, negociações políticas já vinham sendo travadas em torno de concessões e outorgas de canais de radiodifusão, as quais eram utilizadas como forma de barganha política.

A partir deste contexto, estrutura-se um simulacro da realidade, onde são invertidas as forças; transforma-se o público em privado através de um processo torpe, que dificulta a delimitação de fronteiras entre uma esfera e outra. O papel do Estado, que deveria advogar em favor de seus cidadãos, fica alienado ao comando político e econômico, susceptível às especulações externas.

A questão aqui postulada, indaga de que maneira esta inversão e/ou simulacro da esfera pública pode ser verificada no contexto social quando o assunto é a concessão de canais de radiodifusão. Tal aspecto será abordado na seqüência da identificação do objeto de análise. Neste momento, parte-se para a identificação do processo legalmente instituído para a solicitação de concessão de canais de radiodifusão sonora.

Política de Radiodifusão Sonora no Brasil

O processo necessário para concessão de canais educativos de radiodifusão sonora difere dos procedimentos utilizados quando da busca por uma concessão comercial ou comunitária. A legislação que regulamenta as atividades das emissoras educativas também é peculiar —estas não apresentam fins lucrativos e devem, entre outras atribuições, buscar a “elevação do nível cultural da população” (FERRARETTO, 2001, p. 179), numa acepção que nos remete à Berthold Brecht.

O procedimento para obtenção de um canal de radiodifusão sonoro educativo é descrito por FERRARETTO que destaca, de todo o processo, o fato de não ser preciso a publicação de edital para outorga do serviço e a necessidade de anexar documentação comprobatória de recursos financeiros para tal fim. Em síntese, a solicitação de concessão de canal de radiodifusão sonora deve ser remetida ao Ministério das Comunicações e à Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto. A partir de parecer favorável da Associação cabe ao Ministério supracitado a decisão sobre a outorga do canal.

Tendo conhecimento das processualidades legais acima descritas, pode-se inferir que *a priori*, a concessão de um canal de radiodifusão sonora para emissoras educativas é mais simples em comparação ao processo necessário para uma frequência de caráter comercial — sujeita a processo licitatório. Porém, entende-se ser pertinente fazer menção ao modelo de radiodifusão adotado no país e que, segundo LIMA, remonta ao período militar: “No Brasil, foram consolidadas políticas públicas autoritárias de comunicações que, ao optarem por modelos de radiodifusão predominantemente comerciais e privados, impediram o acesso e a participação da grande maioria da população e facilitaram a concentração e o oligopolização - vertical e horizontal – da mídia” (2001, p. 211).

Tendo isto posto como um condicionante no processo de outorga e concessão de canais de radiodifusão no país, parte-se agora para uma breve contextualização acerca do processo deflagrado para a operacionalização da emissora de rádio educativa da FIDENE.

RTVE – Da concessão à Instauração

A Fundação de Integração, Desenvolvimento e Educação do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - FIDENE², designou em 1991 uma comissão³ responsável pela elaboração de pedido de outorga para a Rádio Educativa FM e Televisão Educativa da instituição, sendo assessorada tecnicamente pelo engenheiro Higino Germani. Na estrutura da Fundação, a nova mantida — Rádio Televisão Educativa UNIJUÍ - RTVE é criada no ano de 1992 quando também é aprovado o Regimento Interno da futura emissora, conforme a legislação do setor. Neste mesmo ano é encaminhado à Fundação Roquette-Pinto e ao Ministério das Comunicações o pedido de outorga para execução de serviços de radiodifusão sonora em frequência modulada e televisão educativa.

A primeira tentativa de concessão não obteve êxito, sendo que o canal de televisão foi concedido para a Televisão Educativa do Estado do RS⁴. Em relação à outorga de radiodifusão sonora

² Instituição de caráter técnico-científico-educativo-cultural, de fins não lucrativos e Pessoa Jurídica de direito privado, é reconhecida de utilidade pública para fins filantrópicos pelos poderes federal, estadual e municipal.

³ Ao final do processo de concessão, três diferentes grupos haviam trabalhado com a proposta. A professora da FIDENE/UNIJUÍ Lídia Inês Allebrandt, que assumiu o cargo de Diretora da RTVE (2001/2005), integrou todas elas.

⁴ À época, segundo informação repassada por fontes relacionadas ao fato, comentava-se acerca do vínculo do engenheiro Germani também no processo encaminhado para concessão da Televisão Educativa do Estado.

o retorno também foi negativo. A partir deste contexto membros da Direção da FIDENE e da comissão deslocaram-se, em algumas ocasiões, ao Ministério das Comunicações em Brasília na tentativa de agilizar o processo e esclarecer questões remanescentes para a concessão de radiodifusão sonora. A ex-diretora da RTVE Lídia Inês Allebrandt informa: “... quando estive lá para saber do nosso processo uma das responsáveis disse mais ou menos isso: ‘vou procurar o processo de vocês que deve estar por aí. Sabe, temos pouca gente aqui e estou esperando a estagiária pôr ordem nisso’. (Via-se pelos cantos inúmeros processos)”.⁵

Não se obteve qualquer resultado tangível ao longo de mais de seis anos, quando em 1999 a Presidente da FIDENE e Reitora da UNIJUÍ Eronita Silva Barcelos, designou um novo grupo de trabalho, encarregado de pensar e propor alternativas para a implementação da mantida. Deste processo resultou a reelaboração do Plano de Desenvolvimento Institucional e Plano Plurianual da RTVE. Com a identificação de possíveis dificuldades financeiras para a implantação de uma emissora de televisão por parte da Instituição mantenedora, o foco passou a ser a emissora de rádio FM.

Novas perspectivas começam a mobilizar o grupo de trabalho envolvido no processo quando o Ministério das Comunicações encaminhou através da Portaria nº293/1998 a outorga para execução do serviço de radiodifusão em frequência modulada. Em novembro do ano seguinte a FIDENE recebeu a aprovação do Projeto de Decreto Legislativo nº136 para executar o serviço. A partir daí, ainda seria necessário o pronunciamento do Senado e a liberação do Congresso Nacional acerca do processo.

Novamente o engenheiro Higino Germani é acionado para prestar assessoria técnica à instituição. Por sua orientação são retomados contatos em Brasília para agilizar a implantação da rádio no segundo semestre de 2000 — especialmente junto à senadora Emília Fernandes, designada pelo Congresso Nacional como relatora do processo. Sobre a possibilidade de tráfego de influência durante este período, Lídia Inês Allebrandt pontua:

Creio que haja tráfego de influência para obtenção das concessões, sei de outorgas dadas para políticos ou seus testas de ferro. Sei também de outra universidade que fez lobby para conseguir a outorga, pois o processo deles também tramitava há muito tempo. Não sei de

⁵ Conforme mensagem eletrônica que se encontra anexa a este.

detalhes, não tenho provas, o que sei são fatos comentados e a nossa experiência de insistência através de cartas aos políticos.

Importante destacar que em momento algum a ex-diretora da RTVE afirmou de maneira categórica a prática de tráfico de influência a partir da Fundação, porém, através da consulta a documentos do arquivo da própria emissora e de conversas informais com colaboradores, foi possível identificar o exercício desta.

A decisão final sobre a concessão, a partir do Congresso Nacional, é definida em junho de 2000, um ano após a outorga concedida pelo Ministério das Comunicações. As características técnicas da emissora são: frequência de operação – 106,9 MHz, canal número 295. Quando da inauguração, a potência de operação do transmissor era de 0,1 KW, classe C. Entre 16 de junho e 19 de julho de 2001, a emissora entra no ar em caráter experimental, sendo inaugurada em 20 de julho de 2001. Em janeiro de 2003 a potência da UNIJUÍ FM – como é também chamada a rádio - passa para 0,3 KW, na classe B, atingindo um raio de até 60 KM. Desde abril de 2004 a emissora opera com 1KW de potência, ampliando seu raio de alcance de 75 KM a 100KM.

Esfera Pública e Esfera Privada – pelo interesse de quem?

Passa-se agora à análise do processo de concessão como um todo. Pode-se já antecipar uma certa precipitação entre a situação “ideal” e aquela vivenciada empiricamente, pelo menos no caso da concessão da RTVE. Considerando as peculiaridades do processo aqui apresentado, especialmente no que se refere à dispensa de edital para concessão de outorga, é possível identificar uma certa letargia das instâncias de governo no processo de concessão dos canais — tal morosidade pode resultar do acúmulo de processos e da falta de recursos humanos suficientes para atender às demandas, ou ainda, do desinteresse das mesmas em atribuir “poder” para instituições outras que não aquelas vinculadas aos interesses do bloco histórico que exerce hegemonia – no sentido proposto por Antonio Gramsci. Aqui, como demonstrar-se-á a seguir, as evidências apontam para a segunda opção.

Hoje assistimos a uma simulação do que seria a relação “ideal” entre esfera privada e esfera pública, uma vez que, não raro, interesses particulares são confundidos com os de ordem coletiva. ARENDT elucida: “A distinção entre uma esfera de vida privada e uma esfera de vida pública corresponde à existência das esferas da família e da política como entidades diferentes e separadas” (1995, p.37). Há dificuldade de diferir ambos os pólos porque, conforme complementa a autora: “vemos o corpo de povos e comunidades políticas como uma família cujos negócios diários devem ser atendidos por uma administração doméstica nacional e gigantesca” (1995, p.37).

No caso do objeto de estudo aqui apresentado, há indícios de que interesses de ordem privada — fazendo-se valor do sistema existente a partir do Estado —, tenham suplantado o sentido de esfera pública em nível inicial. Do contrário não se justifica a outorga e concessão do canal de radiodifusão da RTVE somente depois de quase 10 anos do início do processo. A possibilidade de tráfego de influência apontada anteriormente é acentuada também pelo depoimento de Celestino Perin⁶, que em conversa informal sobre o assunto fez a seguinte afirmação: “É evidente que se se seguisse apenas os trâmites legais o processo teria demorado muito mais. A intervenção do engenheiro, que sabia a quem recorrer, foi fundamental para se conseguir a concessão da rádio”.

A partir deste contexto, pode-se esboçar uma complementaridade entre os conceitos de ARENDT (relativos à esfera pública, privada e ao Estado) e a própria releitura feita por BOBBIO acerca do conceito de hegemonia em Gramsci — ainda que o estudo aqui desenvolvido apresente-se apenas em nível inicial. Neste caso, em específico, o ponto que demonstra de maneira mais premente a coadunação entre a esfera privada e a de governo é aquela em que todo o aparato do Estado é utilizado para comprometer uma visão plural e dialógica somente possível a partir da esfera pública.

A necessidade de “estabelecer contato” com as “pessoas certas” caracteriza o chamado tráfego de influência, pois ao mesmo tempo em que são estabelecidas regras comuns a todos os cidadãos (sejam eles pessoas físicas ou jurídicas), é aberta uma lacuna para que intervenções outras tenham maior efeito do que os procedimentos estabelecidos pela legislação vigente. Situações

⁶ Professor da FIDENE/UNIJUÍ junto ao Curso de Comunicação Social - foi um dos membros designados pela Direção da Fundação e Reitoria da Universidade para integrar a comissão de instalação da RTVE.

simulares a esta se repetem cotidianamente, mas como afirma BOBBIO (1994, p.119), “nos habituamos tranqüilamente à ‘imoralidade’ da política, assim como à ‘imoralidade’ da grande política das grandes potências, que é o que conta”. O *status quo* no qual está inserida a esfera pública permite identificar questionamentos que emergem de maneira isolada acerca de tais práticas, mas para além desta perspectiva, até o momento nenhum resultado efetivo se obteve no sentido de coibir este tipo de prática.

“Provavelmente houvesse maior interesse na defesa das concessões privadas de rádio e TV, pois as concessões das não educativas e comunitárias são pagas e os valores altíssimos. Concorrência muito maior, já que há interesse de determinados grupos em ter um canal para expor suas idéias. Do ponto de vista político e econômico isso faz muita diferença aos grupos”. O depoimento da ex-diretora da RTVE atesta que é possível inferir que o jogo político do poder faz uso de diferentes estratégias em prol de benesses privadas. Tais procedimentos fragilizam o processo democrático do país, uma vez que tornam vulneráveis e desacreditadas suas instituições e ilegitimam toda e qualquer iniciativa provinda delas.

Ética e Tráfego de Influência – ante a prática, os limites

A liberdade facultada a todo e qualquer cidadão encontra seu ponto chave quando este se vê diante de um contexto onde lhe é exigido respeito à conduta ética. Mas e quando são eliminados os limites entre a esfera pública e privada a partir de interesses unidirecionais, o que dizer e/ou fazer? As evidências apontam para a uma tendência de adequação às práticas que se tornaram usuais – como o tráfego de influência - ainda que disso resulte o comprometimento para com a ética. A dissolução dos preceitos éticos em uma sociedade assim atinge também aqueles espaços que deveriam primar pela sua manutenção e por sua excelência.

Contudo, a questão norteadora desta reflexão ainda permite inferir que não é fato de a FIDENE/RTVE, através de sua direção, ter recorrido a este tipo de artifício para conquistar uma concessão de radiodifusão sonora, mas sim o porquê deste procedimento ter de ser adotado. O debate

pode ser ampliado ainda mais se fizermos referência aos aspectos de âmbito filosófico que poderiam complementar esta situação, no entanto, não se pretende, neste momento, discorrer sobre tal perspectiva.

Ainda a respeito dos reflexos do processo de concessão como um todo nas práticas efetivas da emissora, hoje é possível afirmar que o caráter educativo-universitário desta prevalece, estendendo-se para o âmbito dos temas pautados, conduta preservada e estilo editorial adotado. O fato de se ter incorrido em uma prática equivocada para a conquista da concessão do canal não interfere na forma de se “fazer a rádio”, mesmo porque se este elemento tivesse sido identificado, possivelmente não se teria abertura para tratar do assunto por parte dos atores envolvidos no processo.

Certamente o caso da Rádio e Televisão Educativa da FIDENE não é um fato isolado, mas um fragmento adicional a este contexto de dimensões ainda mais amplas e multifacetadas que decorre da dissolução de limites entre a esfera pública e a esfera privada, consubstanciada pela ação (ou falta dela - dependendo do contexto) do Estado.

Referências Bibliográficas:

ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitário, 1995.

BOBBIO, Norberto. **As Ideologias e o Poder**. Brasília, UNB, 1994.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2ª ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001. 375 p.

LIMA, Venício A. de. **Mídia, teoria e política**. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2001.

MIOTTO, Luciana Bernardo. Comunicação e Espaço Público na Sociedade da Informação: reflexões sobre a política contemporânea. IN: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). **Comunicação Pública**. Campinas: Alínea, p.97-113, 2004.

Documentos e Relatórios Oficiais da RTVE.

Correspondência Eletrônica (anexa)

ANEXO

Correspondência Eletrônica

De: Lidia Ines Allebrandt

Enviado em: quarta-feira, 3 de maio de 2006 20:55

Para: Janaíne dos Santos

Assunto: RES: Questões sobre processo concessão RTVE

Janaíne vou responder o que lembro, posso posteriormente complementar.

De: Janaíne dos Santos

Enviada: ter 25/4/2006 02:02

Para: Lidia Ines Allebrandt

Assunto: Questões sobre processo concessão RTVE

Olá, Lídia! Tudo bem?

Conforme falamos ao telefone ontem, abaixo coloco algumas das minhas dúvidas referentes ao processo de outorga e concessão da RTVE.

Ainda assim, podemos conversar na sexta-feira. Ficarei aguardando seu retorno.

Muito obrigada! Abraço,

Jana

- 1) Qual era o procedimento/processualidade para encaminhar o pedido de concessão de canal de radiodifusão sonora e de TV na época?

Na época o processo foi elaborado com base na legislação vigente, com formulários específicos que tramitavam inicialmente na Fundação Roquete Pinto, porém isso mudou e os pedidos tiveram que ser encaminhados ao Ministério das Comunicações. O processo ficava tramitando internamente. Nós recebemos ofício do CONJUR, órgão jurídico do Ministério que analisava os processos, solicitando vários esclarecimentos em relação ao nosso processo. Lembro que quase a totalidade das questões estavam explicitadas no processo enviado, então nosso ofício foi mais ou menos nos seguintes termos: quanto à questão x leia-se na página y. Na RTVE e na Reitoria você encontrará todos os documentos que poderão explicitar melhor essa questão. Depois do CONJUR o processo seguia adiante, mas lembro que quando estive lá para saber do nosso processo uma das responsáveis disse mais ou menos isso: vou procurar o processo de vocês que deve estar por aí. Sabe temos pouca gente aqui e estou esperando a estagiária pôr ordem nisso. (Via-se pelos cantos inúmeros processos) Ela acrescentou há processos que estão parados e vão permanecer assim se ninguém (os interessados) procurar por eles. Imagine se não fôssemos lá tirar nosso processo do chão e das pilhas! Teria mofado muito mais que dez anos.

- 2) Quais foram as principais dificuldades encontradas para conquistar a concessão?

Uma política que desse prioridade aos projetos das educativas e das comunitárias. Havia uma política, dar concessão para alguns, excluir outros...

Talvez a outra dificuldade tenha sido decorrente da anterior: a máquina burocrática não funcionava, então havia necessidade de conseguir apoios para que o projeto fosse adiante. Quanto à TV não obtivemos a concessão porque a TVE- POA solicitou o mesmo canal. Antes havíamos cogitado fazer parceria- TV comunitária, depois isso não vingou e a TVE e nós encaminhamos projetos distintos.

- 3) Por que a concessão demorou tanto tempo para sair? Além das questões técnicas, que outros fatores contribuem para a decisão do Ministério das Comunicações?

- 4) Algumas vezes membros das comissões estiveram em Brasília para agilizar o processo. Em sua opinião há muito tráfego de influência para que as concessões aconteçam?

Eu estive uma vez em Brasília, os reitores estiveram outras vezes e também conversamos com assessores e políticos para nos apoiar. Creio que haja tráfego de influência para obtenção das concessões, sei de outorgas dadas para políticos ou seus testas de ferro. Sei também de outra universidade que fez lobby para conseguir a outorga, pois o processo deles também tramitava há muito tempo. Não sei de detalhes, não tenho provas, o que sei são fatos comentados e a nossa experiência de insistência através de cartas aos políticos.

- 5) É possível afirmar que há um maior alinhamento do Ministério para com os interesses privados do que com instituições como a FIDENE – privada, mas de caráter reconhecidamente público?

Provavelmente houvesse maior interesse na defesa das concessões privadas de rádio e tv, pois as concessões das não educativas e comunitárias são pagas e os valores altíssimos. concorrência muito maior, já que há interesse de determinados grupos em ter um canal para expôr suas idéias. Do ponto de vista político e econômico isso faz muita diferença aos grupos.

Também, na época (falo isso pensando nos dez anos os quais o processo tramitou) havia intencionalidade do governo, manifestada através do Ministério da Educação, em implantar várias rádios e tves educativas para agilizar o ensino à distância. Apostava-se numa parceria com as universidade, mas o processo foi lento e até hoje há falta de uma política tanto para as educativas quanto para as comunitárias. Bem, o Brasil é complexo...e os interesses diferentes e

...

Jana, caso queiras aprofundar mais algum aspecto entre em contato novamente.

Um ótimo trabalho e até breve, Lídia

Narrativa fundadora e o jornalismo na (pós)modernidade: os laços sociais e os processos de identificações imaginárias

Joanita Mota de Ataíde ¹

Resumo: Este trabalho propõe um modo de pensar o Jornalismo concebendo-o como instituição (pós)moderna, em cujo discurso se manifestam as relações entre Saber e Poder e que privilegia a estrutura narrativa, de forma a propiciar identificações imaginárias e a promover laços sociais.

Palavras-chave: Jornalismo; Instituição; Narrativa; Identificações; Laços sociais.

Introdução. Este trabalho é seqüência de pesquisa sintetizada em texto apresentado em 2004, constituindo-se, assim, como *work in progress* na construção de um campo onde pensar o Jornalismo, situando-o na área das Ciências da Linguagem, fazendo interlocução com autores de áreas como a Antropologia, a Filosofia e a Teoria Política. Dessa forma, retomamos brevemente aqui o objeto, a hipótese e os principais conceitos antes discutidos. Mais detidamente, apresentamos a metodologia e um extrato da análise do *corpus*, esta constituindo uma Segunda Parte deste artigo.

A pesquisa tem como objeto de estudo o jornal O Imparcial, da cadeia Diários Associados, editado há 80 anos em São Luís/Maranhão. Objetivamos analisar o discurso do jornal sobre José Sarney, Presidente da República (1985-1990) e dirigente da política no Maranhão há 40 anos. A análise pretende revelar a estrutura do discurso do jornal e a configuração que este constrói do Presidente, construção concebida como imaginária, que, entendemos, possibilita a leitura das identificações (Freud, 1976), suporte dos laços sociais (Lacan, 1966; 1985; Freitas, 1992).

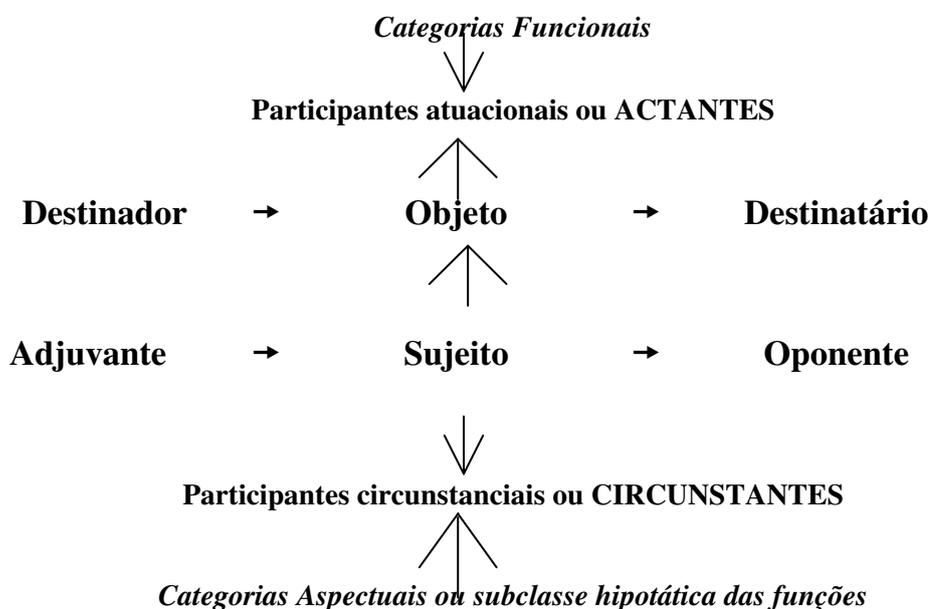
Optamos por um trajeto que nos conduza a não apenas tentar revelar problemas conjunturais e/ou regionais, pois cremos que nossa questão demanda uma caracterização

¹ Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão e doutora em Ciências/Jornalismo, pela ECA/Universidade de São Paulo.

das relações entre o Poder e o Saber, que são interdependentes, acham-se implicadas na problemática do Estado e têm a instituição jornalística como o *locus* em que são tecidas.

A metodologia é construída com uma compilação da sintaxe postulada por V. Propp (1970) para o conto popular, acrescida por Greimas (1976) da proposta de L. Tesnière e do modelo canônico aplicado ao estudo do processo da comunicação, resultando na fórmula que compõe o *modelo actancial* greimasiano, como proposta para a estruturação de narrativas.

O modelo de análise de que acima tratamos acha-se representado na figura a seguir.



A estrutura narrativa oferece um primeiro patamar de leitura, da qual extraímos a configuração do Presidente. A pesquisa teve também uma segunda leitura do *corpus*, baseada na concepção lacaniana de discurso, com a qual procuramos deduzir o estabelecimento dos laços sociais, articulados pelas estruturas discursivas.

A esses métodos de análise, agregamos outros conceitos-chave: ainda no campo das Ciências da Linguagem, destacam-se: os conceitos que compõem o *aparelho formal da enunciação*, de É. Benveniste (1989), visando a encontrar os sujeitos implicados no

discurso; o de *inconsciente*, que, segundo Lacan, retomando a descoberta freudiana, é estruturado como linguagem e se manifesta no discurso; da Teoria Política, com a qual tratamos dos problemas da *liderança*, extraídos dos postulados de M. Weber (1968), e da *hegemonia*, provenientes de A. Gramsci (1978, 1989).

A fundação dada à pesquisa nos permite propor que o Jornalismo é duplamente determinado: pela sua condição de *instituição*, ou seja, como um dos modos pelos quais se institui o poder político; e também como *discurso*, isto é, como uma das maneiras de organizar um discurso sobre esse poder. Estamos diante de dois caminhos, mas podemos apreender nosso objeto em um único lugar: o *discurso*. Reforçamos nossa hipótese com o postulado de Quéré (1982): “A economia da escrita jornalística [...] é um fato de instituição. E suas determinações [...] provêm de um sistema sócio-cultural cujas orientações são atualizadas por instituições, por jogos de papéis e por formas de discurso.” Assim, concebemos o Jornalismo como *prática discursiva institucional*, segundo Certeau (2002), isto é, o modo pelo qual apreendemos a *instituição* jornalística (e, de resto, as demais instituições da sociedade).

Em decorrência, a realidade social, referente do jornal, é concebida como uma construção na linguagem. A construção da realidade, na concepção lacaniana, é construção discursiva, feita das combinações entre os elementos constitutivos da cadeia significante ou discursiva (Lacan, 1985:45-46). Outra noção fundante deste trabalho acha-se ainda em Lacan, quanto à constituição do sujeito, concebido como ser na/da linguagem, estruturado na tríplice dimensão do Real, Simbólico e Imaginário. O estudo das narrativas conduz prioritariamente à dimensão imaginária do sujeito. As estruturas narrativas são essencialmente construções imaginárias. Fechando a fundação dos estudos narrativos, fazemos uma conexão com a Teoria das Identificações, de Freud (1976), concebidas como processos de introjeção, pelo Eu, de determinados ideais.

Narrativa fundadora. Admitimos a postulação de Quéré, segundo a qual o Jornalismo institui uma *narrativa fundadora*, que opera através de um conjunto de normas resultantes da combinação de diversos "modos de objetivação social", mas sua matriz essencial acha-se fundada na socialidade burguesa, que é o da representação. Simplificando a questão, dizemos que na sociedade liberal o jornalista atua como "ator-espectador", sendo ao mesmo tempo representante e objeto de representação. Assim sendo, o jornalista

Testemunhava a secularização e a diferenciação do saber quanto às leis de organização e de funcionamento da ordem social. (...) Era ao mesmo tempo o pedagogo e o porta-voz de um público esclarecido. (...) era também uma das garantias da incorporação da Lei e da Norma nas práticas sociais. (1982:162)

Para o autor, o Jornalismo produz um discurso estruturado por uma pragmática híbrida, nas formas das narrativas científica e popular, sintetizada na noção de *ciência-ficção*, caracterizada por uma ambivalência que justapõe os elementos componentes dos saberes do *expert* e do Povo. O resultado é um produto em que se encontram "*a constatação e a simulação, a anotação dos fatos e o relato* (1982:157)." Verifiquemos esse postulado, com interlocução entre Quéré, Lyotard, Castoriadis e Lacan, a seguir.

A pragmática da ciência, na era atual, assume a tarefa de produzir, armazenar e distribuir conhecimento ou informação. Segundo Lyotard, nesse social destaca-se o papel das instituições, que determinam as regras discursivas que devem ser cumpridas, "[...] para que os enunciados sejam declarados admissíveis [...] E [as regras] privilegiam certos tipos de enunciados, por vezes um único, cuja predominância caracteriza o discurso da instituição: há coisas que devem ser ditas e maneiras de dizê-las (1986:31)".

O discurso jornalístico, pois, é estruturado racionalmente, pelo recurso à coerência. Sua finalidade é produzir um saber sobre como o Real é instituído e de onde, imaginariamente, a História tem origem. Paradoxalmente, o discurso institui o Real como possibilidade que, saindo do discurso, instala-se e instaura o social. A verdade, nesse discurso, é encarnada pelo Estado, o ideal da Razão, definido como "um conjunto de determinações racionais (Castoriadis, 1995:207)". O saber assim regulado é exterior

ao sujeito e carece de legitimação. Em decorrência, a tarefa de produzir conhecimento supõe do “jornalista-narrador” uma competência cujos critérios são-lhe atribuídos pela sociedade.

A pragmática da narrativa, por outro lado, é caracterizada pela variedade de enunciados, enunciados de saber. A competência do narrador provém de critérios presentes na pragmática da própria narrativa. A legitimação do narrador é intrínseca ao próprio relato, atribuída pelo ato mesmo de relatar.

A breve discussão sobre a pragmática nos dá duas indicações: uma, de que o “jornalista-narrador” é um duplo representante (“um duplo fictício”) do público e do Poder.; a outra, de que no discurso jornalístico convivem estruturas remanescentes das formações sociais tradicional, moderna e pós-moderna. Assim, o papel do Jornalismo é balizado pelos princípios que norteiam essas diferentes formações. Sintetizamos aqui os dois princípios, liberais, que norteiam a construção das narrativas: na Modernidade, o “Princípio de Publicidade”, cuja função é tornar o Poder “visível”; na Pós-Modernidade, o “Princípio da Inteligibilidade”, o qual visa a tornar o Poder “inteligível” (Quéré, 1982).

Reportamo-nos ao estudo de Lyotard sobre o surgimento das sociedades pós-modernas, sobre o qual deduziu que, na medida em que a estrutura da sociedade se transforma, mudam-se os modos de identificação e elege-se outros representantes; muda também a maneira de preservar e transmitir as tradições, aquilo que se tornou cultura; uma dessas mudanças é o desaparecimento dos grandes relatos, o que contribui para “[...] *a dissolução do vínculo social e para a passagem das coletividades sociais ao estado de uma massa composta de átomos individuais [...]*” (1986:28)

Apesar das alterações no modo de ser social, constata-se que a prática discursiva dos mídias, hoje, privilegia a descrição incessante de personalidades famosas, de

representantes de instituições políticas, estrutura típica dos relatos. Essa estruturação é, igualmente, própria dos relatos pertinentes às relações de poder e saber, construídos no discurso do jornal objeto do presente estudo.

O saber na atualidade, sob a forma de conhecimento, tem sua legitimidade conferida pela cultura tecnológica, sendo a *techné*, segundo Lyotard, a nova Voz Fundadora das sociedades na Era Pós-moderna. A tecnologia à disposição do jornal nos dias de hoje superdimensiona e planetariza a fala e as imagens, bem como seus efeitos (Lacan, 1990:259). Em eras primitivas, o ritual do sacrifício do animal totêmico era realizado na suposta presença da divindade do clã; na atualidade, a cerimônia nada tem de diferente: os mídias constituem-se em altar, onde se realizam rituais, constituintes do processo de produção de informação, em que os líderes e outras celebridades se entregam ao "sacrifício" de serem "devorados" pela "massa" (eleitores, fãs), a qual lhes "extraí" os atributos, reiterada e obsessivamente descritos (Freud, 1974). Ainda com Freud (1976), supomos que os mídias potencializam um processo, inconsciente, de *identificação* narcísica, imaginária, portanto, entre o público e as personalidades-personagens retratadas em suas páginas e telas, com cujos atributos se identificam. O jornal, segundo esse entendimento, é o espelho em que o público, olhando-se, vê na sua imagem a representação do Poder, da fama e sucesso.

Concebendo assim o discurso jornalístico, supomos que as articulações produzidas no objeto ora analisado evidenciam: de um lado, as posições (discursivas) atribuídas ao Estado e à sociedade, bem como o lugar do "jornalista-narrador". O efeito aí produzido é a legitimação do discurso do jornal, enquanto discurso que produz um saber, tanto ao tomar como referência preferencial os representantes do Poder, quanto ao usar simultaneamente elementos da ciência e da narrativa. O discurso jornalístico é discurso de um saber sobre o Poder.

De outro lado, as articulações discursivas evidenciam o lugar (enunciativo) atribuído ao Presidente da República. Seu efeito refere-se à construção da imagem do Presidente como líder “tradicional” e “carismático” (Weber, 1968), como vemos no item “A leitura do jornal”, adiante.

Podemos, assim, pensar a narrativa como a forma discursiva que descreve o Poder sempre como o sujeito agente das ações e como aquele que sabe como reparar o “dano”, ou repor a “falta” provocada pelas situações conflituosas próprias das relações nas sociedades atuais. O Poder é, assim, apresentado como aquele que sabe quais objetos são demandados e que se oferece como aquele que pode atender a tais demandas, para promover o “bem comum”. Configura-se aí o discurso da competência, o discurso de quem “pode fazer” e “sabe fazer”, conforme os estudos das modalizações do sujeito, proposto por Greimas, que articulamos com a proposição de que o sujeito assim modalizado detém um “suposto saber” (Lacan, 1990: 239, 254).

Um discurso ordenado dessa forma favorece o processo, segundo Gramsci (1978, 1985), de adesão a um projeto político bem-sucedido, mediante o *consentimento ativo*, a *vontade*, dos segmentos não-hegemônicos (Weber, 1968). Propomos que o *consentimento ativo* decorre de um processo de *identificação* com os ideais dominantes na sociedade. A luta pela *hegemonia*, no campo ideológico, consistindo no emprego de estratégias, notadamente discursivas, tem como instrumento principal, na contemporaneidade, os mídias. A *vontade* que move as “classes subalternas” a aderirem, a legitimarem, portanto, o projeto das classes dominantes é construída no processo da identificação, não mais apenas individual, mas também coletiva.

Podemos dizer que é a imagem desse Poder, assim construída no jornal, que pode dar-se ora como fonte das *identificações*, ora configurando sua onipotência, atributo do Outro, representação perfeita do que o Poder faz, diz e pensa. Desse modo,

mesmo quando o jornal fala do seu saber, a informação, ele fala do S^1 , do discurso do Poder político, a forma essencial do discurso do Senhor (Lacan, 1985; 1986; 1992).

Por isso, o Jornalismo, concebido aqui como *prática discursiva institucional*, faz laços sociais (Lacan, 1966; 1985; Freitas, 1992). O discurso é veículo de um saber que resulta na promoção de determinado “vínculo social” (Lyotard, 1986:16-18), social que se altera permanentemente, ensina Castoriadis (1995). Essa articulação discursiva, como resultado do percurso feito neste trabalho, supomos encontrar no discurso do jornal O Imparcial, dos mídias em geral, na atualidade.

A leitura do jornal. Passamos a uma Segunda Parte deste trabalho, para onde trazemos recortes da leitura que fizemos do texto do jornal O Imparcial. Pretendemos evidenciar: a configuração dada ao Presidente, a relação entre Real, Simbólico e Imaginário, os efeitos do trajeto do significante, bem como a relação entre Saber e Poder, nossa questão central.

Iniciamos definindo a estrutura da narrativa, a partir dos estudos de Lyotard (1986), sistematizados por Ataíde:

Uma realidade, no relato, é construída em três tempos distintos: a seqüência ou situação inicial, que se refere a um ANTES, quando um dano ocorreu, desencadeando o percurso do herói; a seqüência intermediária, que faz a mediação entre os momentos positivos e negativos (as vitórias ou fracassos do herói); e a seqüência ou situação final, situação de transformação da situação inicial (1998:73).

Com a noção acima, vamos construir a narrativa do Presidente, conforme depreendemos do discurso do jornal. As duas breves análises a seguir são retomadas da pesquisa a que vimos nos referindo.² Dada a natureza da narrativa que logo a seguir vamos relatar, os tempos que ela recobre correspondem a determinados momentos da história política brasileira.

Narrativa Constituinte da Figura do Presidente da República

² Trata-se do trabalho “Discurso jornalístico: da carta ilegítima à carta cidadã, no entremeio da política e do jornalismo no Maranhão. Brasil: 1985-1990”, tese de doutorado apresentada à Universidade de São Paulo, em 1998.

1º. Tempo: Situação Anterior – Constituição de 1949, democrática.

Jovem Sarney: militante estudantil, jornalista, deputado, governador.

Tempo Mítico: tempo desaparecido.

2º. Tempo: Situação Inicial – Constituição de 1967, autoritária: DANO à sociedade.

- Ações na Sociedade Brasileira: “Diretas Já” (movimento “instituinte”³, deflagrado pela sociedade)

- Pacto daí decorrente: Aliança Democrática, o “destinador” de Tancredo Neves

- Efeito do Pacto: Eleição de Tancredo (daí em diante, o movimento “instituinte” torna-se “instituído”, por ser legitimado).

- Percurso Narrativo de Sarney:

- Ocorre um “Dano” em relação à Aliança Democrática, à nova sociedade surgida desse movimento: a morte de Tancredo.

- Provas:

- 1ª. Prova: Impasses decorrentes do Pacto: Ambigüidades de Sarney; Ambigüidades do PMDB

- 2ª. Prova: Extinção da Aliança Democrática

“A Aliança Democrática foi extinta”. “A Aliança Democrática foi esfacelada, rachada no seio do Congresso-constituinte (O Imparcial, 22.11.87, p.3(1); O Imparcial, 28.12.87, p.3(1), apud Ataíde, 1998: 96)”.

- Reconhecimento: Sarney firma pacto com a sociedade.

De um lado, o presidente José Sarney, conduzindo a transição, cumprindo todos os compromissos assumidos pela Aliança Democrática [...] De outro lado, a Constituinte concluindo o trabalho de leitura da Constituição, que resultará num país mais democrático e politicamente mais ordenado (O Imparcial, 06.09.89, p.4, apud Ataíde, 1998:103).

3º. Tempo: **Situação Final** – Constituição de 1988, produto do trabalho do Congresso Constituinte, convocado pelo presidente. A Constituição, chamada simbolicamente de Carta cidadã, restaura a democracia no País. Vejamos um registro feito pelo jornal:

[...] pesquisa de uso interno garante que sobe o número de brasileiros e brasileiras que reconhecem o papel do presidente na consolidação do processo democrático, completando a transição entre o regime militar imposto em 1964 e a plena liberdade do país (O Imparcial, 06.09.89, p.4, apud Ataíde, 1998:103).

³ Para Castoriadis (1995), as instituições se acham em permanente devir, como instâncias “instituintes”, produzindo-se e [re]produzindo-se.

Vamos discutir a questão da liderança, a partir da qual deduzimos a atribuição ao político do *status* de líder sincrético, em diálogo com a teoria advinda do *modelo actancial*, de Greimas (1976). Como estratégia de exposição, vamos recortar trechos do trabalho citado que consideramos relacionados às características atribuídas ao Presidente. Vamos tratar da liderança carismática e, em seguida, da tradicional.

A “[...] questão da administração macroeconômica e das finanças do país [...]” nos remete “[...] à posição de líder em que o discurso jornalístico situa o presidente. (Ataide, 1998:103)”

Como o presidente Sarney já possuía um carisma todo especial aos desta terra [São Luís], que sempre souberam compensar o seu verbo inflamado, depositando nas urnas o seu nome, redobraram nele as esperanças, transformando-o em uma lenda próxima à do sebastianismo [...] aquele que voltará para nos dar a paz e o progresso.

[...] tudo indica que na condição de líder maior de uma poderosa força política no Estado [...] (O Imparcial, 28.12.87, p. 4 (2); O Imparcial, 12.10.89, p.3 (2), apud Ataide, 1998:103-104)

“Ao situarmos o presidente também na classe dos líderes tradicionais, propomos que [...] os traços que fazem dele um líder não provêm da ordem da democracia, mas do reino da necessidade. [...] Temos presente [...] que Sarney se acha no meio de um turbilhão político [...] em que política e economia se misturam [...]”. Duas das suas preocupações incessantes são típicas da política paternalista, concretizada pela figura do patriarca. Uma delas é ‘deixar um caixa alto’ no Tesouro Nacional. Daí os vários planos econômicos terem como algumas das metas prioritárias a contenção dos gastos públicos [...]”. O jornal anota a posição segura do governo, dando voz ao presidente:

O presidente José Sarney garantiu, ontem, que o governo vem gastando somente o que recebe, e negou que as contas públicas (e a economia) estejam descontroladas. Sarney criticou o Congresso Nacional por não cooperar totalmente com o combate ao déficit público e ter aumentado as despesas [...] (O Imparcial, 10.06.89, p.2 (1), apud Ataide, 1998:104-105)

“A outra preocupação constante de Sarney é com a produção de alimentos e o conseqüente abastecimento. [...] É preciso [...] suprir a ‘casa’ do necessário para o sustento daqueles que dele dependem, com “[...] estoques estratégicos de alimentos [...], o suficiente para o abastecimento nacional. No seu último ano de governo, Sarney já se mostra mais confiante: [...] o abastecimento está normal, com exceção de alguns produtos, que já estão voltando ao mercado. Ele disse que está sendo mantido um controle nos oligopólios, monopólios e empresas estatais (O Imparcial, 13.01.90, p.2; O Imparcial, 10.06.89, p. 2 (2), apud Ataide, 1998:105).”

“Os lemas pelos quais Sarney identifica seu governo junto ao povo são voltados para motivações sociais, humanistas e cristãs.” Itens dessas ordens são prioritários na agenda da política social do governo. Embora em várias passagens o jornal acolha críticas ao programa governamental, encontramos manifestações de apoio. Vejamos inicialmente registro desta última ordem: “[...] o embrião, fio condutor do sentido governamental ‘tudo pelo social’ ou ‘opção pelos pobres’ [...] (O Imparcial, 28.12.87, p.4 (1), apud Ataide, 1998:105-106)”.

“Sarney reconhece que a crise econômica produz ‘reflexos na área social, e cobrou a colaboração dos congressistas, para o governo enfrentar a crise [...]’ Dias depois, “[...] disse que a vinculação dos aumentos ao salário-mínimo [como quer o Congresso] ‘é expressamente proibida pela Constituição’, e com isso vai liquidar as possibilidades de ‘ajudar os mais pobres’ [...] (O Imparcial, 05.05.89, p.2.; O Imparcial, 10.06.89, p.2 (1), apud Ataide, 1998:106-107)”.

Eis a crítica do jornal:

A fórmula encontrada pelo governo para estabelecer o reajuste salarial dos trabalhadores e servidores públicos (...) representa uma redução de vencimento[s] [...], o que contraria frontalmente a própria política social de Sarney, de impedir o agravamento das injustiças. E de estabelecer o equilíbrio cristão entre capital e trabalho (O Imparcial, 13.09.87, p.4 (2), apud Ataide, 1998:106).

“A área social do governo Sarney tem como principal atividade o Programa do Leite, sobre o qual chegou a confidenciar ‘a amigos que foram lhe visitar (sic) [...] que estava satisfeito com um índice atingido em seu governo: distribuiu mais de 1 bilhão de litros de leite, gratuitamente [...] Nove meses antes de deixar o cargo, Sarney, dirigindo-se ao povo, não parecia ‘satisfeito’, e ‘desabafou’: [...] ‘E protegi os pobres’ (O Imparcial, 10.06.89, p.2 (2), apud Ataide, 1998:106)”.

“O sentimento de Sarney em relação às crises política e econômica é reiterado e sintetizado na sua última “Conversa ao Pé do Rádio, com aqueles com quem dizia haver feito um pacto: assegura-lhes que “[...] tem a consciência do dever cumprido.” Retomamos aqui a noção de “superego”, de Freud, instância que diz respeito ao dever moral: “Sarney antes havia afirmado algo semelhante, num dos momentos em que mandava ‘recados sutis aos setores [...] descontentes com os rumos político-econômicos do país’. Diz, com muita convicção: ‘Deus não me traria de tão longe se eu não tivesse forças para resistir aos nossos problemas e procurar resolvê-los’. (O Imparcial, 13.01.90, p.2; O Imparcial, 13.08.87, p.1^a, apud Ataide, 1998:107)”.

“Em termos de estrutura dos grandes relatos, podemos relacionar esse enunciado ao eixo Destinador → Destinatário, de acordo com o ‘modelo actancial’, de Greimas (1976)”, que adaptamos ao presente texto. “Sarney considera-se [e o jornal assinala] um governante portador de uma destinação de ascendência divina. Ilustraremos com um gráfico esse momento estrutural da narrativa [...] (Ataide, 1998:107)”:



“Reunimos aqui Greimas, Quéré e Lacan para inserirmos o jornalista, na sua função de narrador. [...] ele é um ‘suposto saber’, que detém o conhecimento do ‘antes’ e, para informar o público, utiliza-se do relato estruturado como narrativa, que é o caminho percorrido (ações programadas, realizadas, dificuldades enfrentadas) pelo ‘herói’ para reparar o ‘dano’ ou suprir a carência. Segundo a teoria lacaniana do discurso, podemos ilustrar o enunciado referente à destinação da seguinte maneira (Ataide, 1998:108)”:



Como ator sincrético, Sarney (estudante combativo, o mais jovem governador, deputado, presidente, pai de políticos) tem sido também, como nas narrativas, ficcionais ou não, o “destinador” do povo do Maranhão, há quatro décadas. O jornal O Imparcial, por sua vez, completa oito décadas, jornal que teve, no seu quadro de repórteres, a figura da qual ora tratamos. Supomos, com Castoriadis, (1995) que “[...] o social implica alguma coisa que jamais pode ser dada como tal”. Essa indefinição, instabilidade, da instituição provém dos “movimentos do real”, “daquilo que está fora da língua, mas que insiste em emergir, formando os novos e incessantes encadeamentos, novas tramas ideológicas que re-ordenam os significados sociais”. Assim, resta por ora a pergunta: Qual será a “Situação Final” a ser construída para essa narrativa?

Bibliografia

ATAIDE, J. M. *Discurso jornalístico: da carta ilegítima à carta cidadã, no entremeio da política e do jornalismo, no Maranhão. Brasil: 1985-1990*. v.1. USP /ECA /CJE. São Paulo: 1998. 130p.

BENVENISTE, É. *Problemas de lingüística geral II*. Trad. Eduardo Guimarães et alii. Campinas: Pontes, 1989. (Linguagem/Crítica) 294p.

CASTORIADIS, C. *A Instituição imaginária da sociedade*. 3.ed., 4ª reimpressão. Trad. Guy Reynaud. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995. (Rumos da Cultura Moderna, 52) 418p.

CERTEAU, M. *A Escrita da história*. Trad. Maria de Lourdes Menezes. 2.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002. 345 p.

FREITAS, J.M.M. *Comunicação e psicanálise*. São Paulo: Escuta, 1992. 131p. (Ensaio: Comunicação)

FREUD, S. *Além do princípio de prazer; psicologia de grupo e outros trabalhos*. Trad. Christiano Monteiro Oiticica. Rio de Janeiro: Imago, 1976. (Ed. Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas, 18) 352p.

_____. *Totem e tabu e outros trabalhos*. Trad. Órizon Carneiro Muniz. Rio de Janeiro: Imago, 1974. 311p. (Ed. Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas, 13)

GRAMSCI, A. *Concepção dialética da história*. 2.ed. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978. 341p. (Perspectivas do Homem, 12)

_____. *Os Intelectuais e a organização da cultura*. 5.ed. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1985. 244p. (Perspectivas do Homem, 48)

GREIMAS, A.J. *Semântica estrutural: pesquisa de método*. 2.ed. Trad. Haquira Osakabe, Izidoro Blikstein. São Paulo: Cultrix/Editora da Universidade de São Paulo, 1976. 330p.

KRISTEVA, J. *História da linguagem*. Lisboa, Edições 70, 1988. (Signos, 6)

_____. Pratique signifiante et mode de production. In *Tel quel*, Paris: Seuil, 1974, n. 60, p.21-33.

LACAN, J. *O Seminário, livro 1: Os Escritos técnicos de Freud. 1953-1954*. Versão: Betty Milan. 3.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986. 336p

_____. *O Seminário, livro 11: Os Quatro conceitos fundamentais da psicanálise*. Versão. M.D. Magno. 4.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 269p.

_____. *O Seminário, livro 17: O Averso da psicanálise*. Versão: Ari Roitman. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992. 208p. (O Campo Freudiano no Brasil)

_____. *O Seminário, livro 20: Mais, ainda*. 2.ed. Trad. M. D. Magno. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985. 201p.

_____. *Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. (Campo Freudiano no Brasil)

_____. *Écrits*. Paris: Seuil, 1966. 924p. (Le Champ Freudien)

LYOTARD, J.-F. *O Pós-moderno*. Trad. Ricardo Correia Barbosa. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986. 123p.

QUÉRÉ, L. *Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne*. Paris: Aubier Montagne, 1982. 214p.

WEBER, M. *Ciência e Política: duas vocações*. 3.ed. Trad. Leonidas Hegenberg, Octany Silveira da Mota. São Paulo: Cultrix, 1968. 124p.

As relações de naufrágios do século XVI e a génese do jornalismo lusófono

Jorge Pedro Sousa ¹

Resumo: Neste trabalho, apresentam-se as relações de naufrágios que foram editadas em Portugal no século XVI, recolhidas na *História Trágico-Marítima* de Bernardo Gomes de Brito (século XVIII), discutindo-se o seu contributo para a génese do jornalismo lusófono. Essas relações monotemáticas não eram periódicas, mas os seus propósitos (lucro através da venda de informação), o tipo de discurso (informativo, mesmo que dramatizado, configurando-se como “reportagem”) e a forma de distribuição (dentro do contexto da época, “massiva”, até porque muitas vezes as relações eram lidas em lugares públicos para indivíduos que pagavam uma determinada quantia ao leitor) eram estruturalmente similares ao que encontramos no jornalismo contemporâneo.

Palavras-chave: História do jornalismo; relações de naufrágios; folhas ocasionais monotemáticas; reportagem; análise do discurso.

Introdução

No século XV e XVI, começaram a surgir um pouco por toda a Europa folhas noticiosas ocasionais de diferentes tipos e formatos e com diversas denominações (*notícia, relação, carta*, etc.). Algumas delas eram só constituídas por uma ou várias folhas agrafadas, por vezes com frontispício. Outras foram publicadas sob a forma de livro, tendo, por vezes, várias dezenas de folhas. Legais ou clandestinas, elas podem ser vistas como uma forma de jornalismo “de reportagem” que antecipa o jornalismo moderno.

As primeiras dessas folhas ocasionais falavam apenas de um único assunto. Porém, a partir do final do século XVI, começaram a surgir as primeiras colectâneas de notícias, recolhidas nas folhas ocasionais ou de produção própria. Essas colectâneas, que gradualmente adquiriram periodicidade regular, foram os antepassados dos actuais jornais.

¹ Professor associado e pesquisador da Universidade Fernando Pessoa (Porto – Portugal) e do Centro de Investigação Media & Jornalismo (Lisboa – Portugal).

As folhas noticiosas ocasionais terão surgido em Itália, concretamente em Bolonha, Veneza e Génova, mas espalharam-se rapidamente por toda a Europa, sendo vendidas em feiras e lugares concorridos. Frequentemente, as pessoas, maioritariamente analfabetas, juntavam-se em sessões de leitura pública de folhas noticiosas. No entanto, há que dizer que a alfabetização se incrementava (Belo, 2001), o que ajuda a explicar o sucesso dos dispositivos pré-jornalísticos.

Em Portugal, algumas dessas folhas ocasionais foram chamadas *relações*, no sentido de serem um relato monotemático, como é o caso de várias das relações de naufrágios que são objecto do presente estudo².

Os temas das folhas ocasionais eram variados. Política, comércio, fenómenos insólitos e curiosos, acontecimentos sociais, crimes e criminosos, calamidades, batalhas, lugares, etc. são exemplos de alguns dos muitos temas que serviram de pretexto para a sua elaboração. Tengarrinha (1989: 29) fez um levantamento das relações portuguesas de que se tem conhecimento ou que ainda se conservam, publicadas entre 1555 e 1641 (ano em que surge o primeiro periódico português estável), tendo chegado ao número de 32, abarcando as seguintes temáticas:

- Expansão marítima, naufrágios, relações com povos e descrições de terras distantes, proselitismo religioso: 14 (43,7%)³

- Assuntos religiosos: 6 (18,8%)

- Notícias da Corte: 6 (18,8%)

- Acontecimentos gerais do País e o estrangeiro: 3 (9,4%)

² Algumas delas, originalmente, não foram publicadas com a designação relação, mas com outras designações, como História, ou Notícia, mas na *História Trágico-Marítima* surgem com o nome “relação”.

³ Muitas das folhas noticiosas sobre naufrágios foram compiladas nos dois volumes da *História Trágico-Marítima*, de Bernardo Gomes de Brito (1735/1736).

– Batalhas: 2 (6,2%)

– Descrição de Lisboa: 1 (3,1%)

A mais antiga folha noticiosa ocasional de que se conserva registo foi editada em Itália (Bolonha, 1470) e relata a queda de Constantinopla e do Império Romano do Oriente (Império Bizantino), em 1453, e os subsequentes avanços dos turcos otomanos pelo Mediterrâneo oriental. Outras folhas fazem referência a factos como a queda de Granada e a expulsão dos mouros de Espanha (1492), a queda de um meteorito em Ensisheim (1492), a descoberta da América por Colombo (1493), a entrada de Carlos VIII em Florença (1494) ou a batalha de Flodden Field, em Inglaterra (1513). Um outro tipo de folha noticiosa oferecia informação comercial e política aos mercadores e era produzida no seio das grandes casas comerciais europeias. Podemos dizer, assim, que as notícias das relações já obedeciam a critérios de noticiabilidade idênticos aos contemporâneos, o que acentua a natureza cultural e histórica dos valores-notícia (negatividade, referência a fenómenos insólitos, novidade, referência a pessoas de elite, utilidade prática das informações, etc.).

Tendo em conta o papel das folhas ocasionais na génese do jornalismo, este trabalho tem por objectivo descrever, enquanto dispositivos jornalísticos, as relações de naufrágios impressas das quais há evidência que tenham sido publicadas em Portugal no século XVI, enfatizando o seu contributo para a génese do jornalismo lusófono. Segundo o julgamento de Lanciani (1979)⁴, essas relações são as seguintes:

1) *Relação da Muito Notável Perda do Galeão Grande São João em que se Recontam os Casos Desvairados que Aconteceram ao Capitão Manuel de Sousa de Sepúlveda, e o*

⁴ Tengarrinha (1989: 29), contra a opinião de Lanciani, afirma que a primeira folha ocasional portuguesa foi a *Relação do Lastimoso Naufrágio da Nau Conceição Chamada Algaravia a Nova de que Era Capitão Francisco Nobre a Qual Perdeu nos Baixos de Pêro dos Banhos em 22 de Agosto de 1555*, mas alguns dos seus conteúdos indiciam que esta relação tenha sido publicada somente no início do século XVII.

Lamentável Fim que Ele e Sua Mulher e Filhos e Toda a Mais Gente Houveram, o Qual Se Perdeu no Ano de 1552, a 24 de Junho, na Terra do Natal [autor anónimo]

2) *[Naufrágio da Nau São Bento] Relação Sumária da Viagem que Fez Fernão d'Álvares Cabral Desde Que Partiu Deste Reino por Capitão-Mor da Armada que Foi no Ano de 1553 às Partes da Índia Até Que Se Perdeu no Cabo da Boa Esperança no Ano de 1554, Escrita por Manuel de Mesquita Perestrelo, Que Se Achou no Dito Naufrágio*⁵

3) *Relação da Viagem e Naufrágio da Nau São Paulo que Foi para a Índia no Ano de 1560. De que Era Capitão Rui de Melo da Câmara, Mestre João Luís e Piloto António Dias, Escrita por Henrique Dias, Criado do Sr. D. António Prior do Crato*⁶

Procuraremos analisar essas relações de naufrágios à luz de conceitos contemporâneos sobre jornalismo e tentaremos estabelecer pontes entre o tipo de relato que elas apresentavam e formas de relato anteriores e posteriores, desde que “jornalísticas” ou aparentadas com o jornalismo⁷.

1. Intenções dos autores das relações

A ideia primeira dos autores das relações de naufrágios, conforme eles próprios enunciam, é contar aos leitores histórias verídicas, não ficcionais, assentes na narração de factos, o que apela, simultaneamente, quer ao valor jornalístico da verdade quer à ideia da estruturação das notícias com base numa rede de facticidade, conforme falava Tuchman (1978) ao referir-se à noção de objectividade dos jornalistas. Por exemplo, os autores das relações dos naufrágios das naus São

⁵ O título original, segundo Lanciani (1979: 11), inicia-se por Naufrágio da Nau São Bento, que optámos por colocar entre parênteses. Além disso, o título original não inclui a palavra “relação”, começando por “Sumário da Viagem...”. Finalmente, na primeira edição, apesar de o autor se identificar no título, não indica que foi um dos naufragos da nau São Bento.

⁶ O título inserido na *História Trágico-Marítima*, acima registado, também não coincide totalmente com o título da primeira edição que se conserva. O título original era “Nau São Paulo. Viagem e Naufrágio da Nau São Paulo que Foi para a Índia no Ano de 1560. Capitão: Rui de Melo da Câmara, Mestre João Luís, Piloto António Dias.

⁷ É de destacar, porém, que este texto apenas traduz uma súmula dessa análise, já que o trabalho original tem 170 mil caracteres.

Bento e São Paulo advertem-nos que tentaram, respectivamente, “sem acrescentar nem diminuir a verdade (...) escrever somente a verdade” e usar “de toda a verdade”. Por outro lado, os relatos são construídos em torno de factos encadeados cronologicamente, por vezes com informações de grande rigor, conforme se pode observar no seguinte excerto do relato do naufrágio da nau São João: “Partiu neste Galeão Manuel de Sousa, de Cochim, a 3 de Fevereiro de 1552 (...). E sendo já em 11 de Março, eram Nordeste-Sudoeste com o Cabo da Boa Esperança, 25 léguas ao mar, aí lhe deu o vento Oeste e Oeste-Noroeste (...).”

Os autores das relações, por vezes, mergulham na narrativa para tecer considerações pessoais sobre os factos e as pessoas, retardando a acção e imprimindo a sua visão do mundo ao texto, para formular juízos morais ou fazer reflexões e relatos dos estados de ânimo, ou ainda para evocar assuntos e recordações por vezes alheios ao fio condutor da narrativa, seguindo uma modalidade de relato e de tradição literária afastada das práticas dominantes do jornalismo actual, mas perfeitamente em consonância com a cultura da época e os cânones da crónica tardo-medieval. Por exemplo, o recurso ao discurso indirecto é corrente. Os autores das relações também fazem análises⁸ às situações, conforme poderíamos ter numa reportagem contemporânea. Leiam-se os seguintes exemplos:

Reflexão opinativa do autor (São João): “Parece verdadeiramente que a graça de Nosso Senhor supria aqui, porque sem ela não pudera uma mulher tão fraca, e tão pouco acostuada a trabalhos, andar tão compridos e ásperos caminhos” (reflexão);

Análise do autor (São João): “E ainda que a nau levava pouca pimenta, nem por isso deixou de ir muito carregada de outras mercadorias, no que se havia de ter muito cuidado pelo grande risco que correm as naus muito carregadas”;

⁸ A análise assenta em factos.

Análise estereotipada (São Paulo): “São os homens do mar muito semelhantes às mulheres nos tempos de seus partos, em suas muito estranhas e grandíssimas dores, que juram, se daquela escapam, não terem mais cópula nem ajuntamento nunca com varão. Assim nestes perigos evidentes, e de tanto temor e espanto, qual há aí que não jure e prometa de outra nunca tal lhe acontecer ou em outra tal se achar? O que passado, passou-se e acabou-se a memória de tudo, e tudo são folias, pandeiros e zombarias.”

Este último excerto indicia que apesar da intenção de verdade dos escritores e da homogeneidade estrutural que os relatos revelam, os autores das relações eram autónomos na análise e mesmo na edificação de uma linha narrativa, embora estivessem sintonizados nos enquadramentos justificativos dos naufrágios e, como veremos, na postura religiosa.

Os autores das relações, por vezes, gostavam de mostrar a sua erudição e eloquência. Os textos eram os palcos para alguns deles brilharem, como o fez Henrique Dias, autor da *Relação do Naufrágio da Nau São Paulo*, que enxameia a narrativa de excertos latinos, bíblicos e outros. Todavia, o facto de apenas se ter detectado a ambição do brilho pessoal no autor na *Relação do Naufrágio da Nau São Paulo* mostra que, possivelmente, a maioria dos autores de relações procuravam anular-se, para deixar a narrativa viver dos factos e da informação, uma atitude jornalística.

2 Dimensão ideológica das relações

As relações de naufrágios aqui estudadas contam-nos histórias com fundo moral, que questionam a vantagem de se tentar enriquecer desafiando perigos enormes que podem levar à perda da própria vida, dos familiares e dos bens. No entanto, elas não beliscam a hierarquia social, tendo uma dimensão ideológica favorecedora do *statu quo*. Nas relações de naufrágios, a responsabilidade pelo que sucede é sempre pessoal, não do sistema e muito menos do Rei, de quem,

inclusivamente, os autores Henrique Dias (São Paulo) e Manuel de Mesquita Perestrelo (São Bento) se declaram explicitamente leais súbditos e servidores.

A noção de hierarquia social é também vincada pelo facto de, nas relações, apenas os homens “grandes” serem nomeados pelos nomes e cargos, a que, por vezes, ainda se adicionam adjectivos honrosos (exemplo: “Manuel de Sousa, fidalgo mui nobre”). Os outros diluem-se no anonimato, sendo que os nativos, em acréscimo, tendem a ser apresentados com enquadramentos negativos (são, por exemplo, apelidados de “bárbaros”, “cafres” que vivem nas “terras da cafraria”), contrastando com a adjectivação positiva com que são catalogados os portugueses, em especial os nobres, apesar destes últimos serem, em alguns casos, alguns dos principais responsáveis pelos naufrágios, já que os capitães eram nomeados pelo Rei não pela sua competência náutica, mas por linhagem ou por favores que o Rei lhes devia (os autores das relações nunca referem esse dado entre as causas dos desastres). Inclusivamente, quando se referem os nativos, os autores das relações tendem a vincar a oposição “nós” (portugueses, superiores) / “eles” (nativos, inferiores, incivilizados).

Por outro lado, as histórias das relações são marcadamente masculinas; as mulheres, nas poucas vezes que são referidas, são representadas como seres frágeis e dependentes dos homens, tal como as crianças, conforme se nota em excertos como o seguinte: “Ver uma mulher tão nobre, filha e mulher de fidalgos tão honrados, tão maltratada e com tão pouca cortesia” (São João). O discurso das relações, a este nível global, pode classificar-se como tendo uma dimensão não apenas cultural mas também ideológica, reforçando e legitimando, simbolicamente, as relações sociais de poder e dominação, tal como numerosos estudos indiciam para o jornalismo contemporâneo (ver, por exemplo: Sousa, 2000).

3 O enquadramento religioso do mundo nas relações

Os enquadramentos das narrativas são, sem excepção, profundamente religiosos, evocando repetidamente o fatalismo cristão: “[contar a história deste naufrágio serve] para os homens muito

temerem os castigos do Senhor e serem bons cristãos, trazendo o temor de Deus diante dos olhos” (São João). Diga-se, aliás, que os portugueses se viam a si mesmos mensageiros do Cristianismo, assumindo uma ideologia assente no que criam ser a sua missão civilizadora e evangelizadora. Por um lado, os autores perspectivam uma intervenção directa e constante de Deus sobre o destino dos naufragos; por outro lado, o relato é configurado de maneira a evidenciar-se o pecado (avidez), o castigo divino, o arrependimento e a peregrinação para a expiação do pecado:

“tudo (...) estava cheio de (...) coisas preciosas, jazendo muitas delas ao lado dos seus donos, a quem não somente não puderam valer na presente necessidade, mas ainda a alguns, de *quem eram sobejamente amadas na vida, com seu peso foram causa da morte*; (...) e (...) *bastava a memória daquele passo para não ser a pobreza havida por tamanho mal, que por lhe fugir deixemos a Deus e o próximo, pais, irmãos, amigos, mulheres e filhos, e troquemos tantos gostos e inquietações pelos sobejos que cá ficam.*” (São Bento – itálico nosso).

Mas o perdão (divino, por suposto) só é concedido a alguns, os que se salvam, que nem sempre são os protagonistas principais das histórias. Por exemplo, na *Relação da Perda do Galeão São João*, Manuel de Sousa de Sepúlveda e sua família, principais protagonistas da história, morrem e o mesmo acontece a Fernão d’Álvares Cabral, na *Relação do Naufrágio da Nau São Bento*.

É de dizer, também, que a crise portuguesa do final do século XVI ecoa indirectamente nos relatos. Manuel de Sousa de Sepúlveda (São João), por exemplo, é a metáfora do comerciante português da época, empreendedor e corajoso, mas egoísta e cobiçoso, apostado no rápido enriquecimento a qualquer custo, sobrecarregando a nau e aceitando empreender viagem já fora da época aconselhada, tanto quanto a negligenciada nau é a metáfora de um país em crise e o relato do naufrágio simboliza, de certa forma, um inconsciente colectivo povoado de medos e incertezas. É também a cobiça, aliás, que leva a Fernão d’Álvares Cabral deixar sobrecarregar a nau São Bento, causa primeira da sua perdição, como nos relembra o autor da relação do seu naufrágio, Manuel de Mesquita Perestrelo.

4. Títulos das relações

Os títulos das três relações estudadas são semelhantes na forma. Todos indicam que os relatos se referem ao naufrágio de determinadas naus⁹. Todos têm um tom bastante actual, no sentido de que antecipam o mais importante da informação, tal e qual os manuais de jornalismo contemporâneos aconselham a fazer. Todos tentam responder a pelo menos algumas das perguntas que a retórica clássica enunciava como sendo essenciais para transmissão de novidades, que já Tobias Peucer recordava, em 1690, e que o jornalismo contemporâneo recuperou como sendo as perguntas “Quem?”, “O Quê?”, “Quando?”, “Onde?”, “Como?” e “Porquê?”. De facto, os títulos das relações aqui estudadas podem não ter a brevidade e o carácter incisivo e selectivo dos títulos jornalísticos contemporâneos, mas o essencial está lá, como poderemos ver pelo quadro 1:

Quadro 1

Regras retóricas da narração de novidades e sua aplicação nos títulos das relações

Regra retórica e jornalística da enunciação de novidades	Exemplos
Mencionar o objecto (o acontecimento)	– Naufrágio do galeão São João e consequências nefastas para principais sobreviventes – Viagem e naufrágio da nau São Bento – Viagem e naufrágio da nau São Paulo
Referir os sujeitos da acção	– Manuel de Sousa de Sepúlveda, mulher, filhos e demais gente – Fernão d’Álvares Cabral, Manuel de Mesquita Perestrelo – Capitão Rui de Melo da Câmara, Mestre João Luís e Piloto António Dias
Causa	– Não referido
Modo	– Não referido
Local	– Terra do Natal (São João) – Cabo da Boa Esperança (São Bento)
Tempo	– 24 de Junho de 1552 (São João) – 1554 (São Bento) – [1560]
Assinatura do autor	– Manuel de Mesquita Perestrelo (São Bento) – Henrique Dias, “criado do Sr. Dom António Prior do Crato”

A grande extensão dos títulos das três relações permite-lhes funcionar como *lead*¹⁰, ou entrada¹¹, já que informam o leitor não apenas sobre *o que aconteceu* e *os principais sujeitos da*

⁹ No caso da relação ao naufrágio da nau São Bento, a menção ao navio naufragado surge no título da primeira edição.

¹⁰ Relembre-se que no relato noticioso jornalístico o *lead* é o primeiro parágrafo de uma notícia. Quando esta foi elaborada com base na técnica da pirâmide invertida, o *lead* deve conter a informação mais importante, que usualmente

acção, mas também sobre *quando aconteceu* e, em dois casos (São João e São Bento), *onde aconteceu*, seguindo, como dissemos, os cânones da retórica clássica.

É de referir que, apesar da primeira das relações estudadas (São João) ser anónima, as duas restantes têm autores definidos, que se “puxam” a si mesmos para o título, conforme seria usual no século XVI. Corresponderia, hoje, à assinatura do jornalista que redigiu a matéria. Essa estratégia está relacionada com a assunção de um determinado *ethos* por parte do autor, que procura credibilizar a informação dando “a cara” por ela.

O título completo da *Relação da Perda do Galeão São João* antecipa, ainda, que o capitão da nau e a sua família morreram por causa do naufrágio, informação que, de resto, será várias vezes apresentada ao longo da narrativa, retardando a narração da acção. Entre os títulos das três relações, o título dessa é, assim, o que melhor funciona como uma espécie de *lead* ou entrada. Tendo sido, cronologicamente, o primeiro, também poderá ter funcionado como modelo para os demais. Embora só o título da primeira das relações (São João) o refira, as três folhas ocasionais aqui apresentadas, como veremos, narram também o que aconteceu aos sobreviventes do naufrágio, parte que constitui, aliás, o foco das narrativas.

5 Estrutura das relações

Segundo Lanciani (1979), as relações de naufrágios portuguesas dos séculos XVI e XVII sofreram a influência estrutural de crónicas de viagens medievais, seguindo, assim, cânones retóricos já existentes, tendo, habitualmente, as seguintes partes: *exordium*, *proposito*, *narratio*, *conclusio*, centrando-se, porém, na terceira (*narratio*).

O *exordium* e o *proposito* formam, na retórica clássica, a introdução a um discurso, o espaço apropriado para se explicitar o respectivo tema e finalidade. Por vezes, é no *exordium* e *proposito* que o autor salienta o seu *ethos*, revelado nas suas capacidades e qualidades e nas circunstâncias em

coincide com a resposta a “Quem?”, “O Quê?”, “Quando?” e “Onde?”, por vezes também, ainda que de forma breve, “Como?” e “Porquê?”.

¹¹ A entrada, também designada *super-lead*, entre outras denominações possíveis é o texto que abre uma matéria, procurando suscitar o interesse do leitor. Normalmente, a entrada redige-se como uma espécie de sumário cativante da peça jornalística.

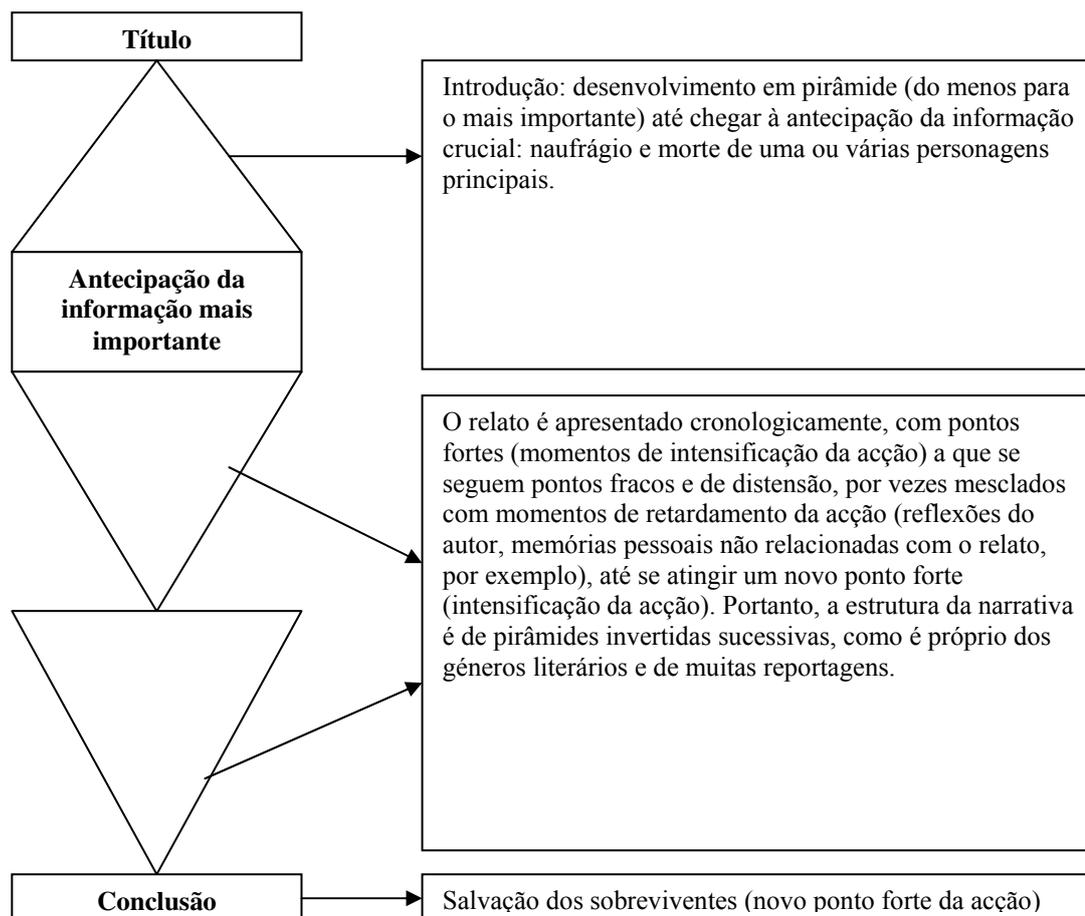
que produziu o discurso. A chamada de atenção para o *ethos* do autor tem por objectivo reforçar a sua credibilidade perante a audiência.

O *exordium* e o *proposito*, com ou sem ênfase no *ethos* do autor, são raros nas reportagens jornalísticas contemporâneas. Quando aparecem, não são mais do que um mero recurso estilístico dos jornalistas. Neste ponto, as relações de naufrágios que possuem *exordium* e *proposito* são nitidamente datadas, distinguindo-se da generalidade das reportagens contemporâneas. Porém, das três relações estudadas, só a *Relação da Perda do Galeão São João* tem um *exordium* e um *proposito* bem definidos, ainda que ocupem somente umas breves linhas. O autor dessa relação anuncia que o relato se destina a ensinar os homens a “temerem os castigos do Senhor e serem bons cristãos, trazendo o temor de Deus diante dos olhos, para não quebrar seus mandamentos”. Acrescenta que redigiu o texto por lhe parecer que a história “da morte deste fidalgo [Manuel de Sousa de Sepúlveda], e de toda a sua companhia” serviria de “exemplo a todos (...) para que os homens que andam pelo mar se encomendem continuamente a Deus, e a Nossa Senhora que rogue por todos”. As duas restantes relações têm uma introdução ao tema, mas nenhuma delas possui *exordium* ou *proposito* nitidamente definidos no início do relato.

Na narrativa (*narratio*), parte mais extensa das três obras, são contadas as histórias dos naufrágios, suas causas e consequências. A estrutura da narrativa das relações aqui estudadas é similar ao de outras relações de naufrágios da mesma época, que evocam, por sua vez, a própria estrutura narrativa de alguma literatura medieval (Lanciani, 1979), podendo dividir-se nos seguintes segmentos narrativos: 1) Antecedentes e partida; 2) Tempestade; 3) Naufrágio e Arribação; 4) Peregrinação (onde se foca a maior parte dos relatos); 5) Retorno e salvação (de alguns), que funciona como *conclusio*. É de salientar, no entanto, que a estrutura apresenta alguma elasticidade, sendo possível, por exemplo, apercebermo-nos somente das causas do desastre, que deveriam, pela lógica, ser descritas nos antecedentes, já durante a narração da tempestade, como acontece na *Relação da Perda do Galeão São João*, em que o autor só se refere às velas deploráveis com que a nau tinha sido equipada já durante a narração do temporal.

A organização cronológica das três narrativas empresta uma sensação de ordem aos textos, sendo, por isso, uma das modalidades estruturais que se mantêm na reportagem jornalística (Fernández Parrat, 2001).

Tendo em conta os dados acima referidos, pode dizer-se que as três relações têm uma estrutura bastante semelhante, que graficamente pode ser representada da seguinte maneira:



O esquema atrás representado corresponde, grosso modo, à técnica das múltiplas pirâmides invertidas, com início e final fortes, comum nas reportagens contemporâneas (Fernández Parrat, 2001; Sousa, 2005). Os formatos jornalísticos de hoje não são, afinal, mais do que uma recuperação e reconversão dos formatos narrativos do passado. Aliás, os próprios jornalistas tendem a repetir modelos fixados profissionalmente, como a técnica da pirâmide invertida.

Conclusões

A principal conclusão a tirar deste trabalho é a possibilidade de afirmar que as três relações quinientistas estudadas podem considerar-se exemplos do jornalismo emergente. Sofrendo a influência das crónicas medievais (Lanciani, 1979), já elas exemplos de *quase-reportagens*, as três relações aqui estudadas constituem-se como reportagens de acontecimentos notáveis, recentes e dramáticos e foram elaboradas para terem ampla difusão pública.

São várias as características que nos permitem considerar as três relações em causa como reportagens, nomeadamente se descontarmos as questões de estilo próprias da época:

- 1) Descrevem acontecimentos reais em profundidade, mais extensiva que compreensivamente, e exploram, analiticamente, causas e consequências dos mesmos;
- 2) Foram elaboradas à luz de critérios de valor noticioso intemporais (actualidade, possibilidade de personalização e dramatização das histórias, referência a tragédias, lutas e morte e à vida de pessoas famosas, negatividade...);
- 3) Apesar das liberdades analíticas e estilísticas dos seus autores, destinadas a intensificar e enquadrar (por vezes religiosamente) os relatos, nota-se que os textos foram, jornalisticamente, produzidos com intenção de verdade, rigor e ânimo de fidelidade aos factos, sendo várias as referências rigorosas a datas e locais, as citações directas ou sob a forma de paráfrase, etc.

É de realçar que outras marcas das relações estudadas são comuns às reportagens contemporâneas. Por exemplo, a referida intervenção dos autores no relato, para analisar, enquadrar e mesmo dar conta das suas próprias vivências dos factos narrados, ou ainda para referir as circunstâncias em que

ouviram e citaram as fontes de informação, são comuns às reportagens jornalísticas contemporâneas.

A segunda conclusão a tirar é a de os esquemas narrativos usados nas relações são homólogos, estando ainda hoje presentes no discurso jornalístico. Pode dizer-se, assim, que vários formatos e formas de narrar se repetem ao longo dos tempos, mais ou menos reconvertidos e reconfigurados. Se os conteúdos jornalísticos têm uma história, as formas de relatar também as têm, sendo que os conteúdos se adaptam à forma, como observámos nas três relações aqui estudadas, que seguem, como provou Lanciani (1979), a estrutura de contos e relatos medievais e obedecem a regras da retórica clássica, cujas bases remontam ao Mundo Antigo. Aliás, numa época em que pontificavam em Portugal cronistas extraordinários e bem formados, como Damião de Góis, Diogo do Couto¹² e João de Barros, é natural que as crónicas, incluindo as medievais, tivessem servido de modelo para as relações quinhentistas e seiscentistas. As relações aqui estudadas podem mesmo ser consideradas manifestações populares das grandes crónicas, menos eruditas, menos prolixas, mais sensacionalistas e dramáticas, destinadas a emocionar, a moralizar e a *serem consumidas o mais massivamente possível*¹³, para dar lucro ao autor e ao editor. A este propósito, pode-se, também, realçar que se nota nas três relações uma tendência dos autores para a análise das situações, o que aproxima esses relatos da enunciação jornalística especializada contemporânea. Aliás, é possível afirmar, ainda, que o sucesso dos relatos de naufrágios antecipa, de certa maneira, o sucesso do jornalismo de reportagem, do jornalismo de viagens e do jornalismo popular e ilustra a existência prévia de algumas das condições que vieram a permitir o êxito do jornalismo industrial popular e sensacionalista no século XIX.

¹² Uma das relações seiscentistas de naufrágios é precisamente da autoria de Diogo do Couto. Trata-se da *Relação do Naufrágio da Nau São Tomé da Terra dos Fumos no Ano de 1589 e dos Grandes Trabalhos que Passou Dom Paulo de Lima nas Terras da Cafraria até à Sua Morte. Escrita por Diogo do Couto, Guarda-Mor da Torre do Tombo. A rogo da Senhora D. Ana de Lima, Irmã do Dito Paulo de Lima, no Ano de 1611.*

¹³ Algumas das folhas ocasionais tiravam mais de mil exemplares por edição, numa época em que a tiragem média de livros na Europa andava pelos 300 exemplares.

A terceira conclusão que podemos extrair do trabalho é a de que, ao contrário das grandes crónicas, as relações de naufrágios dão conta de uma conjuntura desfavorável ao Portugal quinhentista. Depois de muitos anos de omnipresença no comércio intercontinental, provocada pelo início da feliz epopeia dos Descobrimentos, Portugal começava já a entrar numa crise económica e social profunda¹⁴, masoquisticamente indiciada pelos relatos de naufrágios, metáforas pré-jornalísticas de um país adiado e de incerto futuro, em que o temor habitava o inconsciente colectivo. A conservação dos navios era descurada, as melhores rotas eram desrespeitadas, os capitães eram nomeados mais pelos seus títulos nobiliárquicos do que pelas suas capacidades e os períodos mais favoráveis para navegar eram desprezados por causa da cobiça de comerciantes apostados no lucro antes de todas as coisas, que ainda por cima sobrecarregavam as naus com mercadorias. Pode-se, assim, afirmar que os relatos jornalísticos, ontem como hoje, são histórias que indiciam o mundo real e as circunstâncias de cada época, por vezes atentando mais no particular do que no geral, naquelas pequenas coisas que afectam directa e quotidianamente as pessoas do que nos grandes temas, mais abstractos. O jornalismo tem, afinal, uma história e essa história revela-se, como vimos, nas formas e nos conteúdos das notícias. O jornalismo é, pois, uma história do mundo continuada, é um *curriculum* da humanidade. As notícias de hoje acrescentam novidade às antigas, mas como os critérios de noticiabilidade são, de certa forma, intemporais, parece que há novidade sem verdadeira mudança, como disse Phillips (1976).

Finalmente, como última conclusão, pode explicitar-se que, ao contrário do que argumenta Tengarrinha (1989: 29), parece emanar das três relações o apego dos respectivos autores à verdade e aos factos, seguindo, aliás, a tradição da historiografia iniciada por autores como Tucídides e Xenofonte na Grécia Antiga. O valor jornalístico da verdade no relato é, assim, notoriamente, um valor historicamente consolidado, que transcende, inclusivamente, as fronteiras do jornalismo.

¹⁴ Crise essa de que ainda não recuperou, e que o ouro do Brasil e a expansão colonial não fizeram mais do que camuflar, mas que foi agudizada pela Ditadura do Estado Novo, pelo período conturbado e de excessos do pós-25 de Abril (Processo Revolucionário em Curso) e pela ineficácia que os sucessivos governos pós 1974 denotaram nas tentativas de modernização do país, e que foi atenuada somente graças à integração europeia.

Bibliografia

- BELO, A. *As Gazetas e os Livros. A Gazeta de Lisboa e a Vulgarização do Impresso (1715-1760)*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2001.
- BIRD, E. e DARDENNE, R. Myth, chronicle, and story: Exploring the narrative qualities of news, in CAREY, J. W. (Ed.) *Media, Myths and Narratives*. Newbury Park: Sage, 1988.
- BRITO, B. G. *História Trágico-Marítima*. Barcelos: Editora do Minho, 1942 [Edições originais de 1735/1736, respectivamente 1º e 2º volumes].
- BROWN, R. M. The gatekeeper reassessed: A return to Lewin. *Journalism Quarterly*, vol. 56, 1979.
- DARNTON, R. Writing news and telling stories. *Daedalus*, n.º 104, 1975.
- ETTEMA, J. e GLASSER, T. *Custodians of Conscience: Investigative Journalism and Public Virtue*. New York: Columbia University Press, 1998.
- FERNÁNDEZ PARRATT, S. *A Reportaxe de Prensa en Galicia*, Tese de doutoramento apresentada à Universidade de Santiago de Compostela, 2001.
- GODINHO, V. M. *Os Descobrimentos e a Economia Mundial*, Lisboa: Arcádia, 1963.
- LANCIANI, G. *Os Relatos de Naufrágios na Literatura Portuguesa dos Séculos XVI e XVII*, Lisboa: Instituto de Cultura Portuguesa da Secretaria de Estado da Cultura, 1979.
- MUÑOZ-TORRES, J. R. *Por Qué Interesan las Noticias*. Barcelona: Herder, 2002.
- PASSOS, C. Navegação portuguesa dos séculos XVI e XVII. Naufrágio Inéditos. Novos subsídios para a história trágico-marítima de Portugal, *Biblos*, IV, 1928.
- PEUCER, T. Os relatos jornalísticos. *Comunicação e Sociedade*, n.º 33, pp. 199-214, 2000. (Tradução de *De relationibus novellis*, Leipzig: Tese (Doutorado em Periodística) – Universidade de Leipzig, 1690.)
- PHILLIPS, E. B. What is news? Novelty without change? *Journal of Communication*, vol. 26, n.º 4, 1976.

SCHUDSON, M. Porque as notícias são como são. *Comunicação e Linguagens*, n.º 8: 1988.

SCHUDSON, M. *The Power of News*, Cambridge: Harvard University Press, 1995.

SILVA, I. F. S.; ARANHA, B. e BRITO, J. J. G. *Dicionário Bibliográfico Português*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1987 [reedição fac-similada].

SOUSA, J. P. *As Notícias e os Seus Efeitos*. Coimbra: Minerva, 2000.

SOUSA, J. P. *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

TENGARRINHA, J. *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, 2ª edição revista e ampliada, Lisboa: Caminho, 1989.

Uma imersão nos órgãos do Sistema de Garantia dos Direitos da Criança e do Adolescente: etnografia voltada para a qualificação da cobertura jornalística sobre violência no universo infanto-juvenil

Josenildo Luiz Guerra ¹ e Wellington Nogueira Amarante ²

Resumo: O uso da etnografia nos estudos em jornalismo ganhou especial destaque a partir dos trabalhos inseridos na tradição de pesquisa do Newsmaking, empregada para a investigação da cultura profissional dos jornalistas. Nesta proposta, contudo, a intenção é desenvolver uma pesquisa aplicada, de base etnográfica, com vistas a conhecer efetivamente uma área temática e desenvolver uma técnica de cobertura para ela. A imersão nas instituições do sistema de garantias dos direitos da criança e do adolescente busca novos parâmetros e possibilidades de cobertura para o tema da violência no universo infanto-juvenil.

Palavras-chave: Etnografia – Jornalismo – Criança e Adolescente – Técnica cognitiva

Introdução

O uso da etnografia nos estudos em jornalismo ganhou especial destaque a partir dos trabalhos inseridos na tradição de pesquisa do Newsmaking. Os pesquisadores, empenhados em conhecer o sistema de produção de notícias, imergiam nas redações a fim de conhecer a cultura profissional dos jornalistas³. Outro uso da etnografia tem se dado tanto na inspiração de técnicas de reportagem, como aquelas praticadas sobretudo no novo jornalismo, através da qual o repórter busca maior contato e convivência com suas fontes, quanto no conhecimento de novas áreas de cobertura, cuja imersão permite um ganho substantivo de informação capaz de gerar a capacidade cognitiva necessária para a geração de pautas e o trabalho rotineiro de reportagem⁴.

A discussão que aqui se apresenta não se encaixa perfeitamente em nenhuma das experiências anteriores, embora esteja sem dúvida mais próxima da segunda. A diferença básica em relação aos estudos do newsmaking é que enquanto esta tradição se

¹ Professor da Universidade Federal de Sergipe. Coordenador do Laboratório de Estudos em Jornalismo da UFS (Lejor).

² Bolsista de Iniciação Científica, da equipe do Laboratório de Estudos em Jornalismo da UFS (Lejor).

³ Conferir, entre outros, Wolf, 1992; Gans, 1980, Fischman 1980 e Tuchmann, 1978.

⁴ Para uma breve análise desses métodos, cf.: Franciscato, 2006.

volta para o processo de produção de notícias, a nossa se volta para as instituições que são objeto – ou deveriam ser – de cobertura jornalística.

Em relação ao segundo uso, os objetivos são os mesmos: produzir um ganho de qualidade da reportagem sobre uma determinada área temática ou assunto. Contudo, enquanto nas experiências realizadas busca-se uma apropriação do método científico à técnica de reportagem jornalística, na nossa proposta a intenção é desenvolver uma pesquisa aplicada, de base etnográfica, com vistas a conhecer efetivamente uma área temática e desenvolver uma técnica de cobertura para ela. É a experiência – ainda em andamento neste momento – que vai ser relatada neste artigo.

No entanto, uma primeira exigência para a realização da pesquisa proposta é a produção de um diagnóstico. Afinal, como e por que se dedicar a uma área temática ou instituição se não há informação prévia acerca de sua cobertura pelos órgãos de imprensa? Assim, o passo inicial para esse tipo de empreitada é a necessidade de se ter um diagnóstico sobre a cobertura jornalística nessa área a fim de estabelecer as questões que deverão orientar a imersão, quando de sua realização.

Na seqüência, então, será apresentado 1) o diagnóstico produzido sobre o tratamento que os jornais sergipanos dão ao tema violência no universo infanto-juvenil, quando os adolescentes são autores de ato infracionais; 2) o relato sobre o funcionamento dos órgãos do sistema e garantias dos direitos da criança e do adolescente objeto da pesquisa e, finalmente, 3) breve sistematização das questões suscitadas pela presente pesquisa, tanto em relação ao método e sua aplicação na investigação científica voltada para o jornalismo quanto na contribuição possível de ser alcançada com o desenvolvimento de novas técnicas cognitivas de reportagem.

1) O diagnóstico sobre a cobertura do tema violência no universo infanto-juvenil

A cobertura da violência na imprensa sergipana na qual adolescentes aparecem como autores de ato infracional apresenta características bem definidas⁵, no que diz respeito:

1) Ao princípio de relevância/enquadramento: o valor-notícia predominante é a conduta desviante do adolescente em relação à lei; trata-se do mesmo critério aplicado para os

⁵ Tais características são levantadas de pesquisa em andamento intitulada “Fontes de informação na cobertura de ‘Direitos e Justiça’ e ‘Violência’ na área temática Criança e Adolescente na imprensa sergipana”, financiada com recursos da Fundação de Amparo à Pesquisa de Sergipe e MCT/CNPq, com encerramento previsto para março/2005. Cf. tb. Relatório *Pesquisa Infância e Adolescência na Mídia 2003 – Bahia/Sergipe*, produzida pelas Ong’s Cipó Comunicação Interativa e Missão Criança Aracaju.

adultos, sem a distinção que a própria legislação estabelece⁶ no que diz respeito ao tratamento diferenciado que os adolescentes requerem; causas e conseqüências dos atos infracionais cometidos são pouco exploradas o que empobrece o noticiário sobre as possíveis razões para tais casos e deixa de fiscalizar as autoridades naquilo que porventura aponte para sua responsabilidade, por um lado, e alimenta um sentimento de impunidade, por outro, uma vez que são raras as matérias sobre as medidas sócio-educativas aplicadas aos adolescentes em conflito com a lei.

2) *Ao domínio conceitual da área temática*⁷ *criança e adolescente*: a não distinção entre o tratamento a ser dado para o adulto (que comete crime) e o adolescente (que comete ato infracional) já revela a precariedade da técnica cognitiva tradicional que dá suporte à cobertura realizada; além disso, o desconhecimento do sistema de garantia de direitos da criança e do adolescente (ou a não familiaridade com ele) compromete a descoberta de novas pautas, novas fontes, novos problemas, etc., na mesma proporção que o conhecimento e a familiaridade com a estrutura policial dá o tom da cobertura;

3) *O uso das fontes de informação*⁸: a polícia aparece como fonte principal, em muitos casos, cujas matérias são tipicamente pautadas nos registros dos boletins de ocorrência⁹; os familiares também aparecem como fonte bastante acionada, expondo um drama privado publicamente sem, contudo, registrar o que de público efetivamente tais eventos suscitam, a saber, a responsabilidade compartilhada entre família, estado e sociedade no desenvolvimento saudável de crianças e adolescentes até sua maioridade;

Tais características revelam a técnica cognitiva (TC) que orienta o jornalista na realização do seu trabalho. Trata-se de uma TC *tradicional*, isto é, um conjunto de saberes consolidado na prática jornalística das redações locais que não incorporou os avanços que a temática da infância e da adolescência experimentou nos últimos quinze anos, pelo menos, desde que o Estatuto da Criança e do Adolescente passou a vigorar.

No âmbito de Sergipe, existe, portanto, um diagnóstico relativamente preciso sobre como a imprensa local cobre violência e medidas sócio-educativas. No âmbito dos

⁶ Segundo o *Estatuto da Criança e do Adolescente* (Lei 8.069, de 13 de julho de 1990), em seu Artigo 2, “considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até 12 (doze) anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre 12 (doze) e 18 (dezoito) anos de idade”.

⁷ Cf. Guerra, 2003, p. 178ss

⁸ As fontes de informação acionadas pelos jornalistas são um indicador fundamental da qualidade da cobertura, quando considerados dois aspectos: moral, o respeito à pluralidade de pontos de vista; cognitivo, a diversidade de pontos de vista amplia a percepção e análise dos problemas.

⁹ Cf. *Balas Perdidas*. Andi/DCA-MJ/Amencar, 2002. p. 11. Segundo este relatório, “quanto menos os assuntos são tratados pelas editorias de polícia [na qual predominam as fontes policiais] melhores são as reportagens quanto à qualidade das abordagens”. Isso indica, na avaliação da pesquisa, a baixa qualidade da informação prestada por aquelas fontes, sobretudo, pela produção de reportagens baseadas nos boletins de ocorrência – em cerca de 80% delas, a notícia se restringe a relatar o ato violento praticado (Idem, p. 12).

estudos em jornalismo também existem diagnósticos sobre as possíveis causas para problemas semelhantes aos aqui apontados: os estudos do *newsmaking* apontam o peso dos critérios organizacionais na definição das fontes e na tipificação de valores-notícia, a fim de tornar mais ágil o trabalho (Gans, 1979; Altheide, 1976; Fishman, 1980); a análise de discurso aponta os modelos cognitivos como estruturadores dos relatos noticiosos (Van Dijk, 1990); a categoria explicativa em desenvolvimento em nossas pesquisas é a técnica cognitiva (Guerra, 2003).

As técnicas cognitivas são de dois tipos, de processo e de conteúdo. As técnicas de processo dizem respeito aos conceitos, procedimentos e técnicas voltadas à elaboração dos produtos jornalísticos ao passo que as de conteúdo, ao objeto do que merecerá atenção dos repórteres. Em relação às técnicas cognitivas de processo, a centralidade da cobertura em determinadas fontes, como a Polícia, na cobertura de “violência”, destaca o papel das rotinas na definição tanto dos fatos que serão noticiados quanto da escolha das fontes que nas notícias terão direito à fala. Aqui, é perfeitamente adequada a contribuição dos estudos do *newsmaking*, que aplicadas ao caso em questão explicam porquê as delegacias são o lugar privilegiado para a origem das pautas.

Contudo, esta pesquisa busca considerar não apenas os saberes relacionados ao processo, mas também os saberes relacionados à temática objeto da cobertura. Afinal, é só o conhecimento desses temas que oferecerá aos profissionais ou a qualquer outra pessoa os referenciais possíveis para se proceder uma crítica em relação às matérias atualmente oferecidas pelos jornais. Se as TC de Processo são eficazes para se produzir material suficiente para se fechar, diariamente, as edições de cada um dos jornais, será que elas permitem trabalhar com TC de Conteúdo mais adequadas à interpretação dos fatos no universo das questões aqui consideradas? Como podem os jornalistas se aperceberem disse se eles mesmos não dispõem dessas referências que lhes permitiriam identificar as limitações do trabalho atualmente produzido?

A seleção das fontes produzidas, tanto no que diz respeito à relativa concentração em algumas instituições e organizações (polícia e Polícia Militar, por exemplo), aponta para a confirmação da hipótese do *newsmaking* sobre o peso das rotinas produtivas na seleção das fontes, mas também reforça a hipótese levantada por esta pesquisa sobre o descompasso entre a técnica cognitiva empregada pelos jornalistas e a técnica cognitiva necessária para interpretar os fatos à luz das transformações pelas quais passou o universo das questões que dizem respeito a crianças e adolescentes no Brasil.

Em entrevistas feitas com as fontes potenciais, atores inseridos e participantes do Sistema de Garantia de Direitos da Criança e do Adolescente (SGDCA), reforçam esta hipótese pois mesmo quando são procurados pelos jornalistas, as questões que lhes são apresentadas ficam aquém da condição inicial básica para se abordar o problema em pauta. A falta de familiaridade com as ações do Ministério Público, dos conselhos tutelares e da Justiça, por exemplo, compromete a descoberta de novas pautas e de novas fontes na mesma proporção que a familiaridade com a estrutura policial dá o tom da cobertura. A seguir, dois trechos de entrevistas produzidas com agentes do SGDCA expõem claramente como vêem o conhecimento que o jornalista tem da área:

[...] eu sinto isso, que a grande maioria não tem embasamento teórico e simbólico da problemática, então, muita das vezes eles chegam aqui e eu direciono a entrevista para o que eu quero dizer. Às vezes, coloco uma determinada situação e ele [o repórter] bate e volta e não consegue compreender o que eu estou dizendo, não faz uma leitura integral. E aí se você pega determinadas situações, você vê que se repetem as mesmas perguntas o tempo todo, ou seja, a leitura que eles fazem é a mesma sempre [...] Outra questão emblemática é a questão racial. Eu já sei, 13 de maio e 20 de novembro, eu me preparo pra entrevista, porque eu já sei exatamente o que os caras vão perguntar. Aí não se apropria da problemática, isso pra mim é a grande crítica [...] (membro de ONG)

[...] a cobertura tem alguns apelos que passam a desinformação, [...] Eles, na verdade, não conhecem as linhas do Estatuto da Criança e do Adolescente que é, vamos dizer assim, a lei básica, certo? [...] Não conhecem também, ou desconhecem um pouco, o sistema de justiça do Brasil. [...] Eles não sabem bem quem é o juiz, qual é o papel dele, o promotor, o defensor, o advogado, e os fatores que trabalham nesse sistema de justiça [...] Só pra dar o exemplo, eles trocam muito o que o promotor fala no processo pelo que o juiz fala no processo. É muito comum “o juiz deu um parecer”, não sei se você já percebeu isso, “o promotor deu a sentença”, “o promotor deu a decisão”, né? Isso aí é um dado que parte de uma coisa mais geral, de uma desinformação sobre o sistema de justiça. (membro do Ministério Público)

Em síntese, a julgar pelas fontes acionadas, sobretudo na área da violência, na qual a cobertura se mostra mais problemática, prevalece no noticiário uma visão policialesca dos problemas mesmo quando as matérias envolvem crianças e adolescentes. Isso aponta para uma TC de Conteúdo que não consegue abordar o problema da violência infanto-juvenil senão sob a ótica policial, desconsiderando o peso e a importância que outros atores do SGDCA têm para tratar do assunto.

Ou seja, a cobertura jornalística parece não ter incorporado satisfatoriamente a lógica da doutrina da proteção integral, cujo símbolo maior é o próprio Estatuto da Criança e do Adolescente, e continua a predominar nesse âmbito um enquadramento da

doutrina da situação irregular, cujo foco não é a afirmação dos direitos desse segmento como condição fundamental para o seu crescimento saudável, mas a ênfase na situação desviante experimentado por alguns.

A diversificação das fontes e o maior equilíbrio entre as várias instituições e organizações que atuam nas áreas objeto da pesquisa só serão obtidos quando as técnicas cognitivas de conteúdo operadas pelos jornalistas forem efetivamente problematizadas. Ou seja, é preciso que os próprios profissionais se apercebam das limitações hoje existentes na forma como interpretam os fatos no universo dos temas aqui abordados, e se disponham a um trabalho de reciclagem e atualização na área temática infância e adolescência. É esse discernimento inicial que vai evidenciar as deficiências da atual cobertura, que os levará a repensar e a desenvolver novas rotinas de trabalho, tão eficientes em volume mas também em qualidade das informações oferecidas a seus leitores e à sociedade de modo geral.

No entanto, esse movimento jamais será realizado apenas com a “boa vontade” dos jornalistas e das fontes, embora sejam estas, sem dúvida, imprescindíveis. É preciso efetivamente conhecer como funcionam as organizações que atuam nas questões relacionadas à violência e à aplicação das medidas sócio-educativas a fim de que se possa descobrir uma nova lógica de cobertura, identificar os problemas e como os atores envolvidos geram fatos potencialmente noticiáveis pelos jornais.

2) A imersão nos órgãos do SGDCA

O objetivo do trabalho é produzir uma etnografia das organizações que atuam no sistema de garantias dos direitos da criança e do adolescente, especificamente, o Juizado e a Defensoria Pública. A técnica etnográfica aplicada será a observação participante:

“um processo pelo qual mantém a presença de observador numa situação social com a finalidade de realizar uma investigação científica. O observador está em relação face-a-face com os observados e, ao participar da vida deles no seu cenário natural, colhe dados. Assim, o observador é parte do contexto sob observação, ao mesmo tempo modificando e sendo modificado por este contexto”. (Schwartz e Schwartz apud Cicourel, 1975, p. 89)

Na seqüência, será apresentada uma descrição sobre os procedimentos básicos em dois órgãos do Sistema de Garantia dos Direitos da Criança e do Adolescente: o Juizado e a defensoria pública. Neste momento, a presente pesquisa ainda não se

encontra totalmente concluída, por isso os relatos se atêm mais aos procedimentos que têm lugar nesses órgãos do que propriamente à abordagem das tensões que caracterizam esses ambientes, aspectos estes que podem fornecer pistas melhores a respeito de como a imprensa poderia cobrir essa área e também das dificuldades que certamente irá encontrar.

2.1) O Juizado

O juizado da 17ª Vara Cível é constituído em sua estrutura administrativa por dois órgãos. O gabinete judiciário, em que fica instalada a juíza, e o cartório judicial, onde são realizados todos os procedimentos determinados por ela. O gabinete é composto pela juíza e uma auxiliar. No cartório trabalham seis auxiliares administrativos, além do chefe do cartório.

É no cartório que são recebidos os documentos oriundos da Delegacia Especial de Proteção à Criança e ao Adolescente – DEPCA (autos de apreensão em flagrante de ato infracional, Boletim de Ocorrência Circunstanciado e depoimento do adolescente e testemunhas). O cartório os encaminha à juíza para que esta tome conhecimento dos casos e ela os devolve ao cartório para que dê vistas dos autos ao Ministério Público.

O representante do MP avalia a gravidade do ato infracional cometido pelo adolescente e poderá optar por três decisões: promover o arquivamento dos autos; conceder remissão (uma espécie de perdão ao adolescente) ou representar à autoridade judiciária para aplicação de medida socioeducativa.

Quando o promotor decide pelo arquivamento ou remissão¹⁰, os autos são remetidos à juíza para homologação da decisão. Nos casos em que o promotor decide representar o adolescente, ele propõe a aplicação de medida socioeducativa que se afigure mais adequada dentre as previstas no artigo 112 do ECA.

A juíza, acatando o que pede o MP, designa uma audiência de apresentação do adolescente. Os pais ou responsáveis desde são cientificados da representação e notificados a comparecer à audiência, acompanhados de advogado.

As audiências ocorrem as terças, quartas e quintas-feiras, à tarde. Na audiência de apresentação, mediante o comparecimento do adolescente e seus responsáveis, a juíza procede a oitiva dos mesmos. Quando o adolescente não possui condições de

¹⁰ No caso desta vara, o promotor não concede a remissão por conta própria, levando o caso também para a apreciação da juíza.

constituir um advogado, ela nomeia o defensor e designa uma data para a audiência de continuação. Nesta audiência a juíza solicita que o representado seja encaminhado ao Núcleo Técnico Operacional (NTO) para a elaboração de sumário social ou psicossocial.

Após a audiência de apresentação, a juíza solicita ao cartório que dê vistas dos autos ao defensor ou advogado. Eles têm três dias para oferecer a defesa prévia e solicitar que na audiência de continuação sejam ouvidas as testemunhas sugeridas por eles. Embora o prazo seja de três dias, no caso do defensor ele geralmente é estendido em virtude do grande número de procedimentos que recebe.

Antes de cada audiência, o cartório é encarregado de verificar se o adolescente encontra-se no Centro de Atendimento ao Menor (Cenam). Se estiver interno, a juíza solicita que na data marcada para a audiência a direção do Centro encaminhe o adolescente. Além disso, é feita uma consulta sobre a existência de atos infracionais já praticados pelo adolescente e a verificação de execução de medidas socioeducativas já aplicadas a ele.

Na audiência de continuação são ouvidas as testemunhas sugeridas pelo MP e pela defesa. O sumário produzido pelo Núcleo Técnico Operacional (NTO – sobre o qual serão acrescidas informações logo adiante) é anexado aos autos e o promotor e a defesa apresentam seus argumentos, sugerindo a medida socioeducativa a ser aplicada ao adolescente.

Posteriormente a todos esses procedimentos, a juíza dá a sua sentença. Para determinar a medida aplicada ela leva em conta a existência ou não de antecedentes, o suporte familiar e as condições pessoais do representado traçados no laudo social. Na sentença estão inclusas todas as alegações proferidas na audiência.

Se a medida aplicada for a internação, a juíza determina que o cartório notifique o Centro de Atendimento ao Menor (Cenam) para que ela seja colocada em prática. Nos casos de Liberdade Assistida, Prestação de Serviços à Comunidade e Semiliberdade, a juíza determina que o adolescente seja encaminhado a uma instituição e seja elaborado um relatório interprofissional do mesmo, a ser elaborado pela equipe técnica da instituição. Em todos os casos, o NTO é notificado sobre a medida socioeducativa aplicada.

Depois de cumprida a medida, o NTO comunica à juíza sobre o cumprimento. Faz-se vistas do processo à juíza e ao MP. Então, o MP pode sugerir a extinção do

processo cabendo à juíza a decisão. Caso decida pela extinção, comunica-se a decisão à defesa e ao NTO.

Quando um adolescente reside em um local diferente do juizado de direito da Comarca em que ele foi julgado, a juíza expede uma carta precatória comunicando ao juiz da Comarca em que ele residir para que seja executada a medida aplicada ao adolescente. Isso ocorre por dois motivos: a juíza não pode atuar fora de sua jurisdição e o adolescente deve cumprir a medida em uma instituição mais próxima de sua residência.

O Núcleo Técnico Operacional (NTO) é o órgão responsável por assessorar a 17ª Vara da Infância e da Juventude. Cabe a ele realizar estudos e perícias sociais/psicológicas a fim de elaborar laudos e relatórios sobre aspectos sociais, econômicos, culturais e emocionais relativos aos adolescentes em conflito com lei, que possam embasar a decisão a ser tomada pela juíza no que diz respeito à medida a ser aplicada.

É tarefa do NTO também realizar o monitoramento e avaliação das medidas em meio aberto (Liberdade Assistida e Prestação de Serviços à Comunidade), das restritivas de liberdade (Semi-liberdade e Internação) e das instituições responsáveis pelas execuções das referidas medidas.

As atribuições do núcleo são desenvolvidas em três momentos distintos que dizem respeito primeiramente à função julgadora, e, posteriormente à função executória e, por último, à função fiscalizadora.

A função julgadora consiste na produção de laudos e pareceres que possam subsidiar a decisão final da juíza. Lá ocorre a distribuição dos procedimentos judiciais, entre os técnicos do núcleo, encaminhados pelo cartório do juizado para a elaboração do sumário. Cada técnico estuda os procedimentos judiciais para montar um roteiro de entrevistas destinado à produção do sumário.

Após elaborar o roteiro, a assistente social e/ou psicóloga realiza as entrevistas com os adolescentes e familiares para a coleta de dados necessários à elaboração do estudo de caso. Os técnicos realizam também visitas domiciliares para a complementação de dados.

Nessas visitas, os técnicos buscam obter informações relacionadas à dinâmica familiar (local onde o adolescente mora, a situação desse ambiente), além do relacionamento entre os membros da residência. Nem todos os casos têm visitas, apenas aqueles que os técnicos julgarem necessário.

Alguns aspectos são levados em conta para a sugestão da medida socioeducativa feita pelo NTO. A escolarização (frequência do adolescente na escola), a capacidade da família em orientar o adolescente e a capacidade em colaborar com a execução são elementos fundamentais para que o Núcleo possa pedir uma medida mais grave ou leve ao adolescente.

Para o núcleo, o critério de sugestão de medidas não é o ato infracional em si, mas as razões que levaram o adolescente a cometê-lo. Busca-se estudar as razões para verificar qual medida o adolescente se enquadra.

Para a maior parte dos técnicos do Núcleo, não deve haver um direcionamento entre a gravidade do ato e o grau da medida a ser aplicada. Por exemplo, casos como estupro e homicídio, considerados graves, não devem ser vistos necessariamente como passíveis de internação (a medida restritiva de liberdade e considerada a mais pesada). É necessário, para os técnicos, verificar as circunstâncias em que o ato infracional foi cometido para só então sugerir a medida. Há técnicos que discordam da não aplicação do princípio do direcionamento nos casos mencionados.

Uma outra atribuição do Núcleo diz respeito à ação executória. Essa função consiste na distribuição dos procedimentos judiciais dentro da equipe técnica para definição do profissional que se responsabilizará pelo acompanhamento do adolescente na execução da medida aplicada.

Ao técnico cabe esclarecer o adolescente e sua família sobre os critérios para o cumprimento da medida. É função dele também discutir com a equipe a proposta de intervenção para cada caso e realizar visitas domiciliares para fins de avaliação do processo de intervenção e observação das condições de vida e relações familiares do adolescente.

Quando o adolescente termina de cumprir a medida, o técnico responsável pelo seu acompanhamento deve emitir um parecer avaliativo da evolução do caso e encaminhá-lo para a juíza. Este relatório deve sugerir o arquivamento, regressão ou continuidade da execução da medida.

A outra tarefa do núcleo diz respeito à avaliação e ao monitoramento das ações desenvolvidas pelas instituições que executam as medidas socioeducativas, tanto as de meio aberto quanto as restritivas de liberdade.

As medidas restritivas de liberdade vêm sendo implementadas pela Secretaria Estadual de Combate à Pobreza, da Assistência Social e do Trabalho, através da Fundação Renascer, em duas unidades: uma para abrigar adolescentes em semi-

liberdade, a Case (Comunidade de Ação Socioeducativa São Francisco de Assis) e outra para abrigar adolescentes em regime de internação, o Centro de Atendimento ao Menor - Cenam.

As medidas em meio aberto são implementadas na esfera do governo municipal, através da Secretaria Municipal de Ação Social. Os adolescentes geralmente as cumprem em unidades básicas de saúde.

2.2) A Defensoria Pública

À Defensoria Pública cabe a tarefa de realizar a defesa dos adolescentes impossibilitados de constituir advogado. Ela é composta, na 17ª Vara, por um defensor e uma estagiária que o auxilia nos procedimentos administrativos.

Nas etapas dos procedimentos judiciais, o defensor executa suas funções em três momentos. O primeiro, diz respeito à ciência dos procedimentos. Neste momento o defensor toma conhecimento de cada caso. Um segundo momento é a manifestação. Aqui o defensor, através de um documento, emite uma avaliação sobre a medida socioeducativa solicitada pelo Ministério Público para o adolescente autor de ato infracional. O defensor geralmente defende a progressão da pena.

A outra etapa consiste na alegação final. Na audiência de continuação, a juíza solicita que o defensor apresente suas alegações, momento este em que ele se posiciona sobre o caso e sugere a medida a ser aplicada ao adolescente, se achar que é o caso. A Defensoria busca em regra abrandar as medidas sugeridas pelo Ministério Público. Elas se aproximam daquelas sugeridas pelo Núcleo Técnico Operacional.

Quando o defensor público discorda da medida aplicada pela juíza, ele pode entrar com uma retratação de sentença requerendo que ela seja mudada. Na retratação, ele expõe os motivos pelos quais discorda da medida aplicada. Se a juíza não concordar com a retratação, o defensor pode entrar com um recurso de apelação.

3) Considerações finais

O primeiro aspecto destas considerações finais diz respeito a uma ressalva: trata-se de uma pesquisa que está em sua reta final, mas ainda não dispõe de todos os dados e variáveis necessárias para a produção de um relato que transcenda a descrição de procedimentos, conforme apresentado. No entanto, a apresentação desses resultados

parciais e principalmente a motivação metodológica que a orienta constitui passo importante para o debate sobre as contribuições e limites dessa experiência. E muito podem contribuir para o seu aperfeiçoamento nos desdobramentos que estão por acontecer, quando suas conclusões servirem de base para outras pesquisas da equipe que já estão em andamento..

Em relação ao mérito propriamente do que foi exposto, há que se considerar duas questões:

a) em relação à metodologia: o desafio apresentado por esta pesquisa é o de utilizar e observação participante como metodologia de pesquisa destinada a conhecer uma área temática de cobertura jornalística, capaz de identificar novas fontes (atores sociais), novos temas, novos problemas e novos fatos. Isso pode se dar tanto no âmbito de uma área temática nova quanto no de uma área temática já inserida nas rotinas jornalísticas. Neste segundo caso, o objetivo é atualizar os conhecimentos existentes.

b) em relação à inserção dos órgãos do SGDCA investigados na cobertura da imprensa: a percepção da violência no universo infanto-juvenil pelos órgãos investigados é diferenciada da percepção da violência sob a ótica policial. Essa visão de fundo diferenciada se caracteriza pelos seguintes aspectos que, se incorporados à cobertura jornalística da área, poderiam promover uma maior qualificação da cobertura, se considerados os parâmetros que a própria área impõe para sua correta interpretação:

b1) a observação permitiu constatar como é importante, tanto para a decisão da juíza quanto para a análise do Núcleo Técnico Operacional, alguns fatores que analisam o “ambiente” no qual o adolescente vive. Isso fica claro na utilização do “princípio do direcionamento”, a relação entre a gravidade do ato e a severidade da pena. Tal percepção, se considerada para efeito da cobertura jornalística, permite que o olhar se volte não apenas para o ato infracional cometido, mas para as circunstâncias em que foram realizadas. E como essas circunstâncias podem ou devem ser enfrentadas pelas autoridades a fim de minimizar os riscos de adolescentes se envolverem com a prática da violência.

b2) o domínio da terminologia adequada para os fatos envolvendo atos infracionais é essencial, primeiramente, para caracterizar adequadamente o fato objeto da cobertura. À diferença básica entre ato infracional (cometido por adolescente) e crime (praticado por adulto) acrescentam-se outras importantes, como a definição de medidas sócioeducativas e a forma de sua execução. Uma cobertura que seja capaz de dar conta desses aspectos não apenas se torna mais fiel aos fatos, como ajuda a informar a

sociedade melhor sobre um dos temas mais delicados atualmente, a violência, e especialmente, a violência no universo infanto-juvenil.

b3) na medida que o espaço físico de cobertura do tema violência no universo infanto-juvenil se expanda para além dos limites das delegacias, novas fontes aparecem com diferentes papéis. Se nas delegacias, as fontes estão movidas pela necessidade da investigação e identificação dos responsáveis, no ambiente do Judiciário, as fontes estão preocupadas, entre outros, com dois aspectos importantes: as circunstâncias nas quais o ato infracional foi praticado, portanto, mesmo que o adolescente seja seu autor confirmado, consideram-se os aspectos que o levaram a tal atitude; e o direito do contraditório, no qual o advogado e o defensor do acusado são encarregados de dar sua versão para o ocorrido.

Os três últimos aspectos considerados são fundamentais para a estruturação de uma nova técnica cognitiva, capaz de capacitar o jornalista a interpretar adequadamente os complexos fatos que envolvem a violência praticada por adolescentes. Sobretudo quando estes fatos exigem que se considere as diretrizes legais e éticas presentes em uma das mais modernas legislações e concepções acerca dos direitos e deveres dessa população, a saber, o Estatuto da Criança e do Adolescente.

Há que se considerar, no entanto, que os resultados aqui apresentados ainda são parciais e as conclusões obtidas também preservam esta condição. A convicção mais forte desta empreitada é que mesmo suas conclusões precisam ainda passar pelo menos por uma nova fase de pesquisa, aquela na qual possam ser sistematizadas em técnicas de reportagem a fim de se analisar se elas efetivamente poderão contribuir para a qualificação da cobertura na temática considerada.

Referências

ALTHEIDE, David. *Creating reality*. Beverly Hills: Sage, 1976.
CICOUREL, Aaron. “Teoria e Método em pesquisa de campo”. In BERREMAN et al. *Desvendando máscaras sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975. (p. 87-122)
FISHMAN, Mark. *Manufacturing the news*. Austin: University of Texas Press. 1980.
FRANCISCATO, Carlos Eduardo. “Jornalismo, Ciência e Senso Comum: contribuições do método científico para a reportagem jornalística”. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos em Jornalismo. XV Encontro nacional da Associação nacional de Programas de Pós Graduação (Compós). Bauru, junho de 2006.

- GANS, H. J. *Deciding what's news*. New York: Vintage Books, 1980.
- GUERRA, Josenildo Luiz. *O percurso interpretativo na produção da notícia*. Tese de Doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2003.(mimeo)
- Infância e Adolescência na Mídia 2003 – Bahia/Sergipe*. Salvador: Cipó Comunicação Interativa/Missão Criança Aracaju, 2004.
- NUNES, Brasilmar Ferreira. *Sociedade e infância no Brasil*. Brasília: Editora da UnB, 2003.
- PASTORELI, Ivanéa Maria. *Manual de imprensa e mídia do Estatuto da Criança e do Adolescente*. São Paulo: ABMP, 2001.
- PRADO, Carlos M. N. C. G. *A Polícia diante da infância e da juventude: infração e vitimização*. Rio de Janeiro: Instituto Carioca de Criminologia/Freitas Bastos, 2000.
- VERONESE, Josiane Rose Petry. *Os direitos da criança e do adolescente*. São Paulo: LTR, 1999.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Editorial Presença, 1992.

**Representações de gênero nas páginas policiais:
superficialidade e banalização da violência nos discursos dos jornais
*Gazeta do Povo e Diário dos Campos***

Karina Janz Woitowicz ¹

Resumo: Em meio ao excesso de informação e a ausência de profundidade que marcam o jornalismo contemporâneo, a presença das mulheres nas páginas policiais constitui um espaço valioso para a compreensão do modo como o jornalismo constitui cotidianamente as relações de gênero. Neste sentido, o presente trabalho busca levantar algumas referências para discutir a construção da violência a partir das páginas policiais dos jornais *Diário dos Campos* e *Gazeta do Povo*, desvendando algumas imagens de mulheres projetadas pelo discurso midiático. Assim, entre o silenciamento, a banalização e a estigmatização das mulheres, os jornais vão tecendo a realidade social e, ao mesmo tempo, fortalecendo estereótipos e valores em torno das questões de gênero.

Palavras-chave: produção jornalística; violência; jornalismo impresso; estudos de gênero.

Em tempos de plena banalização da violência, as palavras de Martin Luther King Jr soam absolutamente oportunas: “não é a violência de poucos que me assusta, mas o silêncio de muitos”. Entre o silenciamento e a estigmatização das mulheres, os discursos e as práticas sociais vão tecendo as representações da realidade e, ao mesmo tempo, fortalecendo estereótipos e valores em torno das questões de gênero. Neste contexto, pensar as desigualdades das relações de gênero, a partir da temática da violência, exige, antes de tudo, um comprometimento com a noção de cidadania, uma vez que as condições de

¹ Jornalista, professora do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa/PR, doutoranda do Programa Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina.

igualdade e a aceitação das diferenças entre homens e mulheres têm origem secular e ainda figuram como sonhos distantes.

Em meio a este processo de luta pela cidadania, é inegável reconhecer que, entre os diversos momentos que marcaram as conquistas das mulheres em diferentes países, a ação do movimento feminista tornou-se fundamental. Contudo, vale destacar que não há uma forma consensual de compreender o movimento, uma vez que diferentes vertentes ideológicas e lutas dirigidas demarcam sua presença.

Entre as diversas bandeiras levantadas pelo movimento feminista, que se organiza no Brasil a partir da ação de grupos de diferentes vertentes, nos anos 1970, a questão da violência contra a mulher passa a ocupar um importante destaque, rompendo com décadas de silenciamento em torno da exploração sexual e da violência doméstica. Segundo as teorias de orientação feminista marxista, na base da relação entre capitalismo e patriarcado está o uso da violência como forma de garantir a dominação masculina.² Nesta abordagem, a opressão e a subordinação das mulheres seria consequência de um sistema social e político que estabelece a relação entre dominantes e dominados a partir das categorias de classe e sexo.

A violência contra a mulher é uma temática do movimento feminista dos anos 1980, quando surgem delegacias de mulheres e atendimento diferenciado para mulheres vítimas de agressões físicas e violência psicológica. Campanhas como “quem ama não mata” trouxeram o tema para o debate público. Segundo Miriam Pillar Grossi,

“A categoria “violência contra a mulher”, hoje de grande aceção em todo o Brasil, passa a fazer parte do senso comum a partir de mobilizações feministas contra o assassinato de mulheres “por amor” e “em defesa da honra” no final dos anos 70. Lutas que se ampliarão, no início dos anos 80, para a denúncia do espancamento e dos maus tratos conjugais, impulsionando a criação dos serviços de atendimento a mulheres “vítimas de violência”, os grupos SOS Mulher e, posteriormente, pela criação, por parte do Estado, de Delegacias Especiais de Atendimento às Mulheres.” (1998, p. 296)

A partir destas ações, que começaram a dar visibilidade às agressões que aconteciam no espaço público e privado, o tema da violência contra a mulher virou praticamente sinônimo de violência doméstica. No entanto, apesar das inúmeras campanhas sobre a violência, as estatísticas continuam a aumentar, revelando um cenário que soma

² Pierre Bourdieu aborda a história das mulheres a partir da dominação masculina, reconhecendo a existência de dominantes e dominados.

cada vez mais vítimas, a grande maioria formada por mulheres. Com isso, reforça-se uma representação de gênero que costuma tomar como símbolo de virilidade a agressividade masculina, ao mesmo tempo em que preserva a condição de vítima atribuída às mulheres.

Esta é, basicamente, a abordagem apresentada neste ensaio, que busca nas páginas policiais dos jornais *Diário dos Campos* e *Gazeta do Povo*³, durante o mês de março de 2006, a presença de mulheres como vítimas e como sujeitos da violência, assim como referências acerca das representações de gênero que se insinuam e criam redes de significados nos discursos jornalísticos.

Nos limites deste artigo, pretende-se apresentar inicialmente a abordagem de gênero e a sua relação com os discursos jornalísticos, seguindo com observações baseadas na cobertura dos referidos jornais sobre temas que articulam violência e mulher, sob diversos enfoques. Assim, busca-se algumas pistas para compreender a presença da violência na sociedade contemporânea e a construção das relações de gênero a partir dos textos jornalísticos, oscilando entre o sensacionalismo e a banalização do real.

Para complicar o debate sobre gênero, mídia e violência

O movimento feminista, a partir dos anos 1980, reforçava a idéia de que as diferenças que se constatavam nos comportamentos e no estabelecimento de papéis sociais de homens e mulheres não eram dependentes do “sexo” (no sentido biológico), mas definidas pelo gênero e, portanto, ligadas à cultura. No paradigma de gênero, pensa-se em representações de gênero (masculinidades e feminilidades), em que tais atribuições podem assumir identidades flutuantes. Trata-se de uma abordagem que critica o determinismo científico, que compreende o indivíduo a partir do corpo biológico, e aborda o gênero como construção histórico-social e, portanto, sujeita a oscilações e movimentos.

Na perspectiva de Joan Scott, que inspirou as primeiras abordagens sobre estudos de gênero no Brasil, o conceito pode ser entendido como parte da diferença sexual, reconhecendo assim uma multiplicidade de causas para a desigualdade de gênero: “Gênero é um elemento constitutivo das relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas

³ A escolha pelo jornal *Diário dos Campos* deu-se por ser o de maior circulação e maior qualidade técnica e profissional em Ponta Grossa. Já a *Gazeta do Povo* foi escolhida por sua cobertura estadual, bem como pela circulação no Paraná. O *DC* publica uma editoria de Policial diariamente, enquanto na *GP* as matérias policiais encontram-se diluídas em outras editorias, como Estadual, utilizando recursos como o ‘chapéu’ para identificar tais assuntos. O período da amostragem, março de 2006, é apenas ilustrativo da discussão aqui apresentada.

entre os sexos, e o gênero é um primeiro modo de dar significado às relações de poder.” (1990, p. 14)

Ao entender a noção de gênero como um modo de dar significado às relações de poder, Scott permite um interessante diálogo com Michel Foucault, para quem a sexualidade é percebida como um objeto não natural, e sim historicamente construído. Em “A história da sexualidade”⁴, o filósofo assim descreve as relações de poder: “O poder não é algo que se adquira, arrebate ou compartilhe, algo que se guarde ou deixe escapar; o poder se exerce a partir de inúmeros pontos e em meio a relações desiguais e móveis.” (vol. 1, 2005, p. 89-90)

Desse modo, compreendendo que as significações de gênero e poder se constituem reciprocamente, o discurso sobre o sexo apresenta-se em um campo de correlação de forças. Neste campo, a produção da sexualidade é tomada por Foucault como um dispositivo histórico que inclui a estimulação dos corpos, a intensificação dos prazeres, a incitação aos discursos, a formação dos conhecimentos e o reforço dos controles e das resistências.⁵

Assim, se as diferenças de gênero são constituídas a partir de representações sociais, os discursos da mídia tornam-se espaços privilegiados para a constituição de valores e para a reprodução de consensos. Sabe-se que a construção de um imaginário inferiorizado em torno da mulher e de atribuições características de ‘ser mulher’ e de ‘ser homem’ dá-se não apenas através dos discursos das instituições tradicionais e dos campos consagrados de saber e poder, para utilizar as expressões de Foucault, mas também pelos discursos da mídia, em sua prática constante de produção da realidade.

Os textos de um jornal, ao tratarem a violência ora de modo sensacionalista, ora de forma banalizada, estão criando representações de gênero que repercutem, direta ou

⁴ Os três livros de Foucault sobre a história da sexualidade, escritos em 1976, tratam das relações de poder nos discursos sobre o sexo. O volume 1, “A vontade de saber”, aborda o “homem do desejo”, desde a Antigüidade até os primeiros séculos do cristianismo. O volume 2, “O uso dos prazeres”, trata da forma como a atividade sexual foi problematizada por filósofos e gregos, na cultura grega clássica do século IV a.C. Já o volume 3, “O cuidado de si”, traz uma problematização da atividade sexual nos textos gregos e latinos dos dois primeiros séculos da nossa era.

⁵ Em abordagem semelhante, Joan Scott observa, em entrevista publicada na revista *Estudos Feministas*: “Quando falo de gênero, quero referir-me ao discurso da diferença dos sexos. Ele não se refere apenas às idéias, mas também às instituições, às estruturas, às práticas quotidianas, como também aos rituais e a tudo que constitui as relações sociais. O discurso é um instrumento de ordenação do mundo, e mesmo não sendo anterior à organização social, ele é inseparável desta. Portanto, o gênero é a organização social da diferença sexual.” (1998, p. 115)

indiretamente, na sociedade. Na maioria das vezes, por estarem imersos em um sistema hegemônico de valores e representações, os veículos acabam por reproduzir o chamado sistema heterossocial, conforme abordagem de Watremez, em que a violência é tida como essencialmente masculina.⁶

Nesta perspectiva de um modelo heterossocial, os textos dos jornais *Diário dos Campos* e *Gazeta do Povo* podem ser compreendidos como um espaço de construção das relações de gênero, ao tecerem imagens sobre as mulheres que as apagam de um contexto mais amplo de desigualdades.

Ao tomar os jornais como construtores de discursos sociais, procura-se mostrar como se estabelece a relação entre o acontecimento e a discursivização do real no trabalho periodístico, procurando apreender nos processos comunicacionais a mediação e a mediatização de fatos. É importante lembrar que esta abordagem dos discursos jornalísticos não implica na aceitação da idéia de que a imprensa estaria agindo de modo absolutamente consensual, ignorando as contradições que se manifestam em meio à disputa de sentidos no espaço simbólico do jornal. Trata-se, ao contrário, da busca de regularidades que permitem compreender o processo de instituição dos acontecimentos como base para a constituição de uma visão hegemônica sobre as representações de gênero.

Para realizar uma análise de textos veiculados na imprensa sobre o referido tema, tomaremos como base algumas noções sobre o jornalismo⁷ e a construção da realidade cotidiana, a fim de perceber de que maneira a violência é tratada pelos jornais. Trata-se, assim, de considerar o trabalho com as notícias como parte de um processo de produção de representações e significados, marcado por interferências da empresa jornalística, do

⁶ No texto de Vanessa Watremez, “Ampliação do quadro de análise feminista da violência doméstica masculina através do estudo da violência nas relações lesbianas”, a autora explica o sistema heterossocial como um mecanismo de condicionamento da normalidade que se impõe como natural, definindo valores e comportamentos:

“O sistema heterossocial define e estrutura a sociedade segundo princípios e normas que lhe são próprias. Para compreendê-lo, é preciso levar em conta que a divisão social de gênero (feminino/masculino), engendradora das relações dominantes/dominados não teria sentido senão em um sistema que a produz. A divisão social do sexo, assim, é construída em função da divisão heterossexual do trabalho de reprodução. Desta forma, podemos qualificar o sistema heterossocial como sendo aquele que produz o gênero, para construir e naturalizar por sua vez o sexo – produzindo categorias binárias mulher/homem, homossexualidade/heterossexualidade. Repousa sobre a bi-categorização e a bi-partição e é constitutivo da única norma possível.” (2002, p. 08)

⁷ Estão sendo considerados neste texto os estudos de Nelson Traquina e Miquel Rodrigo Alsina, em suas abordagens sobre o funcionamento e o processo produtivo dos media noticiosos.

contexto específico em que uma notícia atua e dos poderes que orientam a angulação dos fatos.

Mulheres vítimas da violência na pauta dos jornais

Folhear um jornal, assim como acompanhar notícias de rádio, tv e internet, são oportunidades para constatar a presença da violência no cotidiano das mulheres. No caso deste ensaio, durante um mês de acompanhamento sistemático dos referidos jornais, na maioria das matérias a mulher aparece como vítima da violência, em suas mais diversas expressões. Segundo Saffioti, “a violência contra mulheres sempre existiu no Brasil. Aliás, é um fenômeno mundial, que independe da riqueza e do grau de desenvolvimento da nação, do nível de escolaridade dos envolvidos, do tipo de cultura – ocidental ou oriental -, da religião dominante, etc.” (2004, p. 54)

Dados recentes sobre a violência contra a mulher, obtidos através da pesquisa de opinião pública sobre a mulher brasileira nos espaços público e privado, realizada pela Fundação Perseu Abramo em 2001⁸, oferecem importantes elementos para contextualizar este problema e entender em que universo os discursos dos jornais se inserem.

Segundo a pesquisa, “a maioria das mulheres brasileiras convive bem com sua condição feminina, tem consciência das conquistas obtidas (direito ao trabalho e à autonomia social), mas reclama do peso da dupla jornada e reivindica o fim das discriminações, seja no mercado de trabalho, seja sob a forma da violência”. Neste último caso, quando se trata de discutir o tema da violência, os dados revelam uma dura realidade:

“Falando espontaneamente, 19% das entrevistadas declararam ter sofrido alguma modalidade de violência perpetrada por algum homem. Destas, 16% narram casos de violência física, 2% lembraram de ter sofrido violência psicológica; e 1% de ter sido vítima de assédio sexual. A coisa muda de figura quando as mulheres são estimuladas pela menção de diferentes tipos de violência: 43% afirmaram ter sido vítimas de alguma forma deste fenômeno. Um terço (33%) referiu-se a episódios de violência física; 24% alegaram ter tido seu direito de ir e vir cerceado, sob a ameaça de uma arma. As agressões propriamente ditas foram confirmadas por 22% das mulheres; 13% tendo sofrido estupro conjugal ou outra forma de abuso sexual; 27%, violências psíquicas; e 11% assédio sexual.” (2004, p. 55)

⁸ Para a pesquisa sobre desigualdades de gênero, foram realizadas 2.502 entrevistas estratificadas em cotas de idade e em áreas urbana e rural, distribuídas geograficamente nas 5 macrorregiões do País em 2001. Os dados foram divulgados no livro “A mulher brasileira nos espaços público e privado” (2004).

Outro dado importante observado pela pesquisa é que em quase todos os casos de violência, mais da metade das mulheres não pede ajuda. Os casos de denúncia pública são bem mais raros, ocorrendo principalmente diante da ameaça à integridade física por arma de fogo (31%), espancamento com marcas, fraturas ou cortes (21%) e ameaças de espancamento à própria mulher ou aos filhos (19%). O órgão público mais utilizado para denúncias é a delegacia de polícia. A Delegacia da Mulher é a mais utilizada nos casos de agressão, mas ainda assim por um pequeno índice de mulheres (apenas 5%).

Também alarmante é a projeção realizada para a população, que indica que. “6,8 milhões de mulheres (11%), dentre as brasileiras vivas, já sofreram, no mínimo, um espancamento. Se o ano de 2001 for semelhante aos demais, anteriores ou posteriores, têm-se 2,1 milhões de mulheres espancadas por ano no Brasil. (...) Disto resulta uma mulher espancada a cada 15 segundos.” (2004, p. 55-56)

Neste contexto, as ocorrências de violência contra a mulher nos textos dos jornais⁹ não desmentem esta realidade opressora. Assuntos como assassinatos de mulheres, abuso sexual, estupro e outros crimes aparecem nas páginas dos jornais, algumas vezes sob um tratamento emotivo.¹⁰ É o caso da matéria “Mãe encontra filha morta no matagal” (GP, 18 de março de 2006):

“A dona de casa Adélia Fátima Ribeiro acordou na manhã de ontem e estranhou a sumiço da filha, que saiu de casa, no Tatuquara, em Curitiba, às 18 horas do dia anterior. Preocupada, em companhia dos dois filhos menores, foi procurar pela adolescente de 13 anos. A alguns metros de casa, no início de um matagal, uma das crianças pergunta: “Mãe, não é o tênis da Diuly?”. Adélia entra no mato e logo avista o corpo da filha. Ela estava amarrada, seminua e estrangulada com a própria calça. “Ela saiu de casa com o namorado”, afirma a mãe. Segundo ela, o adolescente era violento e já havia batido em Diuly diversas vezes, chegando até a machucá-la com uma faca. “Ontem eu encontrei ele, que me disse que minha filha não voltaria inteira para casa”, relata. De acordo com a polícia, o namorado informou que o casal discutiu e os dois se separaram, ficando a menina em companhia de outros adolescentes.”

⁹ Interessante notar que a estrutura do texto jornalístico nas páginas policiais nem sempre segue o tradicional padrão da notícia no formato de lead e pirâmide invertida. A abordagem cronológica, característica dos textos das primeiras décadas do século XX, costuma ser utilizada como modo de ‘contar histórias’, conforme perspectiva de Gaye Tuchmann.

¹⁰ Ao recuperar alguns dados sobre a menina assassinada, o jornal traz as seguintes referências: “Diuly cursava a 6ª série do Colégio Estadual Monteiro Lobato e era vista como uma menina explosiva, porém, boa e meiga. (...) Fã de Punk Rock, Diuly adorava o irmão mais novo e sonhava em estudar para arrumar um bom emprego, pagar a faculdade de Veterinária, casar e ter uma casa melhor, na qual pudesse morar com o irmão.”

O relato linear, reconstituindo os momentos em que a mãe encontra a filha morta, ‘humaniza’ a personagem que, apesar da pouca idade, já sofria com a violência, tornando-a vítima fatal de um relacionamento. Caso semelhante é relatado na matéria “Rapaz mata a mulher por estrangulamento” (*DC*, 23 de março de 2006), em que o ciúme é apresentado como justificativa para a morte de uma mulher:

“Menos duas horas depois do corpo de Paola Schiminovski, 20, ter sido encontrado, a Polícia Civil localizou e prendeu o principal suspeito do crime. Paulo Heitor Trizotto Sikorski, 24, marido da garota, foi levado à 13ª SDP e interrogado pelos policiais da Seção de Investigações e Capturas. Alegou que matou-a pela desconfiança de que estava sendo traído.

O corpo de Paola foi encontrado por volta das 14 horas dessa quinta-feira (...). A garota estava com a calça abaixada e a blusa aberta. De acordo com o sargento Marcondes, da PM, ela foi estrangulada com um cordão.

Paulo não quis dar declarações ao DC. Mas aos policiais ele assumiu o crime. Disse que ao amanhecer de terça-feira Paola chegou em casa com uma marca no pescoço, fato que motivou uma discussão. Durante o bate-boca ela teria revelado ao marido que estaria se relacionando com outro homem, que não o amava e que o deixaria.”

Além destes episódios, a violência sexual é pauta não rara nos jornais, muitas vezes envolvendo crianças e adolescentes. As matérias que seguem procuram reconstituir os atos de violência, mostrando a representatividade do sexo nos crimes contra as mulheres. A matéria “Vidro embaçado delata abuso sexual de menina” (*GP*, 29 de março de 2006), que conta com ilustração em três quadros, mostra como se deu a prisão do motorista preso em ato libidinoso com uma criança de 10 anos:

“A prisão em flagrante do motorista de ônibus Anézio Sereia, de 54 anos, desencadeou um processo de investigação que já identificou pelo menos três crianças vítimas de abuso sexual em Curitiba. Duas meninas de 10 e 11 anos já foram ouvidas pelo Núcleo de Proteção à Criança Vítima de Crime (NUCRIA) e, hoje, um garoto de 11 anos também deve fornecer mais informações. O motorista foi surpreendido por policiais militares no início da noite de segunda-feira, quando obrigava Priscila (nome fictício), 10 anos, a manter ato libidinoso dentro do próprio veículo.

Os vidros embaçados do Gol prata, placa AKA-3461, chamaram a atenção dos policiais que faziam ronda na Rua Eduardo Pinto da Rocha, local afastado e pouco movimentado no bairro Alto Boqueirão. Ao fazer a abordagem do veículo, os policiais depararam-se com uma cena que certamente não teriam imaginado. O motorista foi encontrado seminu, acompanhado de uma criança. Os dois foram encaminhados ao Nucleia.”

A matéria informa que as três crianças são de famílias de classe média-baixa e moram no Bairro Novo. No entanto, a falta de contextualização em relação aos crimes envolvendo assédio e violência sexual com crianças faz com que a matéria deixe de discutir

o assunto, reduzindo-se a mais uma ocorrência policial, embora mais inusitada, dadas as circunstâncias em que se deu a apreensão do motorista.

Outra matéria sobre estupro, sob o título “Detido acusado de estupro cinco adolescentes” (*GP*, 23 de março de 2006), também relata a prisão de um homem, detido em Foz do Iguaçu. A frequência com que esta pauta aparece nos jornais revela o quanto a violência sexual tornou-se banalizada.

“O Núcleo de Proteção à Criança Víctima de Crime (NUCRIA) prendeu ontem, em Santa Terezinha do Iguaçu, Oeste do Paraná, um homem de 34 anos, acusado de pelo menos cinco estupros. (...) Cinco vítimas já se apresentaram à polícia: duas adolescentes e três mulheres. A delegada acredita que, com a divulgação da foto do acusado, outras vítimas podem aparecer, embora, segundo os relatos, ele agisse com um pano da cabeça para não ser identificado. (...) O acusado está preso na cadeia pública de Foz do Iguaçu e deve responder por estupro e atentado violento ao pudor.”

Já a matéria “Porteiro é acusado de estupro adolescente” (*DC*, 19 e 20 de março de 2006) ameniza o ato de violência ao colocar em dúvida o testemunho da adolescente que denunciou o caso, trazendo as versões da vítima e do agressor.

“Um rapaz de 23 anos foi preso ao amanhecer de ontem, quando andava às margens da Rodovia do Café – perto do viaduto do Núcleo Santa Paula -, acusado de estupro uma garota de 16 anos. Ele nega o crime e afirma que é vítima de uma armação. A jovem sustenta a acusação.

De acordo com a Polícia Militar, o acusado trabalha de porteiro de uma boate e teria agarrado a menina pelas costas por volta das 6 horas da manhã: em seguida levou-a para o quarto. Ficou com a menina aproximadamente 30 minutos e depois deixou-a ir embora.

Ele declara inocência. (...) Na delegacia, a menina declarou que passou a noite na casa de uma tia e que retornava para casa dos pais, na Vila Raquel, quando foi agarrada próximo ao local de trabalho do rapaz.”

Todas as matérias, ao revelarem algumas faces da violência de gênero, demonstram a pertinência do tema para o debate público, ao mesmo tempo em que apresentam traços de um discurso essencialmente masculinizado, em que os sujeitos da opressão são principalmente os homens. Além disso, ao simplesmente relatar os fatos, muitas vezes recaindo em abordagens próximas ao sensacionalismo, baseados no consagrado critério de noticiabilidade conhecido como “interesse humano”, os textos acabam por construir personagens descontextualizados de um cenário de opressão e violência que marca a sociedade contemporânea.

Mulheres, de vítimas para sujeitos da violência

Embora os discursos sociais costumem naturalizar a idéia de violência como masculina, na perspectiva de alguns estudos de gênero, a violência é entendida como construção histórico-cultural que não acontece sempre de forma unidirecional (do homem para a mulher). Assim, a violência torna-se relacional e não diretamente ligada ao sexo, podendo haver o que Miriam Grossi denomina de ‘circulação de poder’ em uma relação. Para ela, “uma das novas formas de entender a violência doméstica sugere que a violência seja uma linguagem que estrutura o contrato conjugal de muitos casais”. (1998, p. 304)

A perspectiva essencialista e naturalizante que comporta a idéia da violência masculina é criticada por Watremez em seu estudo sobre a violência nas relações lesbianas, quando observa que não se pode excluir a realidade das mulheres atoras de violência. Sobre o estereótipo da não-violência feminina, a autora observa:

“O sistema heterossocial funciona através de uma complementaridade hierárquica entre as mulheres e os homens e é deste modo que as mulheres seriam destituídas de violência: seriam naturalmente doces, gentis, dóceis. Isto contribui à invisibilidade e ao tabu que existe em torno desta problemática. Transgredir este tabu leva-nos a desconstruir o estereótipo da não-violência feminina (suporte desta hierarquização) e a levar em conta as diferenças entre as mulheres.” (2002, p. 10)

Assim, mesmo que na grande maioria das vezes as mulheres sejam vítimas da violência, principalmente doméstica (conforme revelam os dados apresentados anteriormente), como sujeito social ela também pode ser praticante de violência. Nos textos dos jornais *Diário dos Campos* e *Gazeta do Povo*, dois assuntos envolvendo mulheres foram pautados: o primeiro deles, do dia 11 de março de 2006, refere-se à prisão da diretora do Lar das Meninas em Piraí do Sul, Alegria Ortega (70 anos, 30 à frente da instituição), e da funcionária Autora Cortes, após investigação policial e denúncia do Ministério Público sobre agressões e irregularidades. Na *GP*, o assunto foi desdobrado em três matérias (“Diretora de abrigo é acusada de tortura”, “Meninas chegavam e saíam da Casa Lar sem autorização judicial” e “Alegria é inocente, afirma advogado”), com certo tom emotivo, trazendo o depoimento de uma ex-interna que foi torturada e retirada de sua filha (neste caso, vítima da violência promovida por mulheres) e os argumentos do advogado de defesa da acusada. No *DC* o assunto foi tratado em uma matéria mais informativa, intitulada

“Acusação de tortura leva mulheres à prisão – Duas senhoras, de 61 e de 70 anos, foram presas ontem em Piraí e encaminhadas a PG”, curiosamente na editoria de Cidades.

“As cicatrizes que a passagem de Joana, 18 anos completados na quinta-feira, pelo Lar das Meninas Odicena Vargas não está somente no rosto e nas costas. As marcas ficaram na alma pelos quatro anos de ausência da filha, tomada de seus braços ainda recém-nascida. Na quarta-feira, finalmente ela pôde ter em seu colo a menina, que tinha apagado da memória as feições da mãe.” (*GP*, 11 de março de 2006)

“A coordenação nacional do Exército da Salvação, movimento internacional de assistência social ligado à igreja cristã, vai abrir sindicância interna para apurar as denúncias apresentadas pelo Ministério Público. Na próxima semana, a equipe jurídica da instituição chega a Piraí do Sul para investigar o caso. De acordo com o advogado do Exército da Salvação, Marcos Biasioli, em 58 anos, nunca houve suspeitas de irregularidades na instituição, presente em mais de 40 cidades do Brasil.

A prisão e o suposto envolvimento de Alegria Ortega no crime de tortura contra internas, desvio de recursos e irregularidades nos internamentos, conforme a denúncia do Ministério Público, chocou a cidade. A diretora está à frente da instituição há 30 anos e é uma pessoa respeitada na cidade.” (*GP*, 11 de março de 2006)

“Estão presas desde a noite de ontem na sala reservada da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) na 13ª Subdivisão Policial de Ponta Grossa as acusadas de prática de tortura em Piraí do Sul, Aurora Cortez, 61, e Alegria Ortega, 70. Elas foram detidas em mandado de prisão preventiva expedida pelo Fórum de Piraí do Sul por denúncias de tortura no Lar de Meninas Odicena Vargas.” (*DC*, 11 de março de 2006)

O fato de o caso envolver mulheres e ainda com idade avançada parece romper a lógica das páginas essencialmente masculinas dos jornais. Ilustrativo disso é o destaque dado nas matérias à idade das mulheres e ao respeito que tinham na cidade, de tal modo que se pode dizer que o crime chocou não apenas pela sua gravidade, mas por envolver mulheres de uma instituição social.

Já o segundo assunto, que foi pautado apenas no *DC*, relaciona figuras femininas ao crime de enganar pessoas prometendo a cura e a resolução de problemas pessoais. Sob o título “Lábia, a arma dos trapaceiros – No mundo da interatividade, malandros ganham a vida à custa da ingenuidade das pessoas”, a matéria explora relatos de pessoas que foram enganadas e perderam dinheiro e bens.

“C.B. faz parte do círculo de pessoas que, por descrente na medicina, recorrem à cura alternativa e acabam sendo enganadas pelas curandeiras, benzedoras e os “trapaceiros” de plantão.” (*DC*, 26 e 27 de março de 2006)

Percebe-se, ao longo do texto, que a identificação destes crimes com mulheres está sempre presente, pois as expressões “curandeiras” e “benzedoras”, no feminino,

classificam e impedem que estas atividades sejam pensadas no masculino. É evidente que o imaginário social está bastante marcado por um lado místico mais associado às mulheres, mas sabe-se que não são poucos os videntes, cartomantes, astrólogos, etc, que praticam estas atividades. No segundo texto, “Cigana leva R\$ 22 mil de administrador”, a denominação volta a ocupar papel importante, pois além de reforçar a construção feminina das videntes, como no exemplo anterior, constrói estereótipos ao trabalhar uma identidade negativa para o termo “cigana”.

“Formado em Administração pela UEPG, o funcionário público C.C.P., 28, perde algumas horas do dia para procurar a cigana que pegou R\$ 22 mil da poupança dele. (...) C.C.P. conta que tinha acabado de sair do Hospital Santa Casa de Misericórdia e cabisbaixo andava em direção à Praça Barão de Guaraúna quando a cigana o parou. “Ela disse que era vidente e que percebeu que eu estava triste e que tinha problemas sérios para resolver. Ficou falando no meu ouvido bastante tempo e fez uma lavagem cerebral. Confesso que acabei acreditando nela”, relata.

Ele entregou 22 mil a ela, que deveriam ser benzidos para que o caso de alcoolismo do seu pai tivesse solução. Esse dinheiro teria que passar a noite em poder dela.

Os policiais, de acordo com a autoridade policial, realizaram buscas em três acampamentos ciganos, passando também pelos escritórios de astrólogas e cartomantes.” (DC, 26 e 27 de março de 2006)

Através destes exemplos, foi possível observar o modo como se projetam representações das mulheres nas páginas dos jornais, quando o assunto é criminalidade. Entre um tratamento estereotipado e o reforço a valores e comportamentos tidos como ‘femininos’, os discursos jornalísticos vão tecendo mecanismos de diferenciação entre feminilidades e masculinidades.

Masculino e feminino nas páginas policiais

Além de matérias envolvendo mulheres como vítimas da violência e praticantes de crimes, os jornais também possibilitam um olhar sobre a construção dos gêneros, pois acabam por projetar características historicamente entendidas como ‘masculinas’ e ‘femininas’. Na última parte deste texto, algumas matérias publicadas nas páginas policiais do *Diário dos Campos* ilustram esta observação, permitindo compreender o processo de construção de sentidos promovido pelo discurso jornalístico.

A matéria “‘O inferno é aqui’ – Cadeião abriga 250, tem vários adjetivos e uma única realidade: é o pior dos lugares” (DC, 05 e 06 de março de 2006), assim retrata o cotidiano na prisão, mesclando impressões e adjetivos diversos:

“Ante-sala do capeta, palácio das aflições, caldeirão do diabo, faculdade do crime e porta do inferno. O maior presídio dos Campos Gerais, o Cadeião do Santa Maria, na zona sul da cidade, tem inúmeros adjetivos, uma comunidade de 250 criminosos, leis próprias e uma única realidade: é o pior dos lugares. Homens enfurecidos buscam o respeito através da força, burlam o sistema, desafiam a justiça e com frequência submetem ao castigo quem ousa a desrespeitá-los. Espancam e matam. A intolerância é grande. Os mais fracos sofrem todo o tipo de violência. A situação é desumana. Quem dele sai vivo carrega no corpo ou na alma marcas que jamais desaparecerão.

(...) No cadeião, homens acusados de crime sexual são mantidos em celas isoladas. São conhecidos como “Duques” e podem ser torturados e mortos por outros presos. (...) Quem se aventura a freqüentar galerias e celas corre o risco de sofrer violência sexual, veste minissaia e usa maquiagem. Lava roupas, varre chão e faz comida.”

Enquanto nesta matéria os presos contam que as pessoas que praticaram crimes sexuais tornam-se vítimas de violência sexual, assumindo papéis ‘femininos’ nos modos de vestir e nas obrigações domésticas, a matéria “Profissão Perigo – Quem são as pessoas que saem para trabalhar e não sabem se voltam vivas para casa” (*DC*, 12 e 13 de março de 2006) faz uma verdadeira apologia à coragem e à bravura dos policiais. Outro texto, “Profissões diferentes, uma mesma realidade”, menciona casos de violência envolvendo um frentista, um advogado e um motorista de ônibus, mas o enfoque da pauta “profissões de risco” está voltados aos policiais militares, trazendo diversos relatos de operações em que ameaças e atos de violência fizeram parte das atividades destes homens (pois não aparecem policiais mulheres, que ainda são minoria).

“Os policiais civis desenvolvem uma atividade estressante, convivem com o alto risco, a maioria recebe salários baixos e todos estão sujeitos ao regime de plantão, que, segundo a sociologia do trabalho, pode afetar a vida pessoal de cada um. Enquanto o professor possui como instrumento de trabalho a voz e os recursos audiovisuais disponíveis numa escola, o policial enfrenta situações de perigo e seu instrumento de trabalho é a arma. Tem como atribuição proteger o cidadão, mas o exercício da profissão pode lhe causar a morte involuntária.”

“Os policiais militares linha de frente do trabalho são os mais expostos aos efeitos danosos da atividade. Muitos são feridos e alguns voltam dentro do caixão para casa, situação que reforça o perigo da profissão. Três deles foram imortalizados pelos companheiros de profissão e sempre são lembrados quando a história tem como principal enfoque a bravura. Os sargentos Francisco Arisílvia Ferreira e Waldemar Teodoro, além do soldado Douglas Valentim, morreram em confronto com bandidos.”

Com o título “A morte no caminho de três homens”, este último texto recupera três histórias: de Ferreira, que morreu em 1995 ao salvar uma moça, feita refém de um criminoso, e levou um tiro na cabeça; Teodoro, que em 1997 levou um tiro no peito ao

tentar impedir a fuga de 43 presos no cadeiaão do Santa Maria¹¹; e Valentim, que em 2001 foi atingido por uma bala em um assalto na Agência Unibanco. Sobre este último, o relato do comandante do batalhão, Ildemar Margraf, dá o tom de bravura proposto na matéria: “É mais um mártir que dá a vida em defesa da sociedade ponta-grossense. Não há palavras suficientes para expressar o que nós policiais sentimos diante da morte de um companheiro que tomba em batalha. Douglas se soma ao rol de policiais militares que deram a vida em prol da Segurança Pública, de forma heróica”.

Assim como a violência se esboça como característica masculina, a bravura e a coragem figuram nestas matérias como formas de reforçar traços de polarização entre um universo masculino e um feminino, entre atitudes ativas e passivas, entre um mundo social e um doméstico. Ao projetar estas representações, o discurso jornalístico atua na construção cotidiana de valores e comportamentos marcados por visões hegemônicas já rotuladas, estabelecendo mecanismos de diferenciação de gênero.

Neste sentido, é importante lembrar, com Cristina Scheibe Wolff, que é preciso repensar a maneira de compreender a violência nas relações de gênero.

“A maioria das análises sobre a violência contra a mulher tem tendência a ver as mulheres como vítimas passivas da violência. (...) é fundamental mostrar como ao longo da história as mulheres sofreram sim violência, mas também resistiram a ela, reagiram, e também exerceram violência em muitas situações. Pois mostrar isso é dar às mulheres mais um instrumento na luta contra a violência. Se são capazes de resistir, são também capazes de lutar pela eliminação desse tipo de violência”. (1999, p.243)

Esta relação entre os discursos midiáticos e as relações de gênero, observada através do tratamento dos jornais em torno da criminalidade, permite fazer alguns questionamentos. O jornalismo é usado para reforçar os padrões de masculinidade e feminilidade, considerando-os como norma? O que é ‘generificado’ nos textos da mídia? Como fugir do tratamento banalizador da violência de gênero, que a naturaliza?

Sabe-se que as práticas sociais e discursivas projetam, reforçam e instituem as diferenças de gênero. Assim, o desafio está em pensar a prática jornalística como um modo de contribuir para o questionamento de verdades sedimentadas e para uma existência menos excludente...

¹¹ O texto traz o seguinte depoimento, do jornalista Erasto Gaudêncio: “a maior fuga de presidiários do sistema carcerário de Ponta Grossa manchou de sangue a história da Polícia Militar, ao tirar a vida do abnegado sargento Teodoro”.

Referências Bibliográficas

- ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 1989.
- BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. *A Construção Social da Realidade*. 16ª ed. Petrópolis: Vozes, 1998.
- BONACCHI, Gabriela e GROPPI, Ângela (org.) *O dilema da cidadania – Direitos e deveres das mulheres*. São Paulo: Unesp, 1995.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- FUNK, Susana Bornéo e WIDHOLZER, Nara. *Gênero em discursos da mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres, Edunisc, 2005.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade 1 – A vontade de saber*. 16ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 2005.
- GIULANI, Paola Cappellin. “Os movimentos de trabalhadoras e a sociedade brasileira”. In: PRIORE, Mary Del (org.). *História das mulheres no Brasil*. 7ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- GROSSI, Miriam Pillar. “Rimando amor e dor: reflexões sobre a violência no vínculo afetivo-conjugal”. In: PEDRO, Joana Maria e GROSSI, Miriam Pillar (org). *Masculino, feminino, plural: o gênero na interdisciplinaridade*. Florianópolis: Editora Mulheres, 1998.
- GROSSI, Miriam; HEILBORN, Maria Luiza e RIAL, Carmen. “Entrevista com Joan Wallach Scott”. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, CFH/CCE/UFSC, v. 6, n. 1/1998.
- MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *O Jornal da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- NICHOLSON, Linda. “Interpretando o gênero”. *Estudos Feministas*. Florianópolis, CFH/CCE/UFSC, v.8, n.2/ 2000.
- PINSKY, Carla Bassanezi e PEDRO, Joana Maria. “Mulheres: igualdade e especificidade”. In : PINSKY, Jaime e. *História da Cidadania*. São Paulo: Contexto, 2003.
- SAFFIOTI, Heleieth. “Gênero e patriarcado: violência contra mulheres”. In: VENTURI, Gustavo; RECAMÁN, Marisol e OLIVEIRA, Suely (org.). *A mulher brasileira nos espaços público e privado*. São Paulo: Perseu Abramo, 2004.
- SCOTT, Joan. “Gênero: uma categoria útil de análise histórica”. *Educação e Realidade*, Porto Alegre, jul./dez. 1990.
- TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: Questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1995.
- WATREMEZ, Vanessa. “Ampliação do quadro de análise feminista da violência doméstica masculina através do estudo da violência nas relações lesbianas”. *Labrys, études féministes* número 1-2, juillet/décembre 2002 Disponível em http://www.unb.br/ih/his/gefem/labrys1_2/vanessa2.htm.
- WOLFF, Cristina Scheibe. *Mulheres da Floresta: uma história*. Alto Juruá, Acre (1890-1945). São Paulo: Hucitec, 1999.

A participação dos jornais fronteiriços no processo de integração latino-americano

Karla Maria Muller¹

Resumo: Os jornais produzidos e em circulação nos espaços urbanos conurbados e semi-conurbados das fronteiras nacionais brasileiras abordam, apresentam e participam da construção de um processo integracionista de fato, levando em conta os sujeitos locais, os diversos Campos Sociais e o contexto. Analisando os textos da mídia impressa produzida nesses territórios marginais, é possível perceber que o homem do lugar realiza movimentos no sentido de estabelecer uma interação efetiva com o outro. O presente artigo tem por objetivo mostrar como os jornais fronteiriços, ao publicizarem estes procedimentos, ‘trabalham’ no sentido de solidificar a integração (ainda frágil) entre o Brasil e seus vizinhos, Uruguai, Argentina, Paraguai e Bolívia.

Palavras-chave: jornal local, mídia impressa, integração latino-americana, fronteira.

1 Introdução

Espaços urbanos de fronteiras nacionais despertam curiosidades por vários aspectos: oscilações entre o local e o internacional, presença constante de um estrangeiro, movimentos de integração e isolamento, alteridade e intolerância, aproximações e distanciamentos, marcos divisórios reais e simbólicos, entre outros. Cidades como Santana do Livramento e Rivera, Uruguai e Paso de Los Libres, Ponta Porã e Pedro Juan Caballero, Corumbá e Puerto Quijaro, localizadas nos contornos do território brasileiro e de seus vizinhos - Uruguai, Argentina, Paraguai e Bolívia - nos levam a pensar sobre os fazeres e os dizeres do homem do lugar para tornar possível o convívio entre cidadãos de nacionalidades marcadamente diferentes.

¹ Jornalista, Dra. em Ciências da Comunicação, Profa. e Pesquisadora do PPGCOM/ UFRGS; Editora da revista eletrônica INTEXTO www.intexto.ufrgs.br; Membro da Diretoria do Instituto Alberto André/ARI; Colaboradora do Centro Cyro Martins / Projeto Fronteiras Culturais.

Através de um exercício diário, o fronteiriço extrapola qualquer discurso que pregue a integração, coloca em prática ações surgidas de uma necessidade premente, descobre e inventa formas de ultrapassar barreiras, enfrentando dificuldades de modo a tornar viável a vida na fronteira. As trocas estabelecidas nestes pontos de contato alertam que as divisões geopolíticas estabelecidas por decorrência da criação dos Estados-Nacionais não são mais suficientes para atender às novas configurações, principalmente dos espaços urbanos.

Em regiões como a fronteira a vida passa a ser redesenhada de modo a satisfazer as exigências do momento e do local. A partir da existência de um lugar diferenciado como esse, verifica-se a relação, aparentemente fraterna, de duas ou mais nações com hábitos e costumes distintos, dividindo um mesmo espaço, constituindo uma nova comunidade que oscila entre o local e o internacional permanentemente.

Para identificar-se como membro deste grupo o fundamental não é pertencer a uma mesma nacionalidade. Com certeza, há elementos que destacam a especificidade do ser fronteiriço garantindo uma identidade própria e privilégio desse que sabe e reconhece o que é viver na faixa de divisa do território nacional e lado a lado com um outro, membro da nação vizinha.

Neste caso, podemos tomar como exemplo os quatro espaços acima citados, com elementos semelhantes, mas também com profundas peculiaridades, dignas de estudo no que tange às características de uma cultura e uma identidade que possam vir a ser consideradas como fronteiriças.

Livramento-Rivera assim como Ponta Porã-Pedro Juan Caballero são consideradas cidades conurbadas, isto é, áreas urbanas constituídas, neste caso, de apenas duas cidades, cujos limites geográficos ‘fundem-se’, fazendo com que a vida de seus habitantes tenha como palco um espaço que pode ser definido como comum. Nele

as relações institucionais, sociais, pessoais, comerciais etc. mesclam-se, criando (não raramente) uma complementaridade entre as duas cidades. Nos espaços de Uruguaiana-Libres e Corumbá-Puerto Quijaro, o processo é semelhante embora haja um pouco mais de distanciamento físico entre os dois centros urbanos, por isso estas cidades podem ser denominadas de semi-conurbadas.

É neste sentido que podemos dizer que, numa primeira leitura, as fronteiras, isto é, os limites aqui tratados, estão presentes mais no imaginário do que nas práticas cotidianas. Com frequência, estas divisas – ruas ou rios - passam despercebidas pelo olhar de um forasteiro. Por isso, tratamos estas duplas de municípios como quatro espaços, nos quais a vida diária se processa considerando as cidades como uma só.

O recorte espacial aqui apresentado possibilita discutir quais os movimentos que a população que habita as fronteiras nacionais de países pertencentes ao Cone Sul da América Latina realiza para estabelecer uma integração de fato. Estes movimentos podem indicar características constituintes de uma cultura e uma identidade fronteiriça que pode passar a ser considerada como referência quando pensamos nas fronteiras nacionais e, ao mesmo tempo, apontar especificidades, definindo elementos peculiares a cada um dos espaços de ligação do Brasil com seus diferentes vizinhos.

Para verificar o entrelaçamento entre os diversos Campos Sociais das áreas urbanas de fronteiras nacionais elegemos como objeto de análise a mídia local. Ela participa ativamente da construção da realidade a partir dos modos e estratégias de operação que aciona e através dos acontecimentos que publiciza em seus programas, em suas páginas, em seus textos e discursos.

2 Textos dos Jornais Fronteiriços

Para fazermos uma discussão sobre algumas das práticas culturais dos fronteiriços que consideramos, *a priori*, distintas das realizadas por outros grupos, passemos para a apresentação de textos veiculados pela mídia impressa local. Nosso interesse neste momento é identificar algumas ações implementadas ou valorizadas pela população fronteiriça que podem ser caracterizadas como movimentos específicos do lugar e situações nas quais é perceptível a integração entre os grupos envolvidos. Através de eventos, das ações, dos discursos e das práticas socioculturais instala-se um processo inclusivo entre os habitantes - as cidades, as instituições e/ou os países - envolvidos naqueles espaços, mas neste caso, a partir do fenômeno ali presente: as fronteiras nacionais.

O material selecionado foi extraído de jornais produzidos no ano de 2004 em espaços de fronteiras do território brasileiro², que tem como público-alvo o fronteiriço de ambos os lados da linha divisória, mas com ênfase no leitor brasileiro. São eles: A Platéia (de Livramento/ RS), O Jornal de Uruguaiana (de Uruguaiana/ RS), Jornal da Praça (de Ponta Porã/ MS) e Folha de Corumbá (de Corumbá/ MS). Na época (e ainda hoje), assim como em A Platéia, o Jornal da Praça produz uma seção em espanhol³, o que já configura uma atitude diferenciada, destinada e com vista a atender o habitante do lugar⁴.

Alguns itens já foram analisados em trabalhos anteriores e apresentados em fóruns de discussão e/ ou publicados como resultados parciais de uma investigação que está em curso. No início das reflexões constatou-se que os movimentos de aproximação e distanciamento se sucedem paradoxalmente. Ações que definem a interação, e até

² Este material faz parte do corpus da pesquisa em desenvolvimento junto ao PPGCOM/ UFRGS: 'Comunicação, cultura(s) e identidade(s) fronteiriças'.

³ Salientamos que estes dois jornais possuem uma seção em espanhol, mas em outros momentos, por exemplo, O Jornal de Uruguaiana também possuía seu caderno em espanhol.

⁴ Seria ingenuidade nossa pensar que a atitude de as empresas abrirem espaço para seções na língua dos habitantes do país vizinho seja considerada apenas como uma ação de responsabilidade social destas indústrias culturais. Diz respeito também aos seus interesses econômicos, como destaca Traquina (2001).

mesmo a integração - ou seja, o processo 'institucionalizado' - entre os habitantes de ambos os lados das bordas nacionais são por vezes visíveis. Porém, em determinadas situações, é difícil detectar, através das práticas culturais colocadas em marcha, qual a real intenção dos grupos locais para garantir sua diferenciação como comunidade fronteiriça, ou seja, são invisíveis⁵.

Índices como meio ambiente, língua, imigrantes (dos quais os grupos mais aparentes são os árabes, palestinos e libaneses), são trabalhados pela mídia local muito no sentido de reforçar os laços de integração dos povos envolvidos. Entretanto, não podemos negar que as situações ligadas ao crime são marcantes e delicadas de serem abordadas nos espaços dessas fronteiras nacionais. Assuntos como o tráfico de drogas, o abigeato, roubos, contrabando assim como outros temas focados na economia – como, por exemplo, a febre aftosa, o cultivo da soja ou do arroz - são inevitáveis, pois também fazem parte do cotidiano, das práticas e dos processos sociais dessas comunidades⁶.

Por isso, dando prosseguimento à discussão cujo objeto são os jornais locais, a cultura e a identidade fronteiriças, listamos agora outros aspectos que podem ser verificados nos quatro jornais e representam a preocupação com o fenômeno fronteira e a condição de ser fronteiriço. Remetemos então a questão para a segurança, o turismo, o poder público federal e a economia.

a) Segurança Pública

Um dos aspectos que tem sido (cada vez mais) motivo de preocupação para o cidadão em geral é a segurança pública. Nos espaços de fronteiras nacionais podemos

⁵ Estas conclusões foram apresentadas no III Congreso Panamericano de Comunicación (UBA, 2005) e publicadas em forma de artigo (em espanhol) e disponível na revista digital Topos & Tropos (MÜLLER; OLIVEIRA, 2005).

⁶ Estas conclusões foram apresentadas no 'Seminário Internacional Fronteiras Culturais: o espaço urbano' (USP, 2005) e estão publicadas em forma de artigo na revista digital INTEXTO (MULLER, 2005).

dizer que este tema é ainda mais delicado devido ao tráfico de drogas e ao contrabando. Passemos então aos jornais fronteiriços para verificar como isto é tratado.

“Foragido mata policial uruguaio e acaba internado” (A Platéia, 24-25/ Fev/ 2004, Capa). A matéria, que é desenvolvida nas páginas internas do periódico, informa que, graças a uma ação conjunta da polícia brasileira e uruguaia, o assassino foi preso. Ressalta também, o fato de policiais brasileiros participarem do enterro, demonstrando solidariedade ao colega vitimado. Neste texto, cabe destacar, além do trabalho feito em parceria, que A Platéia trata a notícia em duas seções, sendo uma delas a seção escrita em espanhol.

No texto “Mulher serve de ‘isca’ para mais um roubo de motocicleta” (O Jornal de Uruguaiana, 24/ Nov/ 2004, p. 13), o destaque ficou por conta de os assaltantes terem se aproveitado do espaço por ele ser uma divisa nacional, o que obrigou a vítima (um brasileiro, que se dirigiu para o lado argentino) a buscar socorro junto aos policiais daquele país em Paso de Los Libres. Detalhe: a mulher de que trata o título da notícia e que serviu de ‘isca’ para o assalto, também era (aparentemente) brasileira, como fica declarado no texto jornalístico.

Na matéria cujo título é “Traficantes cariocas estariam se fortalecendo na fronteira” (Jornal da Praça, 31/ Jan – 1º/ Fev/ 2004, p. 06) constata-se que a fronteira é um espaço propício à ação de narcotraficantes e dá destaque ao fato de ser fundamental o estabelecimento de um trabalho conjunto entre as polícias dos dois países.

Com o título “Fronteira, um caso de segurança” (Folha de Corumbá, 18/ Set/ 2004, p. 11), o jornal corumbaense reclama da falta de policiamento que expõe o cidadão local às “conturbadas” relações com a Bolívia, contribuindo para a criação de uma “imagem negativa lá fora” da “Capital do Pantanal”. De outro modo, a matéria ressalta que uma das causas dessa relação tensa entre a população local é a situação de

empobrecimento que assola os moradores de ambos os lados da linha divisória, ocasionando desemprego e favorecendo o “tráfico formiga e ao vício”.

b) Potencial Turístico

Nos quatro jornais encontramos exemplo na fronteira sendo vista como potencial turístico para a região. Vejamos:

Sob a cartola “*Ventas*”, a matéria colocada na seção em espanhol e intitulada “*También fue un día especial para los artesanos*” (A Platéia, 21/ Set/ 2004, p. 15 – Geral), destaca os bons índices de vendas para os artesãos localizados na área do Parque Internacional, por ocasião das comemorações da Semana Farroupilha, data marcante para os gaúchos, em especial os riograndenses, graças ao grande número de visitantes que compareceram às festividades.

Em “Os turistas já começaram a passar por Uruguaiana” (O Jornal de Uruguaiana, 08/ Dez/ 2004, p. 11 – Geral), o periódico uruguaianense faz alusão aos turistas argentinos que passam por ali nos meses de verão, mas que poderiam desfrutar, por exemplo, da gastronomia local – leia-se de Uruguaiana e de Paso de Los Libres – “um espetáculo de gastronomia fronteiriça”.

“Corumbá tem pacote de carnaval” (Folha de Corumbá, 31/ Jan/ 2004, p. 07 – Geral), é o título da matéria que ressalta as belezas que a cidade oferece, em especial a união da folia com as belezas naturais da região pantaneira, incluindo a pesca, o passeio de barco pelo rio Paraguai, e a condição de região de fronteira do Brasil com a Bolívia.

No jornal de Ponta Porã, o turismo não é tratado diretamente. Entretanto, a partir de eventos promovidos na cidade, percebe-se a oportunidade: “Encontro reúne milhares de pessoas no CTG” (Jornal da Praça, 24-25/ Jul/ 2004 – Capa).

Há um potencial turístico nestes espaços que nem sempre sabe ser explorado. As cidades, por serem fronteiriças, oferecem a possibilidade de compra nos *free shops* das

idades vizinhas. Em Rivera, Libres, Pedro Juan e Puerto Quijaro, ao simples gesto de atravessar a rua por suas calçadas ou cruzar o rio através da ponte, o visitante pode – como normalmente o faz – realizar compras de produtos estrangeiros a preços razoáveis. Dificilmente um turista deixa de aproveitar a oportunidade para adquirir mercadorias que só podem ser compradas no exterior com um preço mais acessível ou nas Zonas Francas, como é o caso (claro que dependendo da cotação e das variações cambiais o favorecimento é para um ou outro lado da fronteira). Nestes espaços, o exterior está há poucos metros ou passos.

c) A ‘mão’ do Poder Público Federal

Pelo fato de os espaços aqui tratados se configurarem em divisas nacionais, não raras vezes, recebe destaque os movimentos realizados pelos governos federais que envolvem diretamente a vida na fronteira, como poderemos verificar a seguir.

“*Brasil y Uruguay buscan integración desde la realidad local de frontera*” (A Platéia, 2-3/ Mai/ 2004, p. 39 – Español), é o título da matéria publicada nas páginas em espanhol do jornal santanense. O texto ressalta a importância de os governos federais reconhecerem que a vida do homem fronteiriço é diferenciada se comparada com a dos habitantes de outros espaços, por isto a necessidade de uma “*jurisprudencia especial para esta frontera especial*”, como reproduz o jornal, a partir das palavras do “*Canciller uruguayo, ante las autoridades de los dos paises*”. Na ocasião, foi instalado o “*Centro para los Estudios y Divulgación de los Aspectos Jurídicos de la Integración en el Area Fronteriza*”, iniciativa importante, segundo as ‘palavras do jornal’ e que contou com a participação do embaixador do Brasil no Uruguai, o intendente de Rivera, entre outras autoridades representando o Poder Judiciário.

Na matéria “*Ministra das Minas e Energia visita Uruguaiana*” (O Jornal de Uruguaiana, 22/ Set/ 2004, p. 03 – Política – Geral) relata a visita da Ministra Dilma

Housseff na cidade, que se pronuncia com relação à termoelétrica instalada em Uruguaiana que trabalha a quem de sua capacidade, pois depende da Argentina e da Bolívia, pois o gás proveniente desta passa por aquela. O dilema existe e preocupa a população local que seria beneficiada com o investimento e poderia usufruir deste combustível, mas a questão não é de fácil resolução, pois envolve negociações entre os três países.

Em “Liberado R\$ 400 mil para combater aftosa na fronteira” (Jornal da Praça, 08/ Set/ 2004, p. 7B – Geral) o jornal de Ponta Porã aborda uma das questões mais delicadas no que se refere à agropecuária da fronteira oeste: o controle à febre aftosa. O texto traz as palavras do representante do governo brasileiro, Ministro da Agricultura na época, Roberto Rodrigues: “Tomamos a decisão política de fazer a proteção sanitária do Mato Grosso do Sul para evitar a qualquer custo a entrada da doença em território brasileiro”.

“Corredor bioceânico torna Corumbá centro comercial” (Folha de Corumbá, 21/ fev/ 2004) é o título da matéria que dá destaque à iniciativa do Governo Lula de abrir um corredor que garanta o comércio entre São Paulo e os países latino-americanos, que passará pelo município corumbaense. A proposta é integrar o estado do Mato Grosso do Sul, em especial as cidades fronteiriças, nessa proposta que prevê um intercâmbio de mercadorias através da retomada do transporte fluvial.

d) Perspectiva Econômica

Sob vários aspectos, a fronteira é tratada a partir de uma perspectiva econômica. Em muitas das matérias selecionadas para compor outros itens aqui propostos, a fronteira é vista como um grande potencial econômico, tanto por autoridades locais, como estaduais e federais. Nem sempre isto fica claro, mas de modo geral, o Campo

Econômico é um dos mais fortes, principalmente no que se refere ao Mercosul. Trazemos a seguir, alguns exemplos:

“Comeri inaugura base de vendas com recepção no hotel Jandaia” (A Platéia, 2-3/ Mai/ 2004, p. 13 – Geral) é o título da reportagem que informa a instalação da Cooperativa Médica de Rivera em Livramento. A iniciativa é tratada como investimento, e Livramento é visto como “Ponto estratégico” para a captação de novos sócios e usuários: “Em companhia de autoridades civis e policiais, eles [os médicos uruguaios, em sua grande maioria riverenses] manifestaram sua satisfação em instalar um ponto de vendas em Santana do Livramento”.

Na matéria assinada por Roberto Ferreira, “O Direito Universal do homem garante a liberdade de compra” (O Jornal de Uruguiana, 10/ Jul/ 1004, p. 11), a crítica diz respeito ao impedimento de o povo fronteiriço poder adquirir gêneros alimentícios para consumo próprio do outro lado da Ponte, devido à normatização emanada pelos órgãos do governo federal brasileiro. O texto conclama o “Comitê de Fronteira do Corpo Consular” que parta em defesa dos habitantes locais.

A reportagem “Uma atração para investidores brasileiros” (Jornal da Praça, 15-16/ Mai/ 2004, Caderno 3 – Capa) destaca o potencial da cidade paraguaia de Concepción, próxima a Pedro Juan, para investidores brasileiros. Com suas “terras férteis e estrategicamente localizadas no contexto econômico continental”, a cidade torna-se interessante àqueles que acreditam no agronegócio. O texto ressalta a presença dos brasileiros na região através, inclusive, da culinária gaúcha que completa o “festivo clima de cores verde e amarelo que se respira em Concepción”.

O texto “Brasil e Bolívia discutem navegação na fronteira” (Folha de Corumbá, 1º/ Mai/ 2004, p. 07) estampado nas páginas do jornal fronteiriço, aborda o Tratado estabelecido entre os dois países que prevê a ligação da Bolívia com o mar através da

ligação fluvial com o Brasil. A temática envolve implementação de ações de ambos em nível federal, estadual e local e deve levar em conta, não somente as questões econômicas, mas também os impactos no meio ambiente, pensando inclusive na melhoria da qualidade de vida dos moradores da região.

3 Exercício Interpretativo

Dentro do que foi ‘recortado’ da veiculação dos jornais produzidos e em circulação predominantemente nos espaços da fronteira oeste brasileira, e ‘colado’ no texto aqui apresentado, cabem algumas considerações conceituais que virão ao encontro de nossa leitura dessa mídia impressa local. A proposta é, a partir deste exercício interpretativo, detectar as peculiaridades mais visíveis das práticas colocadas em curso pelos habitantes e instituições fronteiriças - e aqui incluímos os meios de comunicação locais - que lhes diferenciam de outros lugares.

Para nós, estas fronteiras, tanto os espaços conurbados de Livramento-Rivera e Ponta Porã-Pedro Juan, como os semi-conurbados de Uruguaiana-Libres e Corumbá-Puerto Quijaro, configuram-se efetivamente como “fronteiras-vivas”. Enquadram-se no conceito de Iturriza (apud PADRÓS, 1994, p. 69), que as caracteriza como permeáveis, de tensão ou acumulação, zonas isoladas e afastadas dos centros dinâmicos nacionais, com escasso e desigual desenvolvimento econômico (em relação ao país), estão próximas de áreas de países vizinhos de conformação humana e geográfica semelhantes, etc. São espaços nos quais as barreiras já sofreram a ação do homem através da interação dos agentes fronteiriços, estimulando dinâmicas específicas, em sua grande maioria informais e, não raras vezes, paliativas e temporárias, mas que podem passar a ser duradouras.

Embora tenhamos reproduzido somente o título das matérias não temos a intenção de realizar um exercício interpretativo sobre ele como propõe Mouilland (1997, p. 99-116) e que o considera como “a inscrição do jornal por excelência”. Da mesma forma, embora saibamos a importância da análise das imagens, isto é, do discurso fotográfico no contexto do jornal, conforme aponta Sousa (2004), nosso objetivo não é nos deter neste aspecto. Nossa proposta foi de apontar, a partir de itens previamente definidos, algumas das temáticas estampadas nas páginas externas e internas dos jornais e o conjunto da informação apresentada. Dessa forma é possível pensar o fenômeno fronteira, verificando quais são as ações adotadas por seus agentes locais para driblar as dificuldades decorrentes desse fenômeno e seus desdobramentos no intuito de sustentar, através de suas práticas, o processo integracionista.

No item segurança pública, a manifestação dos quatro jornais destaca a importância das ações serem organizadas conjuntamente com a polícia de ambos os lados da fronteira. A facilidade que os contraventores têm de ultrapassar a linha divisória amplia a possibilidade de buscar refúgio do outro lado e ficar impune à força da lei. Recebe destaque também o fato de não ser fácil identificar a nacionalidade desses bandidos, não raras vezes e quando oriundos da região, podem desfrutar de dupla cidadania. Outro aspecto interessante diz respeito ao reconhecimento da aproximação entre os povos vizinhos no que se refere ao empobrecimento da região, como destaca o texto de a Folha de Corumbá, justificando a criminalidade na região.

Em situações como estas o sentimento de rivalidade que pode existir em relação ao outro fica diluído, tornando-o (mesmo que momentaneamente) indiferente às identidades nacionais. A relação hostil é mais ‘alimentada’ no discurso de mídias que não as locais. Isto foi possível constatar em outros estudos cujo objeto de pesquisa

constituiu-se de jornais produzidos em cidades configuradas como capitais estaduais (JACKS; MACHADO; MÜLLER, 2004).

Sobre o turismo da região fronteira, percebe-se que ao se referir aos artesãos locais, às belezas naturais da região, à gastronomia local ou até mesmo às festividades realizadas pelos Centros de Tradições Gaúchas - CTGs, fica claramente posto (ou subentendido) o potencial que o espaço oferece quando visto de modo integrado. O simples fato de existir um outro país, um povo com outra nacionalidade, falando outra(s) língua(s), a poucos metros, dá um diferencial às cidades fronteiriças que pode ser encarado como investimento turístico para os municípios e o comércio local/internacional, de lá e de cá, fortalecendo a economia da região.

Na argumentação trazida pelo jornal de Corumbá, a ligação dos países se dá pelas belezas naturais que o Pantanal oferece. Embora o turismo possa representar uma fonte de receita para a região (OLIVEIRA, 1998), neste espaço ele carece de maiores investimentos. A exuberância do lugar é visível não apenas nas cores que tingem e decoram a fauna e a flora pantaneiras, mas também pela sua variedade, como destaca Renato Báez (1975) (1976), e em especial, pela possibilidade - ainda - de uma pesca farta que atrai os aficionados pelo esporte.

No que se refere aos aspectos vinculados à cultura e às tradições gaúchas - como os festejos da Revolução Farroupilha, a gastronomia campeira, as danças típicas, a música tradicionalista etc. - verifica-se um elemento de ligação entre os povos das regiões fronteiriças. Pode-se dizer que estes hábitos e costumes são muito propagados pelos riograndenses, mas também vividos e cultivados de modo semelhante por uruguaios, argentinos e, em certa medida, pelos paraguaios. Através do gauchismo, como analisa Oliven (2006), as marcas culturais da região sul do Brasil, que se estendem pela fronteira oeste, põem em contraste esta cultura regional com outras em

nível nacional, definindo uma aproximação com seus vizinhos da Bacia do Prata, e reforçando um distanciamento, apontando para a diversidade cultural brasileira, na qual a cultura gaúcha está claramente inscrita.

Quando a temática envolvendo o Poder Público é tratada, questões que extrapolam as decisões em nível local, como as dos exemplos aqui trazidos, os atores chamados a depor são representantes do Poder Executivo e Judiciário Federal. Percebe-se que em três dos quatro casos – termoeletrica/ gás boliviano, agropecuária/ febre aftosa, corredor bioceânico/ navegação fluvial – embora a ênfase fique a cargo do Campo Político, o Campo Econômico está diretamente implicado. Em uma das matérias apenas a temática mais importante está ligada à integração dos habitantes dos espaços de fronteiras nacionais que devem ser vistos e tratados de modo diferenciado. Neste caso, o Judiciário e seus representantes são chamados à cena com o propósito de criar alternativas jurídicas (e legais) que dêem respaldo às ações dos agentes do lugar para que não se configurem como infrações e sim como alternativas para a região.

Por um lado, verifica-se a estratégia adotada pelos jornais de acionar enunciadores, desobrigando-se (como emissor) destes enunciados, pois como acrescenta Verón, “um mesmo emissor poderá, em discursos diferentes, constituir enunciadores diferentes, conforme, por exemplo, o alvo visado” (2004, p. 218). Por outro lado, questões que dizem respeito à fronteira são redimensionadas e jogadas para o macro, obrigando os poderes federais a se posicionarem no que tange à resolução das mesmas.

No último item, ou seja, numa perspectiva econômica, identificam-se entrelaçamentos (inevitáveis) entre os Campos Sociais para tratar o fenômeno fronteira e os sujeitos locais, levando em conta questões econômicas, políticas, sociais e culturais entre outras. Sabemos que esta é a trama que constitui o tecido social. O que vale

ressaltar é a clareza com que isto está posto através das práticas dos habitantes dos espaços de fronteira e apresentadas nos textos da mídia impressa local.

Observando o enlace acima citado, torna-se evidente que os esforços para pensar a fronteira e o fronteiriço de modo especial solicitam um empenho conjunto das entidades locais principalmente, como também das regionais e federais. Indo um pouco além, e conforme destaca Albuquerque (apud FINQUELIEVICH, 2005, p. 09), as administrações locais devem superar seu papel tradicional como provedoras de serviços básicos, complementando estas funções com outras que favoreçam um ambiente inovador territorial, tendo como objetivo contribuir com o desenvolvimento de atividades produtivas dinâmicas e a difusão de uma cultura local desenvolvimentista.

Isso assinala para um processo integracionista que extrapole o aspecto econômico e político, como destacamos no início da discussão, que vai ao encontro do que propõe Roncagliolo: “são três os termos sobre os quais se constroem a sociedade global: o mercado, a democracia e os direitos humanos. Nos três se vive a cessão de soberanias nacionais em benefício de instâncias supranacionais” (2003, p. 125-126). E neste aspecto, os meios de comunicação podem ser “instrumentos de adormecimento ou conscientização” (MONTIEL, 1993, p. 250), colaborando para que tanto o poder público como as organizações em geral e a sociedade civil assumam uma postura diferenciada de inclusão com relação aos espaços e aos habitantes dos espaços fronteiriços.

Percebe-se, como traz o exemplo de O Jornal de Uruguaiana, que entidades e órgãos oficiais são criados para resolver impasses de âmbito local, mas envolvendo o internacional, porém nem sempre são atuantes. É em situações específicas, nas quais a comunidade local se sente abandonada e relegada a um segundo plano, que a pressão

exercida pelos moradores do lugar, utilizando-se inclusive das páginas do jornal local para se fazer ouvir, torna-se fundamental para reverter o quadro.

Outra questão observada no texto jornalístico, e no mínimo curioso, é o fato de os brasileiros estarem avançando no território paraguaio e explorando suas riquezas, suas terras, principalmente por sua localização, em se tratando de América Latina. O que fica para uma reflexão mais aprofundada é em que medida estes investimentos se realizam como parcerias. Temos outros exemplos (como a discussão que vem sendo travada entre os governos federais com relação à instalação da Petrobrás em território boliviano, extraindo e comercializando suas riquezas naturais) que sinalizam para a preocupação em estabelecer acordos simétricos entre os participantes, de modo a evitar conflitos e beneficiar moradores de ambos os lados e os investidores e países envolvidos. E neste aspecto, devem ser chamados ao debate – e aberto espaço nos meios de comunicação - não só os investidores e as autoridades, mas toda a sociedade organizada, dando voz as mais variadas instituições.

4 Considerações Finais

A caminhada percorrida neste breve texto foi direcionada para a análise de textos veiculados nos jornais, produzidos e em circulação nas fronteiras do Brasil com quatro países limítrofes, destacando alguns elementos que podem ser considerados como constitutivos da cultura e da identidade fronteiriça, isto é, práticas que colaboram para sustentar o processo integracionista latino-americano. O que oferecemos aqui foi um pequeno recorte dessa idéia, a partir dos textos jornalísticos apresentados pela mídia impressa local de quatro diferentes espaços geográficos. Todos caracterizados por localizarem-se em áreas urbanas da linha de divisa dos territórios nacionais.

Os itens analisados e subscritos sobre uma ainda grosseira classificação – segurança, turismo, economia e poder público – auxiliam na composição do mosaico constituído pelas práticas socioculturais colocadas em curso por aqueles que vivem diariamente uma oscilação identitária - de uma identidade nacional para uma identidade local fronteiriça e vice-versa. São pessoas que sobrevivem com o dilema permanente – e muito presente, embora nem se dêem conta disso – de assumirem a todo instante uma posição que pressupõe um outro, ou seja, de se verem para poderem, a partir de uma identificação, diferenciarem-se deste outro. Uma relação de respeito, de alteridade, de solidariedade que divide espaço com sentimentos de rivalidade, de tensão, de enfrentamento (na maioria das vezes, contido).

Tentar analisar a fronteira é isso: tarefa complexa que deve acompanhar a dinamicidade do fenômeno e a flexibilidade dos sujeitos que o (re)edificam diariamente. Este exercício tem sido feito por estudiosos de diversas áreas do conhecimento no que tange à discussão sobre integração, com destaque para os países da América do Sul, como descreve Devés Valdés (2004).

No caso aqui apresentado, a proposta parte do olhar do Campo da Comunicação, tendo como preocupação primordial analisar o papel da mídia impressa local nesse processo, considerando-a elemento ativo que dita quais os acontecimentos que têm o caráter de noticiabilidade, quais os sujeitos que entrarão em cena (e quando) e como os discursos serão compostos, presumindo um possível leitor para os seus textos. O palco é o espaço fronteiriço no qual os atos vão se sucedendo, na apresentação de diferentes acontecimentos, criando momentos amenos e situações de clímax, na busca por desenlaces agradáveis. É através da construção dessa realidade que se dão as representações sociais, ensaiadas e assumidas pelos agentes locais ao desempenharem seus papéis. Os textos e as páginas dos jornais locais são algumas das formas sob as

quais os conceitos sobre fronteira vão sendo reforçados (ou negados). Os periódicos podem - e devem - ser considerados partícipes desta integração. A partir do local eles dão visibilidade às práticas socioculturais daqueles sujeitos, trazem informações, contribuem com a construção da realidade, dando forma e sentido a uma cultura, a uma identidade e a um espaço, no caso específico, com marcas de fronteirigos, demonstrando como é possível estabelecer de fato a integração em nível supranacional.

5 Referências

- BÁEZ, Renato. *Corumbá: nótulas e depoimentos*. Corumbá: s/ ed., 1976.
- BÁEZ, Renato. *Corumbá: reminiscências e impressões*. Corumbá: s/ ed., 1975.
- DEVÉS VALDÉS, Eduardo. *El pensamiento latinoamericano en el siglo XX: entre la modernización y la identidad*. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2004.
- FINQUELIEVICH, Susana (coord.). *Desarrollo local en la sociedad de la información: municipios e Internet*. Buenos Aires: La Crujía, 2005.
- JACKS, Nilda A.; MACHADO, Marcia B.; MÜLLER, Karla M. *Hermanos, pero no mucho: el periodismo narra la paradoja de la fraternidad y rivalidad entre Brasil y Argentina*. Buenos Aires: La Crujía, 2004.
- MONTIEL, Edgar. América en la geopolítica de las culturas. In: COLOMBRES, Adolfo (coord.). *América Latina: el desafío del tercer milenio*. Buenos Aires: Ediciones del Sol, 1993, p. 245-260.
- MOUILLAUD, Maurice. O título e os títulos. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio D. et alli (org.). *O Jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997, p. 99-116.

- MULLER, Karla M. Espaços conurbados de fronteiras nacionais: 'leituras' de jornais locais. In: MÜLLER, Karla M. (editora). Revista eletrônica INTEXTO. Nº. 13. Porto Alegre: PPGCOM/ UFRGS, 2005. Site: www.intexto.ufrgs.br
- MULLER, Karla M.; OLIVEIRA, Tito Carlos M. Integración latinoamericana: a partir y a través de la comunicación y las fronteras. In: HAIQUEL, Miguel A. (editor). Revista electrónica Topos y Tropos. Nº. 6. Córdoba: T y T Editora, 2005. Site: www.toposytropos.com.ar/N6/tesis.htm
- OLIVEIRA, Tito Carlos M. *Uma fronteira para o pôr-do-sol: um estudo geoeconômico sobre a região de fronteira*. Campo Grande: Ed. UFMS, 1998.
- OLIVEN, Ruben George. *A parte e o todo: a diversidade cultural do Brasil-nação*. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2006
- PADRÓS, Enrique Serra. Fronteiras e integração fronteiriça: elementos para uma abordagem conceitual. In: Revista do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais. V. 17, n.º 1/ 2, Jan/ Fev, Porto Alegre, 1994.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Introdução à análise do discurso jornalístico impresso: um guia para estudantes de graduação*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.
- TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2001.
- VERÓN, Eliseo. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2004.
- RONCAGLIOLO, Rafael. *Problemas de la integración cultural: América Latian*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2003.

O ombudsman na *Folha de S. Paulo*: entre a crítica da mídia e as reclamações dos leitores

Kênia Beatriz Ferreira Maia ¹

Resumo: No momento de implantação do cargo, o ombudsman da *Folha de S. Paulo* foi proposto como uma prova pública do projeto editorial do jornal e um diferenciador da concorrência. As atribuições da função são cindidas: de um lado, ele procede à avaliação do tratamento da informação durante a semana transcorrida; de outro, ele se coloca a serviço dos leitores, a fim de defender seus direitos. Esses aspectos iniciais da função repercutirão nas características do ombudsman da *Folha*, nos seus quase trinta anos de existência.

Palavras-chave: História - Jornalismo; *Folha de S. Paulo*; Ombudsman; Projeto Editorial; Leitor

O cargo de ombudsman da *Folha de S. Paulo* se aproxima dos seus vinte anos de existência. Foi em setembro de 1989 que o diário paulista empossou o jornalista Caio Túlio Costa nessa função. Desde então, vários jornalistas – Mario Vitor Santos, Junia Nogueira de Sá, Marcelo Leite, Renata Lo Prete, Bernardo Ajzenberg– se sucederam no posto. A ouvidoria de imprensa da *Folha* dá sinais que continua firme. Em maio deste ano, o atual ombudsman, Marcelo Beraba, foi o anfitrião da conferência anual da *Organization of News Ombudsmen (ONO)*, recebendo ombudsmen de várias partes do mundo. Nesse trabalho, propomos voltar aos primeiros passos do ombudsman da *Folha de S. Paulo*. Para tanto, vamos dimensionar a história e as características do jornal que permitiram e serviram de pano de fundo para a criação do cargo de ombudsman. Depois, traçaremos a descrição da atividades profissionais do ombudsman.

O ‘Projeto Folha’ e seus jornalistas

No início de agosto de 1994, a edição dominical da *Folha de S. Paulo* atinge a tiragem de um milhão de exemplares, o que a ombudsman Julia Nogueira de Sá celebra como um “Lendário recorde de circulação”, que o torna o “maior jornal do país” (SÁ,

¹ Jornalista pela UFG, doutora em Ciência da Informação e da Comunicação pela Universidade de Metz (França) e professora do departamento de Comunicação da UFRN

“*Folha*, Folhão, milhão”, *Folha de S. Paulo*, 14/08/1994). Em dezembro daquele ano, os anúncios publicitários do jornal convidam o leitor a escolher seu novo slogan entre três opções: “ ‘O maior jornal do Hemisfério’ ; ‘O 3º maior jornal das Américas’ ; ‘O 3º maior jornal do Ocidente’ ” (Leite, “De rabo preso com o leitor”, *Folha de S. Paulo*, 04/12/1994). A autopromoção da sua importância contribuiu para o estabelecimento da carteira de identidade da *Folha de S. Paulo*, na qual o ombudsman é um elemento importante.

A direção da *FSP* sempre relacionava a elevação da tiragem com as mudanças na empresa. Essas modificações tomaram a forma de um conjunto de medidas codificadas em documentos de difusão interna e externa que, a partir no começo dos anos 80, remanejaram as estruturas redacionais e administrativas do jornal e que é comumente designada pelos seus produtores e protagonistas como “Projeto Folha”.

De fato, tratava de medidas de reconversão da organização administrativa, comercial e de distribuição, de mudanças nas normas redacionais e da sistematização de métodos do trabalho jornalístico a fim de aplicar “teorias de administração e planejamento das empresas americanas (jornalísticas ou não) para tentar aumentar os níveis de eficiência da sua redação” (Silva: 1991, 142). Segundo o Projeto Editorial da *Folha de S. Paulo*, publicado na edição de 17/08/1997, essas mudanças significaram a “transformação dos princípios que renovaram o jornalismo da *Folha* em ‘patrimônio coletivo’ ”.

As medidas se fizeram acompanhar de um forte esforço argumentativo emanando de ações, dispositivos, discursos, produzindo e reforçando o valor das mudanças, como a publicação de manuais de redação e de estilo, regras deontológicas, implantação de programas de redução de erros (principalmente os de digitação, gramaticais e estilísticos), organização de seminários internos de formação contínua, atribuição de prêmios de jornalismo para as reportagens publicadas no jornal, organização de programas de *training* com estudantes do último ano e de recém-formados em jornalismo, procedimentos de certificação (TQC – Controle de Qualidade Total – e ISO-9000) e reforço do marketing.

As modificações da estrutura administrativa da empresa e as mudanças do conteúdo redacional do Projeto Folha são concomitantes com a fixação de um ordenamento hierárquico da redação que acompanhariam disposições para “racionalizar, formalizar e normatizar a produção editorial” (Ribeiro, 1994, p. 68). Esse conjunto de medidas foi fator de desagregação do grupo profissional e provocou de severas críticas de jornalista do diário

paulista, das instituições de formação em jornalismo e de sindicatos de jornalistas. Manuel Carlos Chaparro (1994) descreve o autoritarismo das medidas de codificação das normas redacionais e das práticas jornalísticas que deveriam ser imperativamente observadas pela redação. As duas primeiras edições dos manuais de redação do jornal, publicadas em 1984 e 1987, são designadas como “regimento disciplinar, institucionalizando, nas relações humanas e no processo produtivo, um poder burocrático rigidamente hierarquizado” (Chaparro: 1994, 88), enquanto que Jorge Claudio Ribeiro conta que “sucederam-se na *FSP* anos de intensa crispação. Passou a reinar um inédito clima de terror, que afetava tanto a *massa* como as próprias chefias” (Ribeiro: 1994, 65). Os promotores do Projeto Folha não escondem a pertinência dessas observações confessando seu lado autoritário. Segundo Otávio Frias Filho, que encabeçou as mudanças enquanto diretor de redação, um “certo modelo montado a ferro e fogo na *Folha*, na segunda metade dos anos 80, tem sido adotado como padrão básico para os anos 90” (*apud* Ribeiro: 1994, 65).

Entre as medidas do Projeto Folha, uma parte do tratamento técnico da informação ficava sob a responsabilidade da secretaria de produção, dirigida pelo jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva. Suas atribuições englobam “a definição dos assuntos prioritários de cada edição, a crítica diária do jornal, [...] o acompanhamento do programa de metas trimestrais” (*Manual Geral da Redação*: 1987, 58). Produzindo normas e quantificando as práticas profissionais da redação, a secretaria de produção tinha a finalidade de instaurar dispositivos de objetivação das atividades profissionais dos jornalistas. Assim, era atribuição da secretaria de produção a definição de métodos de contagem e de objetivos de redução de faltas gramaticais e de informação cometidas por cada jornalista. O campo de ação do secretário de produção se situava essencialmente na quantificação e na normatização do conteúdo redacional de cada edição do jornal. “A Secretaria de produção criou um complexo sistema de quantificação e comparação das ‘unidades informativas’ [...] presentes nas edições da *FSP* em relação a outros jornais ; de comparação entre o uso de fotos, mapas, gráficos, tabelas, textos-legenda [...] na *Folha* e nos concorrentes; implantou uma planilha de produção para o acompanhamento da evolução de cada reportagem ao longo do dia. Outra atribuição da Secretaria de Produção foi a de normatizar o trabalho jornalístico e, no limite, disciplinar os jornalistas” (Ribeiro: 1994, 69). Segundo

o pesquisador, a criação do cargo de ombudsman da *Folha de S. Paulo* é considerada uma sugestão da secretaria de produção.

O histórico do ‘ombudsmanato’ na *Folha*

Três anos separam o projeto de criação da função e a designação do primeiro ombudsman; a crônica inaugural do ombudsman da *Folha de S. Paulo* saiu em setembro de 1989. O ‘ombudsmanato’ foi projetado desde 1986; durante uma reorganização do prédio da *Folha*, uma placa ‘ombudsman’ foi fixada sobre a porta de uma sala. Mas foi em junho de 1989 que o jornalista Caio Túlio Costa, ex-secretário de redação e então correspondente do diário na França, é convidado pela direção da *Folha de S. Paulo* para ocupar o cargo de ombudsman. Na época, esse cargo que não existia na mídia do Brasil. Essa distância temporal, segundo Otavio Frias Filho, é estratégica por causa das tensões suscitadas pela reestruturação organizacional (*Imprensa*: 1989/26). Anteriormente o ombudsman poderia contrariar as mudanças, se opondo às medidas de reestruturação. Todavia, durante o intervalo entre a decisão e a implantação da ouvidoria de imprensa, essa idéia não foi totalmente deixada de escanteio. Alguns jornalistas foram convidados para assumir a função e declinaram o convite. Caio Túlio Costa enumera Boris Casoy, Luis Nassif, Sergio Augusto, Augusto Nunes e Joelmir Beting (*Revista da Comunicação*: 1996/43, 4–8).

No momento de implantação do cargo, o ombudsman foi proposto como uma prova pública do projeto editorial do jornal, como um dispositivo de ancoragem das normas burocráticas e dos métodos de trabalho, um diferenciador da concorrência e um crítico da mídia. Ele também era um dispositivo do discurso de precursor da *FSP*, de diferenciação e de superioridade do jornal em relação à concorrência. Nesse ângulo, “materializar esse discurso da superioridade, conferindo-lhe aparência de modernidade e objetividade, parece ser uma função do ombudsman da *Folha* que, em sua coluna, se reveste da toga de juiz da imprensa” (Ribeiro, 1994, p. 83), de maneira que o cargo pôde ser incluído em toda material de divulgação da *Folha de S. Paulo*.

A legitimação pela crítica da mídia

A função de ouvidor de imprensa não apareceu nas páginas no jornal sem que os leitores sejam prevenidos. Na véspera de sua chegada como encontro semanal na página seis do primeiro caderno da edição dominical, a ouvidoria de imprensa foi explicada aos leitores no artigo « *Folha* lança amanhã a coluna do ombudsman ». Nas primeiras linhas da coluna de inauguração, publicada no dia 24 de setembro de 1989, o primeiro *ombudsman* da *Folha de S. Paulo*, Caio Túlio Costa expõe aos leitores os princípios da sua função e oferece uma delimitação da temática que será explorada nela: O *ombudsman* vai “comentar as notícias da semana e a maneira como a imprensa tratou os assuntos, com um único objetivo: ler os jornais e escutar as notícias com os olhos e ouvidos de leitor exigente”. Na conclusão do seu texto, Caio Túlio Costa interpela seu leitor: “Daqui pra frente não tenha dúvida. Ao sentir seu direito de leitor ferido, procure o ombudsman. Ele está sendo pago para defender você” (*Folha de S. Paulo*, 24/09/1989).

Assim, o *ombudsman* da *Folha de S. Paulo* estabelece uma completa cisão espacial nas suas atribuições: ele a associa com a avaliação do tratamento da informação durante a semana transcorrida e se coloca a serviço dos leitores, a fim de defender seus direitos. As atribuições, e, conseqüentemente a missão da ouvidoria, são cindidas: de um lado, a produção de uma crítica das edições do diário durante a semana transcorrida; de outro lado, a recepção e o tratamento das reclamações dos leitores. De resto, quando ele enuncia que sua função consiste em “ler os jornais e escutar as notícias com os olhos e ouvidos de leitor exigente”, o *ombudsman* assinala ao mesmo tempo vai também prestar atenção nas práticas profissionais de concorrência e que ele vai exercer isso como um leitor especial e advertido.

Dessa maneira, o novo *ombudsman* identifica, a partir dos exemplos retirados do jornal ou da mídia durante a semana transcorrida, as fraquezas da imprensa brasileira em geral, e da *Folha de S. Paulo*, em particular.

O *ombudsman* da *Folha de S. Paulo* se define então como sendo um objeto multifacetado que se edifica sobre a base de um compromisso entre vários princípios (Boltanski e Thévenot: 1991). Essa nova função se estrutura sobre a base de um compromisso entre princípios cívicos (defender o direito dos leitores), princípios domésticos (caracterizados pela instituição de uma cadeia hierárquica na qual o leitor tem a necessidade da intercessão do *ombudsman* para ser protegido), principais mercantis (resultante das demandas dos consumidores e dos dispositivos de diferenciação da concorrência). A separação espacial e

a cisão entre a avaliação do tratamento da informação e do atendimento das reclamações dos leitores se associa ao descritivo da função situado no box que acompanha cada coluna:

« Suas atribuições são criticar o jornal sob a perspectiva do leitor – recebendo e checando as reclamações que ele encaminha à redação – e comentar, aos domingos, o noticiário dos meios de comunicação »

Seguindo essa descrição da função, a crítica da mídia se faz “sob a perspectiva do leitor”, o que configuraria levar em consideração o leitor. Em outros termos, na retórica da função, a cisão das duas atribuições se faz sem prejuízo à defesa do leitor, porque as apreciações do trabalho jornalístico realizadas pelo ombudsman se apóiam nas preocupações e nos interesses dos leitores. A articulação da produção de uma crítica e do tratamento das queixas dos leitores constituem situações de defesa do leitor. Assim, o ombudsman pode se qualificar de “advogado do leitor”, de “representante do leitor”, de “defensor do leitor na redação”, de “crítico da mídia (*media critic*)” e de “profissional especialmente contratado para escutar as reclamações dos leitores” (Costa, 1991). Essas atribuições da função não são mais desarticuladas, mas são etapas para alcançar a realização da finalidade maior, o atendimento do leitor:

“Na América Latina, a *Folha de S. Paulo* é a pioneira na introdução desse programa de investigação das queixas dos leitores e de crítica ao próprio jornal, de defensor do leitor dentro de uma redação. Coube a mim dar forma, implantar e consolidar um serviço de atendimento ao cidadão num país onde a cidadania nem chega a ser uma noção – é um desejo difuso e uma possibilidade distante” (Costa, 1991, p. 7).

A diferenciação em relação à concorrência

Os ombudsmen da *Folha de S. Paulo* assimilam a função e as mudanças editoriais, de gestão e de marketing, como a segmentação dos cadernos, a gratuidade dos classificados e a reestruturação organizacional do jornal. Na justificção do Projeto Folha, a grandeza do diário reside no dinamismo e na capacidade de apresentar novidades. O ombudsman se insere nos dispositivos de diferenciação da *Folha de S. Paulo* em relação aos outros diários de circulação nacional. E participa ativamente das ações de desqualificação da concorrência, de maneira que os titulares da função chegam a dizer que um outro diário “reproduziu nas suas páginas iniciativas da *Folha*, em vez de desenvolver ele próprio as suas inovações” (Costa, 1991, p. 159) ou que “a *Folha* vem sendo copiada discretamente na

questão do ombudsman. [...] Ninguém assume porque é uma marca muito clara da *Folha de S. Paulo*. Ficaria difícil admitir que estariam adotando uma idéia da *Folha*, confirmando mais uma vez o pioneirismo do jornal paulista” (Santos *apud* Silveira: 1992, 216). Implantar a função de ouvidor seria tentar reproduzir as ações da *Folha de S. Paulo*. No mais, apenas a *Folha de S. Paulo* teria um modelo completo de ouvidoria de imprensa, enquanto que o restante da mídia se contentaria de reproduzir fragmentalmente seu modelo.

Dar a ver a autonomia

Para traduzir a autonomia do titular na função com respeito à direção do jornal, a *Folha de S. Paulo* fixou inicialmente o regulamento específico da função. A apresentação das novas tarefas de Caio Túlio da Costa foram acompanhadas de regras, em guisa de disposições estatutárias jurídicas. Assim, desde a coluna inaugural, no pé de cada coluna do ombudsman, encontra-se um box explicativo da função de ombudsman. No momento da criação da função, segundo as regras instituídas pela *Folha*, o enfraquecimento dos laços de subordinação do empregado em relação ao empregador tem um lugar importante. O ombudsman se vê conferir um ‘mandato’ de duração anual, renovável um segundo ano, em caso de acordo entre o *ombudsman* e a direção de redação. O ombudsman não podia ser demitido durante a duração do ‘mandato’ e ele tinha a garantia de estabilidade de seu emprego durante seu ‘mandato’ e também durante o ano posterior à entrega do cargo. Essas normas foram corrigidas: a partir de janeiro de 1998, o ombudsman pode exercer a função durante um período máximo de três anos consecutivos, no lugar de dois anos, cujo contrato é sempre restabelecido anualmente e a garantia de estabilidade de seu emprego após o fim do mandato foi reduzida para seis meses, no lugar de doze meses.

Além disso, outros dispositivos foram elaborados para completar os signos aparentes de autonomia da parte do ombudsman. É o caso da localização dos escritórios da ouvidoria que levam em consideração uma separação física para atestar uma vontade de distanciamento simbólico da redação. As salas de Caio Túlio Costa estavam localizadas em um prédio vizinho da redação da *Folha de S. Paulo*, onde estavam instalados os departamentos administrativo e publicitário do diário. Essa localização do escritório foi solicitada por seu ocupante que estimava que um afastamento físico da redação estimula a idéia de distanciamento.

O distanciamento é então intencionalmente configurado para marcar a autonomia do ombudsman em relação à redação:

“O distanciamento do representante dos leitores em relação à redação e aos jornalistas é essencial para seu trabalho crítico – se ele almeja uma presença crítica e incisiva. Por isso, a sala do ombudsman da *Folha*, originalmente prevista para ocupar um lugar próximo à direção do jornal, mudou até de prédio” (Costa, 1991, p. 23).

Mais tarde, a sala se mudou e atualmente está localizada no mesmo imóvel da redação da *Folha*, mas em um outro andar. Entretanto, independentemente do fato de ser instalado no prédio da redação ou em um imóvel contíguo, o escritório do ombudsman sempre foram localizados nos limites da empresa jornalística e os leitores que escrevem para o ombudsman da *Folha de S. Paulo* lhe mandam uma carta endereçada ao endereço do jornal.

As atividades profissionais do ombudsman

Na *Folha de S. Paulo*, o *ombudsman* aceita verificar as queixas dos que consideram que o jornal os prejudicou. Receber os pedidos de correções, mesmo se são outras editorias que verificam e mandam publicar, fazem parte de suas atividades. O ombudsman não tem a faculdade de percorrer a redação e de interpelar os jornalistas sobre as reclamações dos leitores. Conforme as disposições de burocratização e de hierarquização da redação, as relações profissionais entre o ombudsman e a redação são submetidas a um procedimento, o que é um entrave para a autonomia do ombudsman. Para verificar as reclamações dos leitores e/ou para comunicar sua apreciação diária da edição do jornal, o ombudsman deve, segundo as resoluções estabelecidas pela direção de redação, passar por um contato formal e normalizado com os membros da redação, na qual a própria redação serve de intermediária. Seu contato profissional com a redação se faz somente se ela é previamente “autorizado pela direção de redação” (*Novo Manual da Redação*, 1992).

O ombudsman não tem autorização para se dirigir pessoalmente a um jornalista para investigar as queixas dos leitores: ele recebe a crítica do leitor e, quando necessário, a expede para a direção da redação, que a retransmite para a pessoa ou editoria envolvida. É atributo da direção de redação receber a resposta e reenvia-la ao ombudsman. Na ocasião,

ele procede a uma contra-investigação para verificar os erros de informação, e, para emitir um parecer, ele consulta diferentes especialistas, como outras fontes de informação ou *experts*.

A coluna do ouvidor de imprensa, segundo a modelização colocada em circulação pela *ONO*, é a mais importante porque ela deve ser o meio de publicizar as apreciações do tratamento da informação. Em regra geral, contrariamente aos escritos de outros membros da redação do título, a coluna produzida pelo ombudsman não é submetida à revisão nem precisa de autorização para ser publicada.

Além da produção de uma coluna semanal e do tratamento das reclamações dos leitores, o ombudsman da *Folha* redige, de segunda a sexta, uma crítica interna, que circula na redação no início da tarde. Trata-se do exame de uma edição do título no qual o ombudsman pode acrescentar as críticas e as interrogações dos leitores. Na crítica interna, a formulação de uma pergunta, o pedido de explicações, de esclarecimentos ou de informações complementares não obrigam o redator, o repórter ou o edição envolvido a reagir; o jornalista pode ou não fornecer uma resposta ao ombudsman. Tendo função indicativa, todas as suas propostas, sugestões e avaliações inseridas na coluna ou na crítica interna, são assim submetidas à aprovação da direção de redação para terem função deliberativa. O ombudsman não tem o poder mandar publicar uma correção ou de solicitar a modificação de práticas profissionais, de exigir a publicação de um complemento de informação ou, ao contrário, de solicitar a interdição de artigo sobre um determinado assunto.

Considerações finais

No discurso de justificação do ombudsman da *Folha de S. Paulo*, a articulação das atribuições se faz logo pela construção da grandeza da função, que estabelece de equivalências entre a defesa do leitor e a crítica da mídia. Assim, a definição e as caracterizações do ombudsman repercutem no seu trabalho desde a criação da função até os dias atuais. No processo de evolução da função, a crítica à concorrência se atenua; a mídia passa ser utilizada como um critério de avaliação e comparação do desempenho da redação do jornal.

Mas, a principal característica do ombudsman da *FSP* se relaciona com a reprodução das manifestações dos leitores em sua coluna semana. As colunas semanais do ombudsman da *Folha de S. Paulo* se caracterizam pela primazia da crítica do tratamento da informação, e isto em detrimento da tarefa de responder de reclamações formuladas por leitores. Boa parte das colunas dos ombudsmen deixa de reproduzir as considerações dos leitores. Das 254 colunas publicadas de janeiro 1994 a junho 1999, 63 textos (24,8%) não continham nenhuma manifestação dos leitores. Assim, o ombudsman pratica mais a representação do leitor como forma de fazer as avaliações do trabalho jornalístico no lugar dos leitores, do que de dar espaço as apreciações formuladas pelos leitores.

Referências bibliográficas

BOLTANSKI, Luc) “Profession”, pp 2058–2061, in : JACOB, A., dir. *Encyclopédie Philosophique Universelle. Les notions philosophiques. Dictionnaire* (2). Paris : PUF, 1990.

BOLTANSKI, Luc, THÉVENOT, Laurent. *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris : Gallimard, 1991.

CHAPARRO, Manuel Carlos. *Pragmática do jornalismo. Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. São Paulo : Summus, 1994.

COSTA, Caio Tulio. *O relógio de Pascal. A experiência do primeiro ombudsman da imprensa brasileira*. São Paulo : Siciliano, 1991.

Manual Geral da Redação. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1987.

MESQUITA, Mario. *O jornalismo em análise. A coluna do provedor dos leitores*. Lisbonne : Minerva, 1998.

MOTA, Carlos Guilherme, CAPELATO, Maria Helena *História da Folha de S. Paulo*. São Paulo : Impres, 1980.

Novo Manual da Redação. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1992.

RIBEIRO, Jorge Claudio. *Sempre Alerta. Condições e contradições do trabalho jornalístico*. São Paulo : Brasiliense – Olho d’água, 1994.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *O adiantado da hora. A influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo : Summus, 1991.

SILVEIRA, Santa Maria Nogueira. *Ética: esta lei pega? (Apontamentos sobre a moralidade que a Imprensa prega e pratica)*. Tese de doutorado em Comunicação, Escola de Comunicação e Arte/Universidade de São Paulo, 1992.

XAVIER, Mário. “Ombudsmen de imprensa são necessários ? Por quê ?”, *Chasqui* (54), 1996.

Jornalismo e eleições nos rincões do Brasil: um estudo sobre a cobertura do jornal O Mossoroense nas eleições municipais de 2004 em Mossoró/RN

Lerisson Christiam Nascimento¹

Resumo: O objetivo principal do presente estudo é compreender de que forma o jornal O Mossoroense tratou os candidatos a Prefeitura Municipal de Mossoró/RN nas eleições de 2004. Utilizamos seguintes parâmetros: visibilidade (quantidade de citações do nome do candidato); valência (positiva, negativa, neutra) com a qual o candidato é identificado, assim como a noção de enquadramento, com os subtipos: temático, personalista, corrida de cavalos e episódico, permitindo identificar as situações nas quais os candidatos aparecem. Analisamos 215 matérias veiculadas no caderno Política entre 01/07 e 03/10. Os candidatos foram Fátima Rosado (PFL), Larissa Rosado (PMDB), Crispiniano Neto (PT) e Francisco José (PSB). A disputa foi polarizada pelo jornal entre as candidatas Larissa Rosado e Fátima Rosado, sendo a primeira amplamente favorecida pela cobertura do jornal.

Palavras-chave: Jornalismo, eleições, enquadramento, mossoroense, mossoró

INTRODUÇÃO

Em uma análise sobre como se configura o mercado da informação brasileiro, temos que levar em consideração o fato de que existem enormes diferenças regionais que influenciam esse mercado e que determinam graus diferentes de influências externas, sejam de natureza política, econômica ou social, sobre a cobertura política de um jornal. Nosso estudo procura levar em consideração essa diversidade; a cobertura feita por jornais como *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* sobre as eleições municipais paulistanas de 2004 deve ter sido diferente da feita pelo jornal *O Mossoroense* acerca das eleições desse mesmo ano em Mossoró/RN.

Mossoró é a maior cidade do interior do Rio Grande do Norte, com cerca de 217 mil habitantes. Conta com quatro jornais impressos de circulação diária, duas Tvs locais e várias emissoras de rádio. No entanto, o nível de profissionalismo no jornalismo local ainda é baixo, estando todos esses órgãos de imprensa ligados diretamente a grupos políticos locais. O

¹ Bacharel em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Mestrando em Ciências Sociais, com área de concentração em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos/SP (Ufscar). Bolsista Cnpq.

que faz com que a concorrência por leitores seja deixada de lado em detrimento de uma concorrência entre interpretações dadas pelos jornais.

A ligação entre jornalismo e grupos políticos na história Brasil é marcante. A maioria das empresas de comunicação no Brasil tem alguma forma de ligação com grupos políticos o que pode influenciar a cobertura desses órgãos de imprensa em períodos eleitorais.

Nosso trabalho não procura responder o *porquê* dessa situação e sim como ela é materializada nas páginas dos jornais. Porém, procuramos não nos limitar ao chamado *paradigma da objetividade*, que pauta sua análise nos conceitos de imparcialidade (se a mídia favorece ou não grupos políticos) e objetividade (impedir que valores e ideologias interfiram nos relatos). Partimos do pressuposto da impossibilidade da comunicação imparcial, de conteúdos independentes do mundo exterior.

O objetivo principal no presente trabalho é analisar a cobertura feita pelo jornal *O Mossoroense* nas eleições municipais de Mossoró/RN em 2004. Procuramos mostrar como se deu a cobertura em relação aos quatro candidatos, Fátima Rosado (PFL), Larissa Rosado (PMDB), Crispiniano Neto (PT) e Francisco José (PSB), numa perspectiva descritiva, através da análise do material publicado nas reportagens do caderno *Política* do jornal no período compreendido entre 01 de julho e 03 de outubro de 2004.

O modelo de análise empregado, com modificações, foi o utilizado pelo DOXA – Laboratório de Pesquisas em Comunicação Política e Opinião Pública do IUPERJ – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, para a análise da cobertura de jornais sobre a campanha eleitoral de 2004 em quatro capitais: São Paulo/SP, Rio de Janeiro/RJ, Belo Horizonte/MG e Fortaleza/CE². Esse modelo propõe a análise quantitativa da cobertura da imprensa escrita, levando em consideração parâmetros como visibilidade, ou aparições,

² Fonte: <http://doxa.iuperj.br/eleicoes2004.htm>, acesso em 10/03/2005.

(quantidade de citação do nome do candidato³) e valoração, valência, (positiva, negativa ou neutra) com a qual o candidato é identificado na matéria.

As matérias positivas são aquelas sobre ou com o candidato que reproduzem programa de governo, promessas, declarações do candidato ou do autor da matéria ou de terceiros (pessoas ou entidades) favoráveis (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal) ao candidato e ainda reprodução de ataques do candidato a concorrentes, resultados de pesquisas ou comentários favoráveis. As matérias negativas reproduzem ressalvas, críticas ou ataques (contendo avaliação de ordem moral, política ou pessoal) do autor da matéria, de candidatos concorrentes ou de terceiros a algum candidato, resultados de pesquisas ou comentários desfavoráveis. As neutras são as matérias que reproduzem a agenda do candidato, matérias sobre ou citação de candidato sem avaliação moral, política ou pessoal do autor da matéria ou de terceiros, inclusive de concorrentes.

No caso de ocorrer em uma mesma matéria elementos positivos e negativos, prevalece a valência positiva se houver mais elementos positivos do que negativos; negativa se houver mais elementos negativos que positivos e neutra se houver um equilíbrio entre elementos negativos e positivos⁴.

Para certificar se a cobertura do jornal seria imparcial e apartidária, utilizamos o parâmetro adotado por Azevedo (2002), quando de sua pesquisa sobre a cobertura dos jornais paulistas nas eleições municipais de 2000 em São Paulo/SP. Para ele, a cobertura seria considerada imparcial e apartidária se a porcentagem de matérias neutras fosse igual ou superior a 50% do total⁵.

³ Consideramos o número de vezes que o nome do candidato foi citado, tanto em títulos como no corpo do texto das matérias.

⁴ Fonte sobre as classificações dos tipos de valência: <http://doxa.iuperj.br/eleicoes2004.htm>, em 28/02/2005.

⁵ O parâmetro adotado por Azevedo (2002) é utilizado para avaliar a existência de certas condições estruturais, como a competitividade do mercado jornalístico e a existência de uma poliarquia estabelecida, como necessárias para a existência de um jornalismo independente e apartidário. Tais condições não são encontradas no contexto

Empregamos também, como modelo teórico-metodológico, a noção de enquadramento (*framing*). Para Gitlin (apud ALBUQUERQUE, 1998, p. 16) os enquadramentos são “princípios de seleção, ênfase, e apresentação, compostos de pequenas teorias tácitas acerca do que existe, do que acontece e do que é importante”. Nos *media*, os enquadramentos são definidos pelo autor como “referenciais implícitos que ‘organizam o mundo tanto para jornalistas que o descrevem como, num grau muito importante, para nós que confiamos em suas descrições”. (idem, p. 16). Dessa forma, os enquadramentos permitem aos jornalistas processarem uma grande quantidade de informações, ou seja, a sua existência é inevitável para a operacionalização das funções do jornalista. O problema seria, então, identificar e explicar os tipos de enquadramentos dados às notícias.

Utilizamos, para a análise do material coletado, quatro subclassificações, ou tipos de enquadramento: episódico, corrida de cavalos, temático e personalista. Tivemos como fonte o trabalho *Diário de Natal e a cobertura para as eleições Presidências de 2002* de Ádrina Mendes Cavalcante e Carlos Augusto Queiroz Filho (2004), consideramos as definições apresentadas nesse trabalho.

Os enquadramentos são classificados como: **episódico**, refere-se às notícias centradas em eventos que relatam “fatos” ou declarações de atores, adotando, portanto, um tipo mais descritivo de jornalismo; **corrida de cavalos**, concebe a evolução da campanha como uma corrida entre os candidatos, privilegiando os resultados das pesquisas e as estratégias de campanha dos candidatos; **temático**, enfatiza as posições e propostas dos candidatos sobre os aspectos substantivos da campanha: plataformas e programas dos diferentes candidatos; e **personalista**, se refere às notícias que enfatizam a vida pessoal dos candidatos e outros atores, suas habilidades e qualidades e a reação dos eleitores a eles ou elas enquanto pessoas.

mossoroense, no entanto, a adoção desse parâmetro nos permite observar até que ponto esses elementos são importantes para a existência de uma imprensa apartidária e independente.

Esse modelo nos permite ver além da *visibilidade* e da *valência* atribuída a cada candidato por uma matéria, ele nos permite identificar as *situações* nas quais o candidato aparece, o que pode nos dar respostas sobre como o jornal o percebe, ou como concebe a campanha eleitoral, assim como a imagem pública que o candidato tem a partir do jornal.

As modificações citadas acima dizem respeito aos espaços de coleta de dados utilizados. Fizemos uma análise no caderno *Política* do jornal *O Mossoroense* (páginas 3 e 4) ao contrário do que é proposto nos modelos citados, que fazem uma análise de todo o conteúdo do jornal, inclusive charges e fotos, as quais também não analisamos. A razão para tanto diz respeito a uma inquietação: como se configura a cobertura política nas reportagens que a princípio teriam um estilo mais descritivo e menos opinativo?

Melo (2003) considera que podemos separar dois estilos (opinativo e informativo/descritivo) em duas categorias de jornalismo: o *jornalismo informativo* e o *jornalismo opinativo*. Essa distinção, segundo ele, corresponde a um artifício profissional e a um político.

Profissional, no sentido de definição do espaço de atuação do jornalista que vai do dever de informar, registrar fatos, situações, etc. ao poder de opinar, tomar partido, poder esse concedido ou não pela empresa que o emprega.

Político, haja vista o jornal, ou os meios de comunicação de massa em geral, terem potencialmente uma forte influencia sobre o comportamento dos receptores das mensagens⁶.

Mas, para este autor, independentemente do tipo de artifício narrativo – se *jornalismo informativo* ou *jornalismo opinativo* – cada processo jornalístico possui sua dimensão ideológica (MELO, 2003, p. 25). Mesmo assim, “independentemente das concepções ideológicas que assumem ou do modo de produção econômica que caracteriza a

⁶ Ver Bourdieu (1997); Thompson (1995), Castells (1999)

sociedade respectiva” (idem, p. 26), há, por parte de estudiosos e profissionais da área, o reconhecimento da existência dessas duas categorias. Partindo desses pressupostos, nossa análise recairá sobre o que este autor compreende como *jornalismo informativo*.

O MOSSOROENSE E O JORNALISMO EM MOSSORÓ/RN: OBSERVAÇÕES PRELIMINARES

Em nosso objeto de estudo é marcante a relação existente entre o jornal e um grupo político local, os Rosado, ligados ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro – PMDB⁷, que teve como candidata à Prefeitura Municipal de Mossoró – PMM no processo eleitoral de 2004, Larissa Rosado, filha de acionistas⁸ do jornal *O Mossoroense*.

Tal constatação nos levaria a concluir que a possibilidade da cobertura do jornal ter sido tendenciosa é muito grande, mas grande *quanto e como*? A nossa pesquisa, ao procurar compreender como as matérias trataram os candidatos no período eleitoral, acaba por responder, de maneira mais sistemática, se a cobertura foi, ou não, partidária, sendo que nosso foco foi procurar dizer *quanto e como* e não somente o *porquê*.

Dessa forma, esperamos contribuir para uma discussão sobre a imprensa, e a mídia em geral, em Mossoró/RN. A cidade viveu, principalmente nos últimos seis anos, um grande crescimento do mercado da informação, com o lançamento de novos órgãos de imprensa: Jornal De Fato, TV a Cabo Mossoró, FM Abolição, Revista Papangu, Jornal dos Negócios, Jornal Pagina Certa, Rede Potiguar de Comunicação, etc; e modernização técnica de outros, como o Jornal de Mossoró, Gazeta do Oeste, Rádio Difusora, Sucursal da TV Cabugi (afiliada da Rede Globo) etc.

⁷ Atualmente os políticos citados, Laíre Rosado, Sandra Rosado e Larissa Rosado, que a época do processo eleitoral de 2004 estavam no PMDB, estão no PSB (Partido Socialista Brasileiro), partido da Governadora do Rio Grande do Norte, Wilma de Faria.

⁸ Os acionistas e vistos como donos do jornal são Laíre Rosado e Sandra Rosado, pais de Larissa.

São quatro jornais locais diários circulando na cidade: Gazeta do Oeste, Jornal De Fato, Jornal de Mossoró e O Mossoroense; circula ainda o jornal Tribuna do Norte, com sede na capital do estado, Natal/RN, que re-instalou sua sucursal na cidade e agora conta com um espaço dedicado a Mossoró/RN e ao interior do estado, circulam também o Diário de Natal, além de vários outros jornais e revistas de publicação não diária.

Esse crescimento impulsionou o início de um processo de *profissionalização* da prática jornalística local, no sentido do uso de práticas menos amadoras de fazer jornalismo, como um maior uso da informática e a exigência de um maior nível de escolaridade para exercer a profissão.

Segundo Willian Robson⁹, Editor-Chefe do *Jornal De Fato*, essa preocupação com o aumento do nível de profissionalização do jornalismo praticado em Mossoró/RN, teve grande impulso nos últimos quatro anos, concomitantemente ao crescimento do mercado da informação mossoroense e do surgimento do Jornal de Fato.

Fenômeno observado pelo surgimento da idéia de uma necessidade urgente de cursos de *profissionalização* na área. Nesse período, notadamente, surgem a Oficina de Jornalismo Rai Brito¹⁰ e o curso de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN em 2003.

Nesse sentido, o mercado da informação mossoroense passa atualmente por um processo de transição, de um jornalismo praticado preponderantemente de forma amadora para um tipo de jornalismo mais profissional, no sentido de práticas e técnicas mais modernas de fazer jornalismo, e com um crescimento numérico de órgãos de imprensa, mas, ainda conforme o Editor-Chefe do *Jornal De Fato*, com um nível de profissionalismo baixo, além do que, ainda fortemente ligado às elites políticas locais, no sentido de propriedade de órgãos de imprensa, o que coloca a imprensa mossoroense dentro do padrão de propriedade dos

⁹ Entrevista concedida ao autor no dia 07/10/2004.

¹⁰ Oficina idealizada e comandada pela jornalista Lúcia Rocha que visa capacitar pessoas que trabalham e que pretendem trabalhar na área jornalística em Mossoró/RN.

órgãos de imprensa brasileiros, caracterizado pela forte presença de políticos e grupos familiares no comando das empresas de comunicação. (DE LIMA, 2001, p. 104).

A escolha de *O Mossoroense* como objeto de pesquisa deu-se devido à importância histórica do jornal para a cidade, e em especial, para o jornalismo mossoroense. O jornal existe há mais de 130 anos, é considerado um dos três jornais mais antigos do Brasil, foi fundado no dia 17 de outubro de 1872 por Jeremias da Rocha Nogueira. Representa, de certo modo, a tradição do jornalismo mossoroense, existindo durante todo o século XX e sentindo os efeitos das mudanças políticas, econômicas, culturais e tecnológicas ocorridas nesse período.

O jornal pertence à Rede Resistência de Comunicação que conta ainda com uma Emissora de Rádio FM, com uma revista mensal, *Coragem* e que esta operando experimentalmente uma Emissora de TV, a TV Mossoró. Rede essa que pertence a um grupo político local, liderado pelo líder do PMDB em Mossoró/RN, Laíre Rosado¹¹ e pela Deputada Federal também pelo PMDB, sua esposa, Sandra Rosado¹². Tal característica implica influências na cobertura política feita por esses meios de comunicação, sobretudo em períodos eleitorais, onde candidatos apoiados por esse grupo político estão na disputa.

O jornal é marcado pela forte presença das famílias Escóssia e Rosado em seu comando, famílias estas que formam uma elite político-familiar local há mais de cinquenta anos. Dos 18 diretores que o jornal teve em sua história, sete tinham o sobrenome Escóssia ou Rosado¹³.

Segundo Laíre Rosado, na edição de aniversário do jornal no ano de 2003:

Este jornal, a exemplo de todos os periódicos, sempre esteve ligado a políticos. (...). A presença de políticos em seu controle acionário não impede que O Mossoroense abra espaço a todas as outras correntes políticas,... a orientação é para a abertura total, tendo apenas o bom senso como limite. (ROSADO, Laíre. *O Mossoroense, O Mossoroense*, Mossoró, *Opinião*, 17 out. 2003.)

¹¹ Hoje no PSB, e atual Secretário de Agricultura do RN

¹² Hoje no PSB

¹³ Nomes que fizeram história, *O Mossoroense*, Mossoró, *Especial* 17 out.. 2003.

Em relação ao enquadramento dado à política local pela imprensa, não há pesquisas desenvolvidas que ratifiquem que os jornais mossoroenses são, ou não, parciais e quais os tipos de enquadramento mais recorrentes.

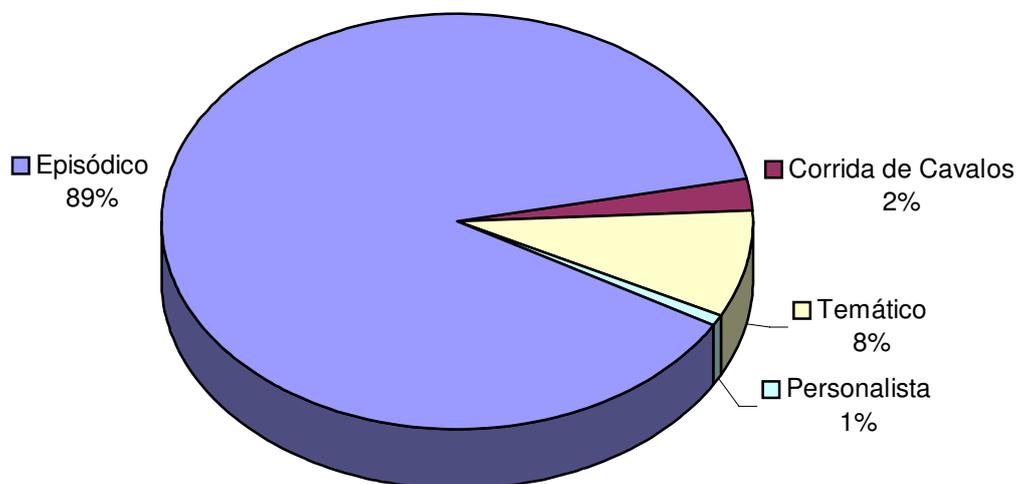
Sendo assim, buscaremos analisar um ponto dentro do campo jornalístico¹⁴ mossoroense, qual seja: como se configura a cobertura política de um jornal da imprensa escrita a partir da identificação do tipo de enquadramento dado pelo jornal (*O Mossoroense*) ao processo político eleitoral local no ano de 2004.

RESULTADOS

Analisamos ao todo 215 matérias veiculadas no caderno *Política* do jornal *O Mossoroense* entre 01 de julho e 03 de outubro de 2004, período em que se desenvolveu a campanha eleitoral. Identificamos uma forte ocorrência do enquadramento *episódico* durante o período. Tal resultado é reflexo do espaço de coleta de dados. Em segundo lugar aparece o enquadramento *temático*, logo em seguida o *corrida de cavalos* e por último o *personalista* como demonstra o Gráfico 1.

¹⁴ Usamos aqui a noção de Bourdieu (1997), para ele *campo* é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias (idem, p. 57).

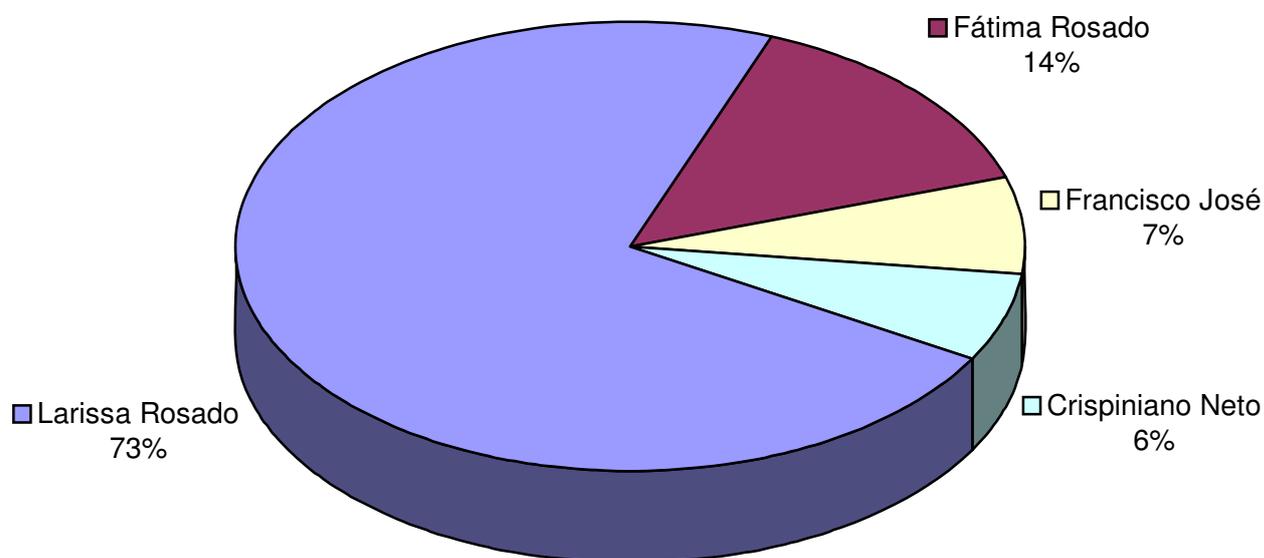
Gráfico 1: Classificação das matérias de *O Mossoroense* segundo o enquadramento



Isso demonstra que as matérias procuraram mais descrever os atores *agindo*, relatar fatos e declarações ocorridas durante a campanha: comícios, visitas, encontros, etc. Para Cavalcante e Queiroz Filho (2004, p. 3) isso pode fazer com que “a audiência atribua responsabilidades diante da realidade a pessoas em particular”.

Tal atribuição é recorrente na cobertura feita em relação à candidata Larissa Rosado. Invariavelmente as matérias descrevem suas atividades de campanha (visitas, encontros, comícios, passeatas) sempre dando enfoque a sua pessoa, ou, ao seu nome. Podemos perceber isso pela visibilidade da candidata dentro desse enquadramento.

Gráfico 2: Classificação das matérias de O Mossoroense segundo a visibilidade dos candidatos no enquadramento Episódico

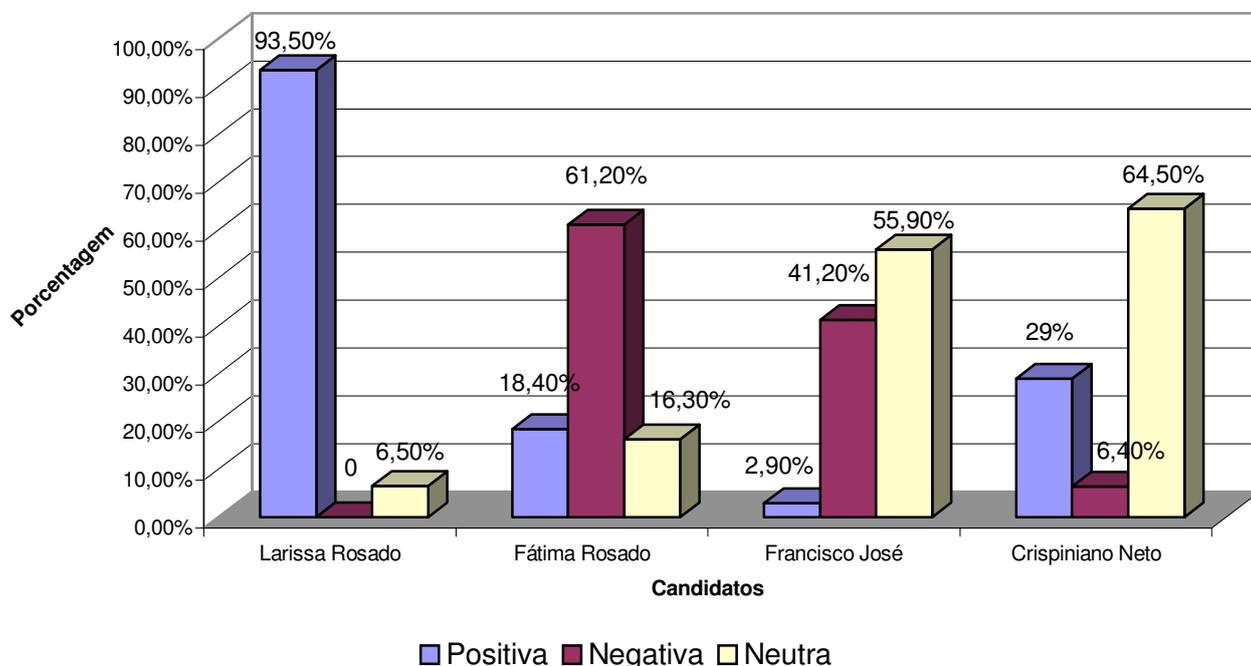


De acordo com o Gráfico 2, Larissa Rosado tem uma ampla visibilidade no enquadramento episódico (73%), em detrimento dos outros candidatos que somadas as citações feitas a seus nomes não chegam a esse percentual.

Larissa Rosado aparece visitando bairros pobres, favelas, zona rural, empresários, comércio, escolas, hospitais, empresas, sindicatos. Fazendo encontros com trabalhadores da saúde, educação, comércio, vai até ao encontro com os “flanelinhas”. Os outros candidatos não têm suas atividades de campanha descritas com tanta recorrência.

Também a valência da candidata Larissa Rosado nesse enquadramento é bem superior à de seus adversários de campanha como mostra o Gráfico 3. O índice de matérias positivas em relação à candidata Larissa Rosado chega a mais de 90%, sem nenhuma matéria negativa a seu respeito. O índice mais próximo é do candidato Crispiniano Neto que tem 29% de matérias positivas, ele também tem o maior índice de matérias neutras, 64,5%. A candidata Fátima Rosado conta com o maior índice negativo, 61,2%. Isso demonstra uma polarização da cobertura do jornal entre as candidatas Larissa Rosado e Fátima Rosado. Vejamos (abaixo do gráfico 3) alguns trechos de matérias com esse enquadramento como exemplo.

Gráfico 3: Classificação das matérias de O Mossoroense segundo a valência dos candidatos no enquadramento episódico



Coligação Mossoró Melhor faz maior convenção no município

A coligação Mossoró Melhor venceu a disputa entre as coligações que irão disputar as eleições deste ano. A chapa encabeçada pela deputada estadual Larissa Rosado (PMDB), que tem o vereador Vicente Rego (PDT), como candidato a vice-prefeito, levou cerca de cinco mil pessoas ao Pavilhão de Eventos do Coelho, na Avenida Presidente Dutra, na maior movimentação do dia passado.

A mobilização ganhou em número de pessoas e de empolgação. Os nove partidos que apóiam a coligação Mossoró Melhor fizeram uma grande festa, que contou com a presença de várias lideranças estaduais e locais (veja matérias na página 4). [sic]

Alguns momentos da convenção ficaram marcados. Um desses momentos foi quando o filho do candidato Vicente Rego, Ênio Rego, participou do evento. Emocionado, Ênio escreveu uma carta em nome da sua família e falando em nome do pai.

“O meu desejo e o desejo de toda a minha família é o de que o povo de Mossoró saiba que Vicente Rego é um homem honrado, que cumpre os seus compromissos e que resolveu apoiar a candidatura de Larissa porque sabe que ela é o melhor para Mossoró”, dizia o texto. “O meu pai, tenho certeza, vai estar conosco para dizer pessoalmente que quer ver Mossoró crescer e que isso só é possível com gente comprometida, como Larissa, os nossos vereadores, o povo generoso desta cidade”, comentou.

A convenção também foi marcada por uma grande festa cívica. Falaram todos os dirigentes dos partidos que fazem parte da coligação Mossoró Melhor. O empresário Rútilo Coelho disse que ao contrário do que estava prometendo a outra chapa, de que “daria uma surra de saias”, do lado da coligação encabeçada por PMDB e PDT não se falava em agressão. “Se existir uma surra será uma surra de idéias”, disse (veja matéria completa na página 4). [sic]

A banda Taba, que estava animando a convenção, teve um problema com o fornecimento de energia do seu equipamento. Mesmo assim, o povo que estava presente à convenção segurou só na batucada das charangas e na regência do cantor Ewerton Linhares. “Foi lindo. Até quando há um probleminha desses, acaba dando tudo certo”, comemorou o ex-deputado Laíre Rosado, presidente do diretório municipal do PMDB.

A deputada federal Sandra Rosado (PMDB) protagonizou outro momento importante da convenção. Em seu discurso destacou a traição de antigos militantes do PMDB¹⁵, que se projetaram pela sigla e depois romperam por conta de “um prato de lentilhas”. Sandra também fez duras críticas à administração municipal, que ela considera dissociada dos interesses da população.

A convenção começou às 15h e se elasteceu até as 20h. Durante todo o período de realização o pavilhão do Coelhão ficou lotado. A coligação Mossoró Melhor foi a primeira a iniciar os seus trabalhos e a última a concluí-los. Para Laíre Rosado, isso mostrou que a militância está motivada e irá para a campanha deste ano com toda a garra para vencer o pleito. (O Mossoroense, Política 01 de jul. de 2004).

Temos aqui a notícia sobre a festa da convenção que lançou a chapa do PMDB/PDT, encabeçada por Larissa Rosado. A festa é descrita como a maior e a mais empolgante entre todas, indica discursos empolgados e mesmo com um problema técnico (o do equipamento de som) não há críticas. São reproduzidos trechos de discursos a favor da candidata. Vejamos outro exemplo.

Força do Povo homologa, sem empolgação, chapa ‘puro sangue’

Depois de seguidos desentendimentos, a coligação “Força do Povo” apresentou na tarde de ontem a chapa ‘puro sangue’, com as candidaturas da enfermeira Fátima Rosado (PFL) para prefeito e da advogada Cláudia Regina (PFL), vice-prefeito. A escolha dos nomes foi resultado de um impasse entre as duas candidatas, que até então concorriam à condição de cabeça de chapa da coligação.

A convenção da coligação “Força do Povo”, realizada na quadra de esportes do Colégio Pequeno Príncipe, não obteve o resultado esperado pelos organizadores. Apesar do considerável número de militantes, transportados em carros da prefeitura, o clima não foi de empolgação.

Durante o discurso das lideranças, os participantes mostraram-se cansados e dispersos. O resultado foi uma grande concentração na parte externa, enquanto que o centro do ginásio estava praticamente vazio, ocupado por alguns poucos portadores de bandeiras dos candidatos a vereador.

Estiveram presentes ao lançamento da candidatura de Fafá Rosado, que em 2000 disputou a eleição pela Unidade Popular, coligação do PMDB, cujo rompimento aconteceu em 2002, a prefeita Rosalba Ciarlini (PFL), do ex-deputado Carlos Augusto Rosado (PFL), o deputado federal Betinho Rosado (PFL), o senador José Agripino (PFL) e o deputado federal e candidato a prefeito de Natal, Ney Lopes (PFL). O senador Fernando Bezerra (PTB), que até então tinha presença confirmada, não compareceu.

A campanha da Força do Povo tem como base de apoio, além do PFL, o PPS, PMN, PTB, PSL, PHS, PCB, PRP e PTR, que não têm representatividade na chapa majoritária, formada apenas pelo PFL. (O Mossoroense, Política 01 de jul. de 2004).

A matéria acima descreve a festa de lançamento da candidatura de Fátima Rosado.

O evento ocorreu no mesmo dia do lançamento da candidatura de Larissa Rosado (01/07/2004). O texto já começa com uma crítica ao processo de definição da chapa, falando sobre um possível desentendimento entre a candidata à prefeita e sua vice, Cláudia Regina

¹⁵ Podemos considerar isso uma crítica velada à candidata, e hoje prefeita, Fátima Rosado (PFL), que nas eleições municipais de 2000, foi candidata à prefeita pelo PMDB, apoiada por Sandra Rosado e Laíre Rosado.

(PFL). Daí a ironia “puro sangue”, pelo motivo das duas fazerem parte do mesmo partido. A festa, segundo a matéria, não empolgou.

Percebemos claramente a diferenciação no tratamento dado as duas candidatas, uma apoiada e a outra combatida. Na primeira, apenas os aspectos positivos foram descritos, na segunda, apenas os negativos. Essa tendência esteve presente em toda a cobertura do jornal durante o período.

Constatamos na pesquisa uma prática interessante na construção das matérias, que une a descrição de atividades, notadamente visitas, com a descrição (divulgação) de propostas de campanha, ou seja, uma espécie de junção entre o enquadramento episódico e o temático. Isso somente ocorreu com a cobertura feita em relação à candidata Larissa Rosado, à medida que os encontros da candidata eram descritos, também suas propostas, para aquele setor visitado por ela, eram divulgadas. Vejamos um exemplo:

Candidata expõe idéias para guardadores e lavadores de carros

Na manhã de ontem, a candidata da coligação Mossoró Melhor, Larissa Rosado (PMDB), promoveu encontro com os lavadores e guardadores de carro da cidade. Durante a reunião a candidata teve a oportunidade de transmitir aos flanelinhas, as propostas do seu Programa de Governo. Sendo ouvida com bastante interesse, Larissa falou sobre a necessidade de melhorar as condições de trabalho e de vida para a classe.

Depois de expor suas propostas, a candidata passou a ouvir as perguntas e as reivindicações que um a um os presentes foram manifestando. Respondendo de forma clara as perguntas e sem jamais fugir de qualquer questionamento, a candidata mostrou desembaraço nas respostas e disposição para debater suas idéias.

Vários foram os que fizeram questão de falar à candidata sobre os problemas que eles enfrentam diariamente devido ao fato de não receberem nenhum apoio por parte do poder público municipal.

Larissa fez questão de mostrar que durante a sua administração as coisas serão diferentes. Dentro do seu programa de governo estão inseridos pontos fundamentais para uma melhoria nas condições de trabalho dos flanelinhas.

São objetivos da sua administração: a construção da casa do lavador, a criação de um restaurante popular, com refeições ainda mais baratas que as do atual, a implementação do fardamento para os flanelinhas e a criação e manutenção de pontos de água em ruas e praças da cidade. “Na minha administração, buscaremos fazer da profissão de flanelinha uma profissão que possa ser vista com mais dignidade”, disse a candidata. (O Mossoroense, Política 21 de ago. de 2004).

No enquadramento temático, que valoriza mais o enfoque sobre as propostas de campanha, Larissa Rosado também goza de ampla visibilidade e positividade em relação a seus concorrentes como demonstra o Gráfico 4. Nesse enquadramento identificamos apenas

as candidatas Larissa Rosado e Fátima Rosado. A primeira com uma visibilidade amplamente maior que a da segunda. Isso demonstra que o jornal valorizou o enfoque sobre as propostas de governo da candidata Larissa Rosado em suas reportagens. No entanto, a valência entre as duas é a mesma, positiva, como mostra o Gráfico 5.

Gráfico 4: Classificação das matérias de O Mossoroense segundo a visibilidade dos candidatos no enquadramento temático

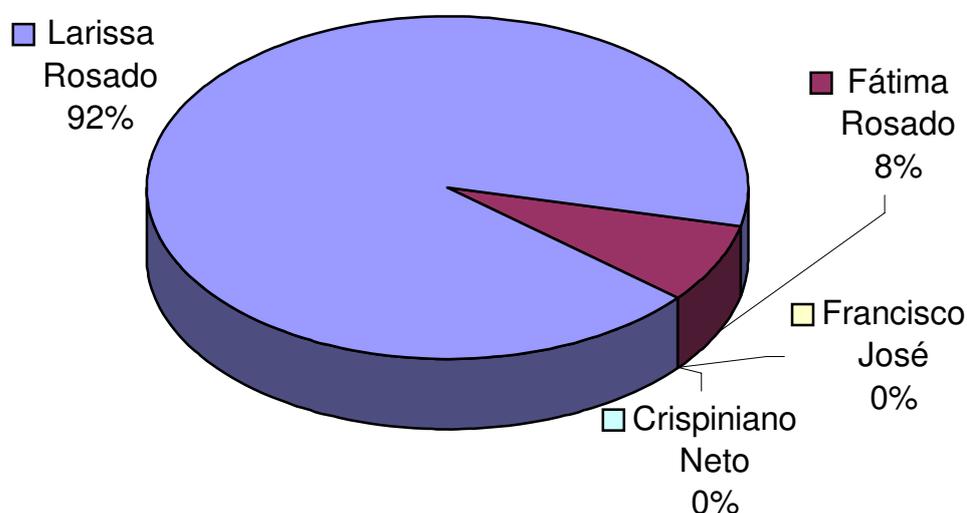
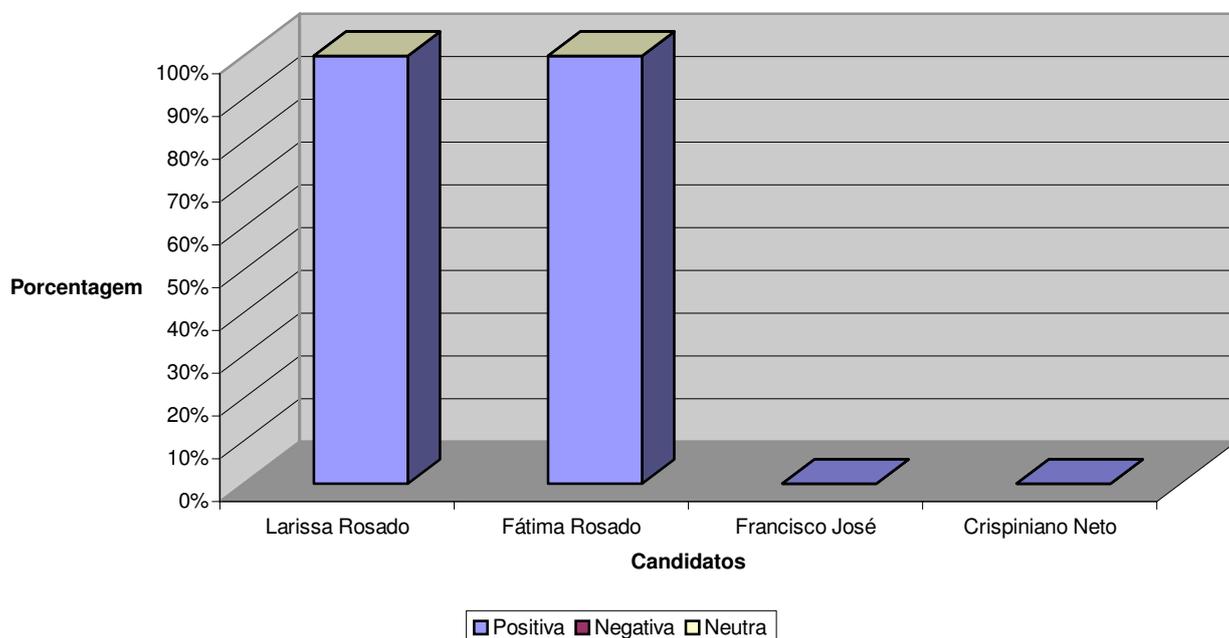


Gráfico 5: Classificação das matérias de O Mossoroense segundo a valência dos candidatos no enquadramento temático



Encontramos nesse enquadramento uma matéria positiva em relação à Fátima Rosado.

Fátima e Cláudia lançam Plano de Governo

A candidata a prefeito da coligação Força do Povo, Maria de Fátima Rosado Nogueira, e a sua candidata a vice, Cláudia Regina, estiveram ontem na redação de O Mossoroense. Vieram trazer uma cópia do Plano de Governo, que foi lançado pela coligação na manhã de ontem, no auditório do Serviço Social da Indústria (SESI).

A proposta de Fátima Rosado foi editada em livro com 85 páginas. Até ontem apenas a coligação Mossoró Melhor havia lançado o seu Programa de Governo para a cidade. A proposta dos candidatos Larissa Rosado (PMDB) e Vicente Rego (PDT) estão dispostas também em um livro.

A equipe de gestores do plano traz três irmãos da Fátima Rosado, Noguchi, Tasso e Edmur. Do núcleo da prefeita Rosalba Ciarlini (PFL), a presença do deputado federal Betinho Rosado e da deputada estadual Ruth Ciarlini. O Plano de Governo de Fátima Rosado é dividido em três princípios de governo. O primeiro é o “princípio da democracia e participação popular”, o segundo o “princípio da modernização administrativa” e o terceiro o “princípio do desenvolvimento humano”.

Pontos deficientes da administração da prefeita Rosalba Ciarlini (PFL) são destacados. Fátima promete em sua proposta de governo investir nas áreas de geração de emprego e renda, transporte urbano e habitação popular, setores desprezados pela atual administração.

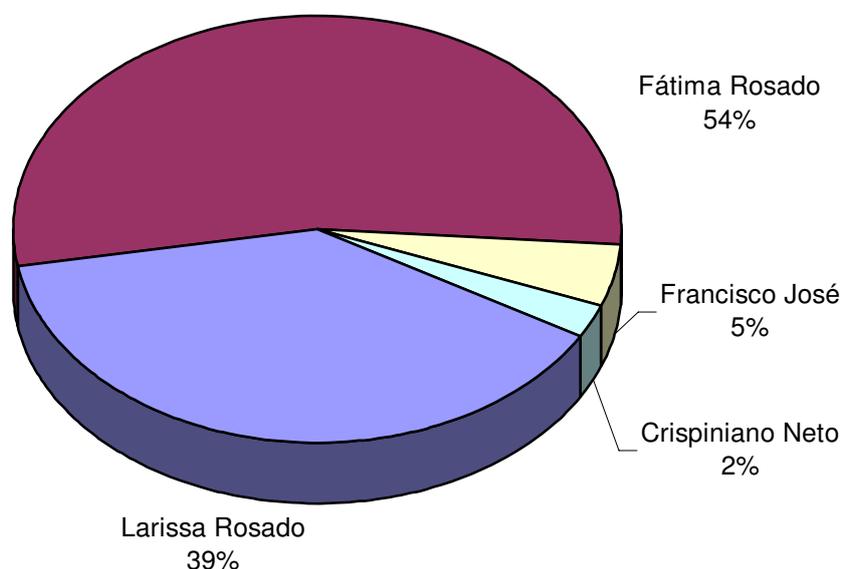
Fátima e Cláudia disseram na redação do jornal que as propostas pretendem dar continuidade às ações da atual gestão. (O Mossoroense, Política 21 de ago. 2004).

A matéria fala sobre o plano de governo de Fátima Rosado, nela são destacados os pontos principais, os “três princípios de governo”, e reproduz promessas da candidata. Mesmo assim, há críticas “veladas” a ligação desse plano de governo com as ações da então administração da Prefeita Rosalba Ciarlini (PFL) que apoiou Fátima Rosado, o que, em nossa

compreensão não foi suficiente para dar um enfoque negativo à matéria, haja vista prevalecer o fato da matéria reproduzir promessas e propostas do programa de governo, o que lhe daria um caráter positivo.

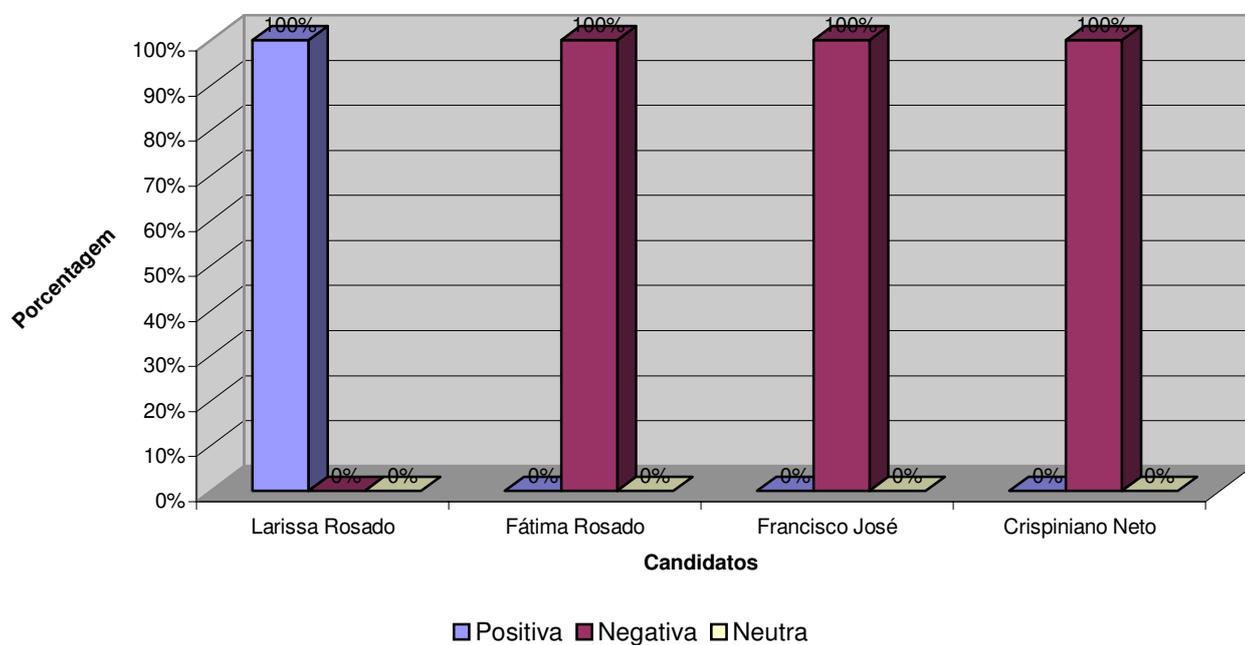
No enquadramento corrida de cavalos a candidata Fátima Rosado tem a maior visibilidade (54%). Esse é o único enquadramento no qual Larissa Rosado fica em segundo lugar (39%) como mostra o Gráfico 6.

Gráfico 6: Classificação das matérias de O Mossoroense segundo a visibilidade dos candidatos no enquadramento corrida de cavalos



Porém, a valência da candidata Fátima Rosado é amplamente negativa, todas as matérias nesse enquadramento vinculadas a seu respeito são negativas. Ao contrário, todas as matérias veiculadas em relação a Larissa Rosado são positivas. Os candidatos Francisco José e Crispiniano Neto são também citados negativamente, como mostra o Gráfico 7. Isso significa que as estratégias de campanha dos candidatos Fátima Rosado, Francisco José e Crispiniano Neto foram criticadas.

Gráfico 7: Classificação das matérias de O Mossoroense segundo a valência dos candidatos no enquadramento corrida de cavalos



O enquadramento personalista foi o menos identificado, apenas 1%. Nele somente foi citada, e positivamente, a candidata Larissa Rosado, como mostram os Gráfico 8 e 9. Somente a candidata Larissa Rosado foi agraciada com elogios às suas qualidades pessoais.

Gráfico 8: Classificação das matérias de O Mossoroense segundo a visibilidade dos candidatos no enquadramento personalista

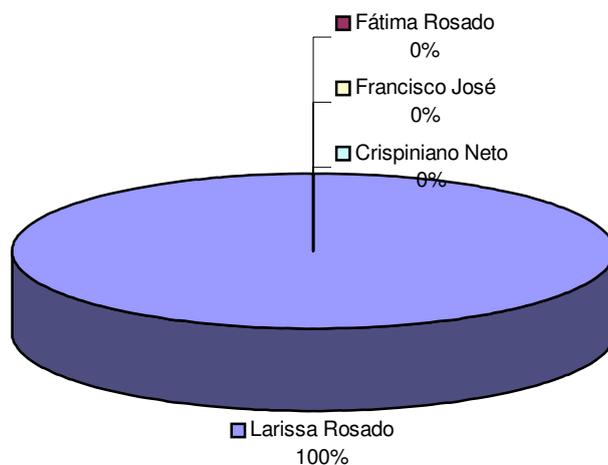
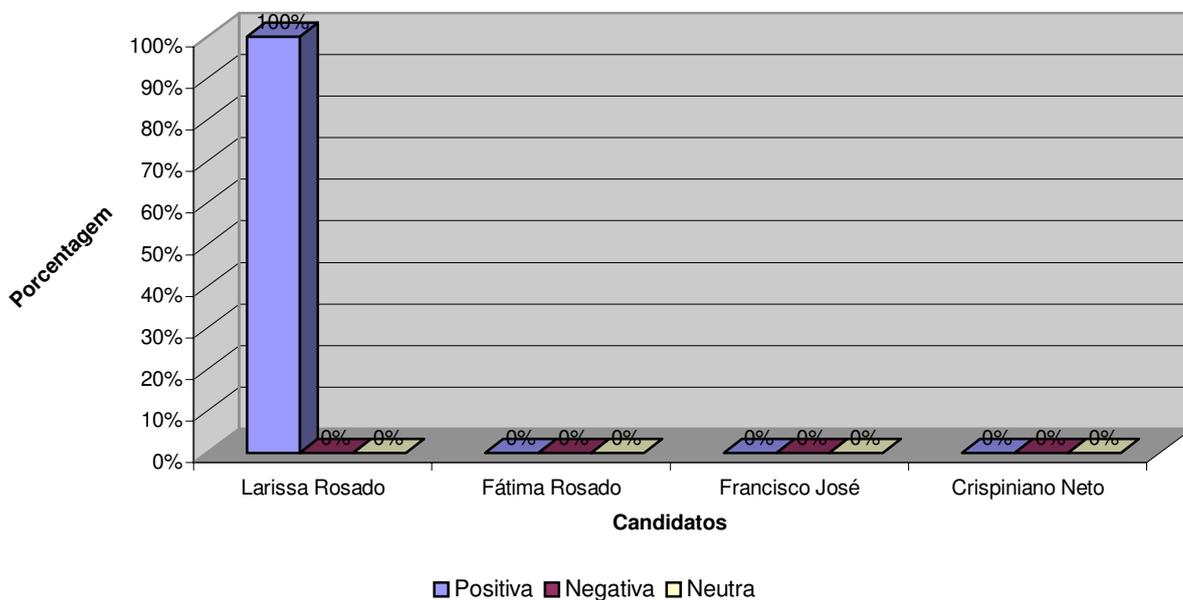
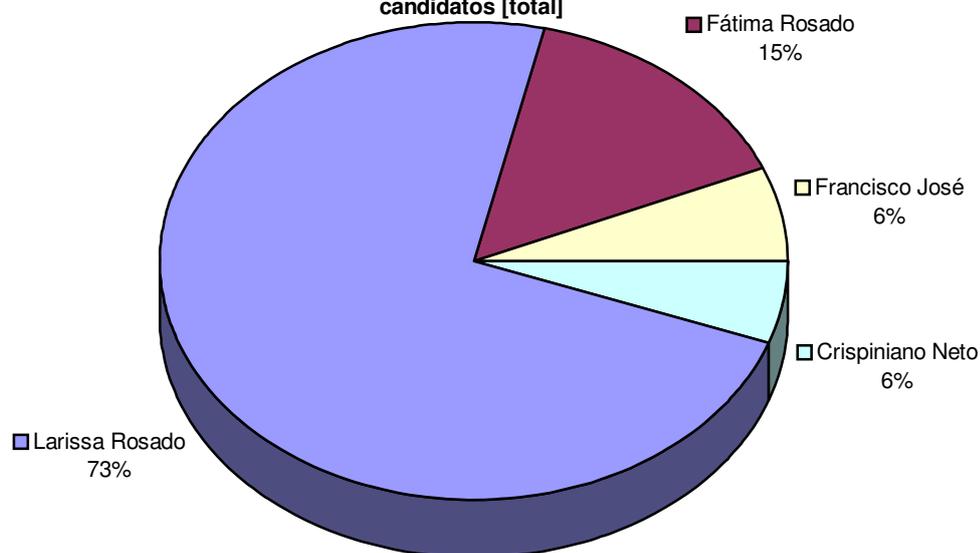


Gráfico 9: Classificação das matérias de O Mossoroense segundo a valência dos candidatos no enquadramento personalista



Em números gerais (somando-se todos os enquadramentos), a candidata Larissa Rosado tem alto índice de visibilidade (73%) seguida de longe pelos outros candidatos conforme o Gráfico 10.

Gráfico 10: Classificação das matérias de O Mossoroense segundo a visibilidade dos candidatos [total]

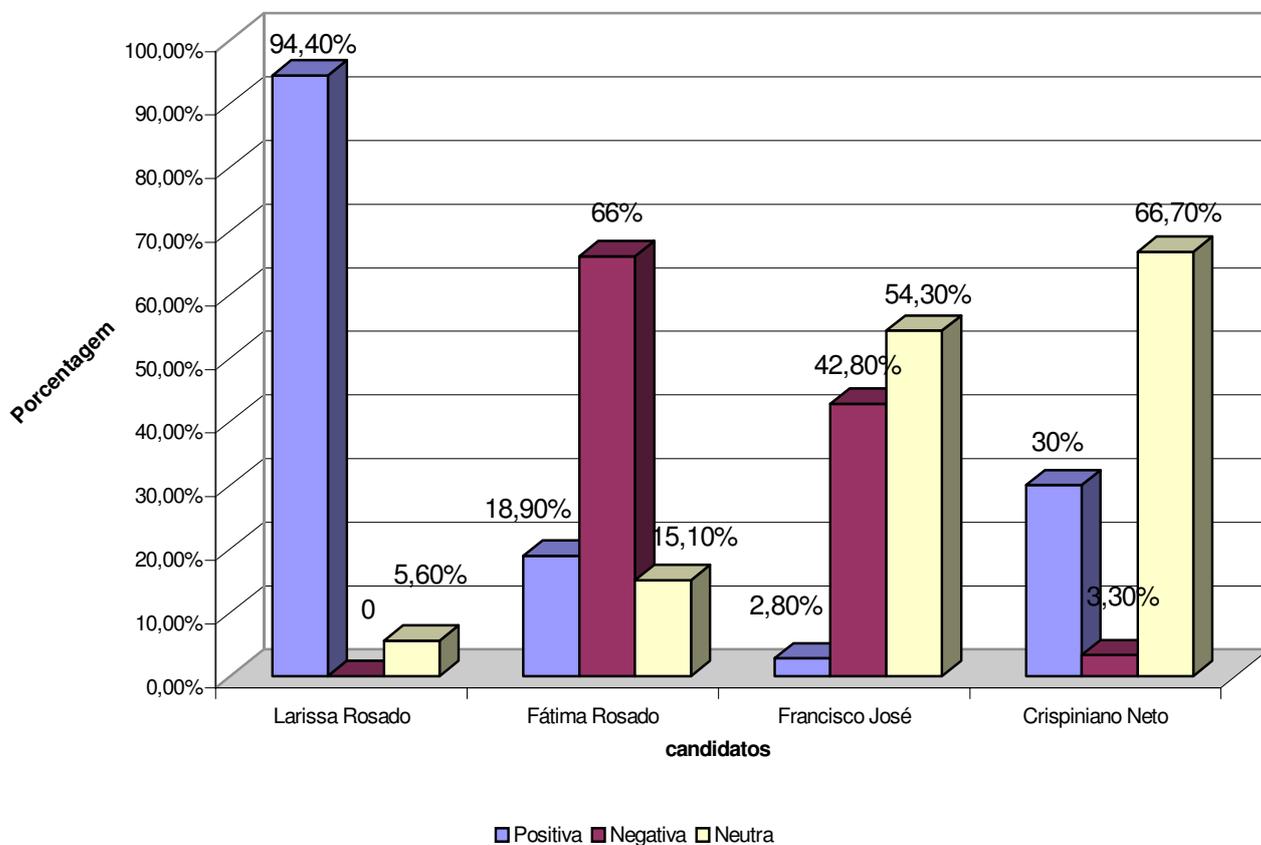


A candidata Larissa Rosado é a única que aparece em todos os enquadramentos, Fátima Rosado só não aparece no enquadramento personalista, os candidatos Francisco José e Crispiniano Neto só aparecem nos enquadramentos episódico e corrida de cavalos, o que mostra que suas propostas de governo não foram enfocadas de forma direta pelo jornal em suas reportagens, nem tiveram suas qualidades pessoais elogiadas ou criticadas.

Em relação às valências, Larissa Rosado goza de ampla vantagem sobre os demais, 94,4% das matérias nas quais seu nome foi citado foram positivas e 5,6% neutras, não houve nenhuma matéria negativa a seu respeito conforme o Gráfico 11.

Segundo os dados, a candidata Fátima Rosado goza de alto índice de negatividade (66%), seguida por Francisco José com 42,8%, apesar de este ter tido um alto índice de neutralidade (54,3%). O candidato Crispiniano Neto foi poupado, tendo um alto índice de matérias neutras 66,7%.

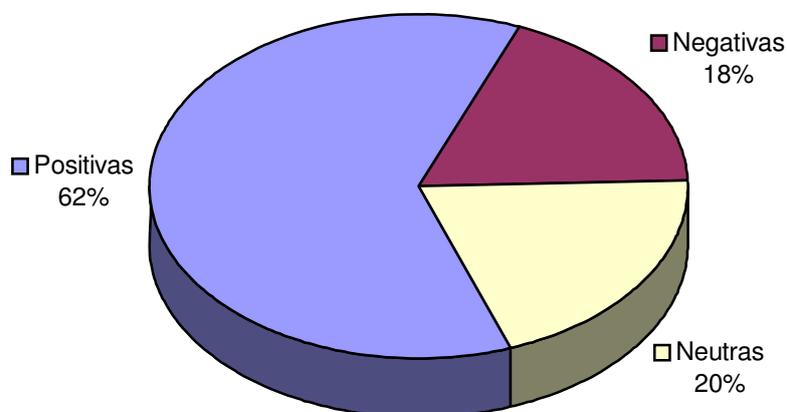
Gráfico 11: Classificação das matérias de O Mossoroense segundo a valência dos candidatos [total]



CONCLUSÃO

Chegamos a conclusão de que, levando em consideração o parâmetro adotado por Azevedo (2002) sobre a imparcialidade e apartidarismo na cobertura política de um jornal, *O Mossoroense* não foi imparcial e apartidário no período analisado. Das 278 vezes em que se referiu aos candidatos em disputa 62% foram referências positivas, 20% neutras e 18% negativas, conforme o Gráfico 12.

Gráfico 12: Classificação das matérias de O Mossoroense de segundo as valências de um modo geral



De acordo com o modelo teórico-metodológico utilizado, percebemos que o jornal *O Mossoroense* valorizou mais a descrição das atividades onde os atores sociais, no caso os candidatos, estavam envolvidos: comícios, passeatas, encontros, etc. (enquadramento episódico). O que pode levar os leitores a *individualizarem* as responsabilidades, haja vista as matérias procurarem em grande parte retratar as ações individuais dos candidatos.

O jornal concedeu a candidata Larissa Rosado, uma ampla cobertura com altos índices de visibilidade e tratamento positivo.

O tratamento dado aos outros candidatos, Fátima Rosado¹⁶, Francisco José e Crispiniano Neto, não foi compatível com o da candidata Larissa.. Estes contaram com baixa visibilidade e - em especial Fátima Rosado - um alto índice de tratamento negativo.

Dessa forma, *O Mossoroense* contribuiu na formação da imagem pública desses candidatos no período eleitoral. No entanto, apesar de construir uma imagem positiva em relação à Larissa Rosado e negativa em relação à Fátima Rosado esta veio a ser eleita prefeita de Mossoró/RN em 2004.

¹⁶ Inclusive, é interessante notar o fato de que o jornal procurou tratar a candidata Fátima Rosado por seu nome e não pelo seu *slogan* de campanha *Fafá Rosado*.

O período eleitoral chegou ao fim com os seguintes números: Fátima Rosado (PFL) foi eleita com 57.904 votos (49,06%); Larissa Rosado (PMDB) ficou em segundo lugar com 34.758 votos (29,45%); Francisco José (PSB) ficou em terceiro com 21.258 votos (18,01%); e Crispiniano Neto (PT) ficou em quarto com 4.099 votos (3,47%)¹⁷.

A cobertura foi polarizada entre as candidatas Larissa Rosado, apoiada pelo grupo controlador do jornal, e por Fátima Rosado, candidata apoiada pela então administração da Prefeitura Municipal de Mossoró na pessoa da prefeita Rosalba Ciarlini. Larissa Rosado apareceu como a candidata da oposição.

O jornal contribuiu para a formação de uma imagem pública na qual Larissa Rosado estaria preparada para administrar a cidade, resolver seus problemas e promover o desenvolvimento; enquanto que Fátima Rosado não estaria preparada e daria continuidade a administração da prefeita Rosalba Ciarlini, qualificada pelo jornal *O Mossoroense* como deficiente.

Dessa forma o jornal contribuiu na construção da imagem pública positiva ou negativa desses candidatos, valorizando a descrição dos eventos ocorridos na campanha nesse espaço. Construindo essa imagem de uma forma indireta, não através de um enquadramento interpretativo, mas de um enquadramento noticioso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas; BENTZ, Ione Maria Ghislene; PINTO, Milton José (org.). *Produção e recepção dos sentidos midiáticos*. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998, p. 9 – 27.

AZEVEDO, Fernando Antônio. *Imprensa e Política: a cobertura eleitoral dos jornais paulistas no pleito de 2000*. (.doc 274k) In: Encontro Nacional da ABCP - Associação

¹⁷ Fonte: Tribunal Regional Eleitoral – TRE/RN (http://www.tre-rn.gov.br/eleicoes/resultado_2004/1_turno/html/17590.html em 15/03/2005)

Brasileira de Ciência Política, 2002 – UFF – Niterói. Disponível em <www.cienciapolitica.org.br/corpo5.html.html> .Acesso em: 13 mai. 2004, 14:50:15.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

CASTELLS, Manuel. A cultura da virtualidade real: a integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes de interatividade. In: *A Sociedade em Rede – A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura*. v. 1, 4 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999, p. 353-398.

CAVALCANTE, Adrina Mendes; QUEIROZ FILHO, Carlos Augusto. *Diário de Natal e a cobertura para as eleições presidenciais de 2002*. In: Encontro de Ciências Sociais do Norte e Nordeste, 11., 2003, Aracaju. Anais de Trabalhos Completos. Aracaju: NPPS/UFS, 2004. CD-ROM.

DE LIMA, Venício A. *Mídia: Teoria e política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

MELO, José Marques de. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo*. 3 ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

NOMES QUE FIZERAM HISTÓRIA. *O Mossoroense*, Mossoró, 17 out. 2003. Especial, p. 3.

ROSADO, Laíre. *O Mossoroense*. *O Mossoroense*, Mossoró, 17 out. 2003. Opinião, p. 2.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 4 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

Outras Fontes:

Jornais Diários

O Mossoroense, Mossoró/RN (2004)

Matérias publicadas nas páginas 3 e 4 (*Política*) entre os dias 01 de julho e 03 de outubro de 2004

Sites

DOXA – Laboratório de Pesquisas em Comunicação Política e Opinião Pública do IUPERJ – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro
<http://doxa.iuperj.br/eleicoes2004.htm>

O Mossoroense

<http://www2.uol.com.br/omossoroense/mudanca/historico.htm>

Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte

http://www.ter-rn.gov.br/eleicoes/resultado_2004/1_turno/html/17590.htm

Cobertura esportiva na televisão: critérios de noticiabilidade na interface entre Jornalismo e Entretenimento

Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa ¹

Resumo: Este artigo apresenta os resultados de nossa pesquisa de nível de Mestrado², recentemente concluída. Durante a realização da pesquisa nos debruçamos sobre a problemática do caráter da cobertura esportiva na televisão brasileira. Afinal, tal cobertura é Jornalismo ou Entretenimento? Para responder ao questionamento, além de mobilizarmos os estudos acerca da produção da notícia (Newsmaking) e da indústria do entretenimento, procuramos identificar os critérios de noticiabilidade observados para a seleção das notícias, manifestos em reportagens produzidas pelo Globo Esporte e pelo Jornal Nacional durante as cinco primeiras semanas de realização do campeonato brasileiro de futebol 2005. Neste artigo apresentamos os critérios de noticiabilidade observados na cobertura esportiva e discutimos, a partir deles, o caráter de tal cobertura na televisão.

Palavras-chave: Jornalismo; Entretenimento; Esporte; Noticiabilidade; Televisão

Introdução

O esporte está relacionado com aspectos lúdicos da sociedade e, em si, é uma forma de lazer e entretenimento que encontra na mídia uma forma de se posicionar além do lazer e da competição para figurar como espetáculo que garante retorno em venda e em audiência. Melo (2003:112), refletindo sobre o cruzamento entre mídia e esporte, afirma que *“essa convergência ocorre no momento em que o segundo se converte em conteúdo da primeira. Ou melhor, quando o esporte supera o âmbito do lazer individual ou grupal e se torna uma atividade coletiva, perfilando o universo do lazer de massas”*.

Quando os jornais, primeiro, e o rádio e a televisão depois, descobriram o esporte enquanto conteúdo houve uma alteração em sua dimensão lúdica e localizada em uma sociedade: o esporte passou a ser notícia. Mas não uma notícia como outra qualquer. O reconhecimento de

¹ Jornalista, Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco.

² Dissertação defendida em 05/12/2005, com o título *Cobertura Esportiva na Televisão: Jornalismo ou Entretenimento?* Para a realização da pesquisa foram gravadas 33 edições do Globo Esporte e 33 edições do Jornal Nacional, das quais foram selecionadas 21 reportagens que nos deram subsídios empíricos que puderam ser contrapostos à reflexão teórica empreendida.

suas particularidades levou à setorização e, conseqüentemente, à descoberta de formas condizentes de tratar essa nova matéria-prima que emergia da sociedade com força e potencial de interessar a todos os públicos.

A primeira e talvez mais importante destas particularidades deduz-se do fato de os acontecimentos esportivos se enquadrarem na categoria de notícias brandas ou leves, que geram uma grande quantidade de histórias de interesse humano. Neste contexto, a notícia esportiva se enquadra como mais um fator de fuga e entretenimento em meio ao abundante fluxo informativo que caracteriza as sociedades atuais. Uma outra importante característica é que tais acontecimentos demandam um tratamento diferenciado que se manifesta em uma relativa liberdade de linguagem e formatação de reportagens. No caso particular do Brasil, existe ainda a hegemonia do futebol, obrigando o noticiário a se adequar às suas demandas para depois adaptá-las aos demais esportes.

Para ser notícia: critérios de noticiabilidade do esporte

Como em qualquer produto jornalístico, a seleção da notícia esportiva é um processo norteado pelos critérios de noticiabilidade universais à atividade de produção e transformação de acontecimentos em fatos noticiáveis. Também no noticiário esportivo tem mais chances de se tornar notícia o que é factual, que desperta o interesse do público, que atinge o maior número de pessoas, que seja inusitado ou curioso, que seja novidade e que apresente bons personagens.

Para o caso de a notícia ser veiculada na televisão, o acontecimento precisa ainda ser capaz de gerar boas imagens, ter unicidade, ser parte de uma grande narrativa, causar impacto emocional e apresentar um potencial espetacular para fazer frente aos demais produtos televisivos. Mas como produto específico, o esporte também apresenta critérios específicos que

se juntam, e às vezes se sobrepõem, aos jornalisticamente universais para nortear a seleção dos eventos.

Enquanto fenômeno social de grande importância na sociedade brasileira, o esporte gera inúmeros acontecimentos cotidianamente que concorrem entre si para tornarem-se públicos. Apenas uma parte reduzida se transforma em notícia, mesmo com o número crescente de publicações e veículos especializados em informação esportiva existentes no país. O que nos leva a supor que a noticiabilidade na editoria de esportes seja regida por critérios altamente concentradores e ao mesmo tempo excludentes, já que a pauta de cobertura da mídia esportiva parece se repetir de maneira idêntica em todos os noticiários, independente do meio de difusão.

O quadro abaixo apresenta uma síntese descritiva dos critérios observados, que foram classificados em *válidos para a notícia de esporte (NE)*, com referência a critérios mais ligados ao jornalismo esportivo, e *válidos para as notícias de um modo geral (N)*, porque identificados com a universalidade jornalística. O quadro traz ainda um quantitativo de ocorrências destes critérios, sendo que tivemos o cuidado de lembrar que uma mesma reportagem pode apresentar mais de um critério de noticiabilidade.

Quadro 1: critérios de noticiabilidade

Critério observado	Tipo de critério	Ocorrência
Atinge o maior número de pessoas	N	6
Boas imagens	N	Todas
Curiosidades e fatos inusitados	N	7
Factualidade	N	13
Impacto passional	N	3
Importância dos envolvidos	N	9
Interesse presumido do público em histórias de interesse humano	N	12
Narrativa redenção e superação	NE	2
Novidades	N	1
Ocorrência de competições	NE	Nas matérias sobre outros esportes
Personagens	N	8
Potencial espetacular	N	3
Potencial de entretenimento	N	3
Potencial humorístico	N	3
Resultados inesperados	NE	3
Rivalidade e provocação	NE	9

Boas imagens: unanimidade

Em televisão, a geração de boas imagens é um critério fundamental para transformar um acontecimento em notícia. Com o esporte, o apelo das imagens tem uma importância redimensionada no noticiário e, não raro, elas são a notícia em si: o registro do gol, da falta, da bela jogada. Mas este redimensionamento se dá também com a busca deliberada de melhores opções de enquadramento e uso dos recursos tecnológicos disponíveis para tornar as imagens o mais atraentes possível.

Dentro da lógica de cobertura observada no corpus da pesquisa, verificamos que jogos com estádio cheio — em que a presença da torcida é superior a 50% da capacidade de lotação do local da disputa — e, portanto, com grande potencial de as câmeras captarem boas imagens extra-campo, ganharam um componente a mais de noticiabilidade. Um fato que chamou a atenção, porém, é que apenas as boas imagens não foram o suficiente para garantir a noticiabilidade dos acontecimentos porque é regra tácita que a televisão as ofereça.

Por isso, apesar de verificarmos a ocorrência de boas imagens em todas as reportagens do corpus, em nenhuma delas este critério apareceu como o mais determinante para a seleção das notícias. Daí concluirmos que este não é um critério autônomo, como pode sugerir a natureza do meio audiovisual. Ao contrário, uma boa imagem dissociada de uma boa história seria apenas mais uma em um fluxo que constantemente produz boas histórias que se apóiam em boas imagens. Afinal, como afirma Coutinho (2003: mimeo), *“as redes de televisão utilizariam a presença de ilustração visual e a busca do pitoresco como diretrizes a serem consideradas na identificação de uma notícia televisiva”*. Encontrado o pitoresco, ou o que a ele se assemelhe e tenha o valor de notícia, a televisão sempre ressalta a imagem e a história que gera.

A noticiabilidade em função do público

É indiscutível ao jornalismo em geral: quanto maior for o número de pessoas atingidas por um acontecimento, maior sua possibilidade de tornar-se notícia. Com o esporte não é diferente. Este é um dos motivos, por exemplo, para assuntos sobre o futebol responderem por mais de 80% do noticiário esportivo nacional (Camargo: 1999). O critério também explica a predominância de notícias sobre os chamados times grandes na mídia, o que comprovamos em nossa pesquisa: em um corpus com 21 reportagens, das quais 15 são relacionadas diretamente aos clubes que disputam o Brasileiro, apenas três delas dizem respeito aos times considerados pequenos ou intermediários. Constatamos que estes precisam gerar fatos curiosos para terem acesso ao espaço midiático.

O que já não acontece com as equipes de grande torcida. Os jornalistas presumem o interesse da audiência em um determinado tipo de notícia em função do público potencial que ela possa atingir, como uma justificativa para suas escolhas. Kunckzik (1997:239) diz que “*as supostas noções de valores do público são empregadas para dar uma explicação racional do comportamento seletivo de alguém*”, para nos lembrar que as notícias selecionadas e publicizadas não são, necessariamente, aquilo que o público verdadeiramente quer saber, e sim o que os produtores das notícias acreditam que a audiência queira saber.

Eles se baseiam em aspectos culturais que a própria mídia ajudou a construir para buscar na multiplicidade de acontecimentos diários aquilo que supõem poder interessar a um grande número de pessoas. É o mesmo raciocínio que se aplica a um outro critério relativo ao público, o interesse presumido em histórias de interesse humano. Em um meio como a televisão, um acontecimento é sempre uma fonte de histórias que precisam ser aproveitadas de maneira a não destoar do conjunto de emissões que constituem o seu fluxo diário de informações, sejam elas Jornalismo ou Entretenimento.

Uma típica história de interesse humano na editoria de esportes é a vida dos jogadores de futebol. O interesse presumido na carreira e na vida pessoal dos atletas serve de critério para a noticiabilidade de histórias como a veiculada no dia 24/05/2005 no Jornal Nacional, em que a reportagem destaca a vida cigana de alguns jogadores que passam pouco tempo defendendo a camisa de uma equipe em contraste com aqueles que passam anos no mesmo clube. Esse tipo de reportagem se apóia na figura dos personagens que ajudam a criar um elo de identificação entre a história e o telespectador.

Ao observarmos a recorrência de notícias selecionadas em função das histórias de interesse humano nas quais se apóiam, concordamos com Gabler (1999) que afirma estarem os eventos esportivos subordinados às histórias de vida dos atletas e que são essas histórias que acabam por conectar o público a um evento na atualidade, onde o público já não se satisfaz mais com o esporte e sim com estórias sobre esportes. Mas ao acontecimento não basta oferecer uma história de interesse humano, já que hoje se busca por elas deliberadamente e isso fica evidente quando observamos as pautas diárias ou especiais da editoria de esportes. É preciso que o melodrama também desperte emoções no público, sejam elas quais forem.

Impacto passional e a narrativa de superação

Por mobilizar um número maior de sentidos, a televisão está sempre à procura daquilo que desperta emoção nas pessoas. No caso do telejornalismo, esta procura se manifesta no caráter melodramático emprestado às reportagens. De acordo com Bucci (1996), o telejornalismo brasileiro se organiza como um melodrama informativo, e o atual modelo editorial que rege o telejornalismo esportivo parece incorporar de maneira unívoca esta organização.

De forma diluída ou possível de visualizar apenas nas entrelinhas, de alguma maneira todas as reportagens estudadas em nosso corpus têm um ingrediente passional. O que é

compreensível se atentarmos para o fato de que o noticiário esportivo lida com a paixão do público aficcionado por esportes. Já nas reportagens em que este ingrediente apareceu com maior explicitude, ficou evidente que o impacto emocional que um acontecimento possa despertar é um forte componente de noticiabilidade que não deve ser desprezado, especialmente quando a notícia não é dirigida para um público segmentado. Este foi o caso da reportagem sobre uma seleção de garotos aspirantes a jogadores de futebol exibida pelo Jornal Nacional em 26/05/2005.

Popularmente conhecida como *peneira*, esse tipo de seleção é comandada por funcionários de grandes clubes, os “*olheiros*”, espécie de caça-talentos que viajam o país em busca de promessas de craques. A reportagem do JN mostrou a história de uma dessas promessas em uma peneira em João Pessoa, na Paraíba. De um lado, foi explorado o impacto passional que a história de um garoto pobre em busca de um sonho pode despertar e, de outro, uma narrativa-padrão no jornalismo esportivo brasileiro, a possibilidade de superação e redenção através do esporte.

A reportagem chama a atenção para a grande narrativa do nosso jornalismo esportivo, a possibilidade de jovens realizarem sonhos e encontrarem os caminhos para uma vida nova e melhor através do esporte. Histórias que tenham tal componente de noticiabilidade são recorrentes no noticiário e a explicação tem raízes no processo de profissionalização da imprensa esportiva e do próprio futebol no país. A profissionalização do futebol abriu espaço para jogadores de origem humilde fazerem do esporte uma forma de ganhar a vida, uma verdadeira profissão que não exigia diploma.

A exposição na mídia fez do futebol a grande vitrine e a grande oportunidade para que os jovens trilhassem uma via que os afastasse da violência e os levasse da pobreza à riqueza, do anonimato à celebridade através de seu talento em campo. Histórias que confirmem esta

narrativa têm uma maior probabilidade de serem selecionadas porque já viraram metáfora do futebol em um país tão desigual quanto o nosso.

Helal (2003: mimeo), pontua que neste tipo de narrativa “*o fato é que a infância simples ajuda na identificação com o homem comum, e o talento inato enquadra-se na ordem das coisas inexplicáveis, fazendo com que os ídolos sejam vistos como seres singulares*”. Logo, o jornalismo esportivo busca nesta identificação a justificativa para a recorrência com que valoriza este tipo de história como notícia.

Desta forma, o esporte acaba tornando-se uma válvula de escape, num processo em que a mídia tem um papel muitas vezes controverso, mas sempre importante. Controverso porque são as histórias que dão certo as noticiadas com mais freqüência, por atenderem ao critério do final feliz que rege este tipo de narrativa. Importante, porque o sucesso dos protagonistas destas mesmas narrativas muitas vezes depende da mídia que os descobre e os transforma em estrelas instantâneas.

A valorização do personagem

Uma tendência no jornalismo contemporâneo que encontra na televisão importância e expressividade ímpares, a valorização do personagem no relato de uma notícia esportiva também é um fator não apenas de reforço da noticiabilidade como de identidade editorial. Ou seja, o noticiário esportivo em televisão se pauta cada vez mais pelos personagens que protagonizam as histórias noticiáveis, sejam eles celebridades ou anônimos.

Reportagens inteiras passam a ser narradas a partir da perspectiva do personagem, que supostamente é um componente de humanização da notícia, uma das prerrogativas de um jornalismo que busca se afastar da frieza dos acontecimentos em si, da narrativa do fato pelo fato. Um exemplo expressivo foi ao ar no Globo Esporte do dia 02/05/2005. A notícia era a derrota do

Corinthians para o Botafogo em um jogo com portões fechados, sem torcida. O personagem era um garoto carioca, torcedor do time paulista, morador de um apartamento com vista para o campo onde o jogo estava sendo disputado. A história era o jogo que o menino viu da janela de seu apartamento.

Marfuz (2003:99) comenta o papel do personagem na composição jornalística na atualidade lembrando que este é um componente que remete à dramatização da notícia, característica do jornalismo contemporâneo:

A presença do drama na construção do acontecimento jornalístico é uma das marcas emblemáticas do discurso informativo contemporâneo. O telejornalismo brasileiro não foge à regra ao tratar a notícia, em muitos casos, como se fosse uma história extraída de uma peça de teatro, utilizando-se para isto de estratégias dramáticas bem sucedidas, entre as quais se destaca, por sua importância e recorrência, a composição da personagem.

Um tipo de personagem que, naturalmente, encontra lugar em qualquer noticiário é a celebridade. No mundo dos esportes, a celebridade é o estado natural da maior parte dos protagonistas das notícias veiculadas. Apesar de o noticiário não ser diretamente sobre elas, são as celebridades, ou a busca pelo estado de celebridade, que guia boa parte das narrativas³.

O interessante é que as estrelas tanto podem ser as já reconhecidas pelo público, como o jogador Robinho, quanto anônimas e instantâneas, como o menino da reportagem sobre o jogo entre Botafogo x Corinthians ou o garoto da peneira em João Pessoa. Afinal, como comenta Gabler (1999), a celebridade pode ser qualquer um que seja captado pela mídia e sobressaia da massa anônima.

³ É importante lembrar que os jogadores enquanto celebridades do mundo dos esportes funcionam como mitos que catalisam as narrativas e servem de modelos à audiência. Neste sentido, podem ser considerados aquilo que Morin (1997) apropriadamente chamou de “olimpianos modernos”: as vedetes (aqui celebridades) que dominam a cultura de massa.

Curiosidades e fatos inusitados como rotina

Por convenção, aquilo que foge da rotina do dia-a-dia é notícia. Mas a busca por este inusitado, por este fora do comum, acabou por transformar a curiosidade em rotina, já que ela é constante nos noticiários. Principalmente no noticiário esportivo onde esta rotina curiosa é o que guia a seleção das notícias relacionadas com agentes que não atendem a outros critérios de seleção. É o caso dos pequenos e médios clubes protagonistas das disputas esportivas. Observamos que estes só foram notícia principal por três vezes em quinze reportagens ligadas diretamente às agremiações que disputam o torneio.

Uma delas destacava a proibição de os jogadores usarem cabelos compridos, imposta pelo novo técnico da equipe que, curiosidade, foi o treinador do time rival durante o campeonato estadual. No mesmo sentido de busca pelo pitoresco, o pequeno Brasiliense, do Distrito Federal, foi notícia porque o treinador proibiu o uso de brincos depois que um jogador foi impedido de entrar em campo pelo árbitro por não haver conseguido retirar o enfeite. A situação inusitada e sua imediata conseqüência garantiram ao time a noticiabilidade necessária.

Mas não são apenas os pequenos e médios agentes do mundo dos esportes que se beneficiam desta busca rotinizada pelo inusitado para ganharem espaço no noticiário. Os grandes protagonistas também costumam ser notícia por causa das curiosidades que giram em torno deles. Jogo entre grandes times com os portões fechados quando o normal é casa cheia; briga entre jogadores da mesma, e cara, equipe; um clube que viaja metade do país em uma semana e ganha todos os jogos apesar do cansaço, dentre outros exemplos, confirmam um aspecto característico do novo paradigma editorial presente no noticiário esportivo no meio audiovisual: a valorização daquilo que aproxima jornalismo e entretenimento no mesmo produto.

Humor, espetáculo e entretenimento: potenciais

Uma característica da notícia esportiva é a sua leveza. Como notícia branda, que dá conta de um aspecto lúdico presente na sociedade, é inerente a si a potencialidade de apresentar humor e espetáculo e de ser selecionada por causa do entretenimento que pode oferecer. Selecionar uma notícia pelo humor, espetáculo ou entretenimento que oferece é selecioná-la por critérios que de tão interligados soam como um só. De alguma forma, o telejornal esportivo se constitui como um momento de diversão em meio à informação, justamente por causa das características da notícia com que trabalha. Se for assim, é lícito concluir que apesar de somarem apenas nove ocorrências no *corpus* de nossa pesquisa, estes critérios não devem ser desprezados como conformadores da notícia esportiva.

Rivalidade, provocação e conflito

O esporte enquanto competição pressupõe a existência de rivalidade, seja em que nível for: entre times, entre atletas, entre torcedores. Logo, a noticiabilidade também se pauta pelo conflito que se instala nas situações noticiáveis. Observamos que o conflito, enquanto rivalidade e provocação, é parte indissociável da noticiabilidade na editoria de esportes. A própria realização de um jogo como parte de um campeonato já pressupõe a existência de um conflito a ser explorado enquanto notícia.

A Notícia em função do resultado inesperado

Em televisão, o resultado há algum tempo deixou de ser a principal notícia esportiva. Ele, em muitos casos, é apenas um acessório em meio ao fluxo informativo, mesmo sendo imprescindível quando a notícia trata de disputas e competições. Mas o resultado ainda aponta como o grande critério de seleção especialmente quando é inesperado ou improvável.

Estes acontecimentos inesperados geralmente envolvem os protagonistas principais do noticiário esportivo: os agentes que geram mais notícias porque pertencem à categoria dos que são importantes e mobilizam o maior número de pessoas. No caso em questão, os clubes de grande torcida. No *corpus*, uma reportagem cuja notícia se justifica por esse critério foi ao ar no Jornal Nacional do dia 9/05/2005: a crise do Corinthians, um time caro em má fase, que viu seu infortúnio aumentar depois de sofrer uma goleada num clássico contra o São Paulo que, aliás, era inesperada.

Novidade, factualidade e importância dos envolvidos: o “velho jornalismo”

O noticiário esportivo se afirma como jornalismo, indiscutivelmente, quando as notícias são selecionadas em função dos três critérios caros à moderna atividade jornalística com raízes em meados do século XIX. Em nosso corpus, verificamos que estes critérios dizem respeito a três distintas “classes” de notícias: aquelas relacionadas a mudanças no elenco (novas contratações); as que se referem aos resultados de jogos e à classificação das equipes; e aquelas que tratam dos times que lideram a competição, dos grandes clubes ou de celebridades do mundo dos esportes.

Um exemplo do primeiro tipo encontramos no noticiário do Globo Esporte do dia 23 de abril, o dia da abertura do campeonato. Várias reportagens seguiam o modelo da exibida sobre a preparação de Internacional e Botafogo, que jogariam entre si na primeira rodada: contratação de reforços para o torneio. Entre os exemplos de notícias selecionadas pela factualidade, a crise corintiana e a campanha pela permanência de Robinho no Brasil. Sobre o terceiro tipo de notícias, das que tratam de agentes com certa importância, todas as reportagens sobre os times de maior torcida se enquadram nesta categoria. É uma extensão daquilo que, potencialmente, interessa a um maior número de pessoas e por isso é jornalisticamente noticiável.

Os demais esportes

Nas justificativas para a escolha de matérias somente sobre futebol para a composição do corpus, partimos do pressuposto de que os critérios de seleção válidos para este esporte acabam sendo adaptados e servindo de baliza para que as demais modalidades também sejam noticiadas, o que ficou comprovado em nosso trabalho ao observarmos as outras reportagens veiculadas nos dias de gravação dos programas.

Ao lado destes critérios comuns, observamos a existência de um que durante todo o período da pesquisa figurou como sendo o mais importante para as notícias sobre outros esportes: a ocorrência de competições, ou situações equivalentes, para que elas fossem noticiadas. Ao mesmo tempo verificamos que este é um critério que não se aplica ao futebol. A explicação: as demais modalidades, principalmente as ditas amadoras, não têm o mesmo apelo que o futebol na sociedade brasileira. O que justifica para o telespectador a veiculação de uma reportagem sobre um esporte amador e o que o faz interessar-se, em primeiro lugar, é a oportunidade de publicização representada pela disputa de uma competição ou algo próximo a uma.

Durante as cinco semanas de gravação do material para análise, aconteceram grandes competições de ginástica, atletismo, futebol de areia, vôlei, tênis, surf e automobilismo, além de eventos similares, como uma escalada internacional do Monte Everest com a participação de uma equipe brasileira. O único esporte amador que foi notícia sem um evento importante acontecendo foi o boxe e mesmo assim por causa de uma situação insólita: o boxeador acertou um golpe no juiz que decretou o fim da luta que estava perdendo por nocaute técnico, numa típica história do homem que morde o cão.

Depois de identificados os critérios gerais de noticiabilidade válidos para o acontecimento esportivo relacionado com o futebol, pudemos verificar a frequência com que eles se repetem na seleção de notícias sobre os outros esportes. Existem adaptações, mas elas dizem

mais respeito à natureza dos agentes e das notícias que do tratamento jornalístico que esses acontecimentos recebem.

Por exemplo, durante a semana em que se realizava o Grande Prêmio Brasil de Atletismo, os atletas foram mostrados como o são as celebridades do futebol, com toda a pompa, inclusive com a narrativa de superação através do esporte: um dos velocistas mais promissores da atualidade saiu da favela da Rocinha e da vida entre traficantes para correr atrás de vitórias nas pistas. Ou seja, muda o esporte, mas os critérios de seleção permanecem os mesmos, o que nos permite entrever uma homogeneidade editorial, característica do jornalismo, presente no noticiário esportivo.

Conclusões

Embora o novo modelo editorial que rege o noticiário esportivo seja algo próximo do que comumente é identificado com o entretenimento, a informação é, na maioria das vezes, selecionada de acordo com as regras jornalísticas. O que se faz com o material selecionado é adequá-lo às exigências de uma grade de programação que valoriza a fuga do tédio como marca identitária.

A seleção das notícias também é orientada por valores que são determinantes na indústria do entretenimento, mas pudemos observar que a maioria dos critérios de noticiabilidade aplicados ao noticiário esportivo são aqueles mais identificados com o jornalismo enquanto atividade de publicização dos acontecimentos do cotidiano.

Ao contrário do que imaginamos antes de empreendermos esta pesquisa, os critérios específicos da notícia esportiva não são muito diferentes daqueles mais universais aplicados à matéria-prima jornalística. Eles são importantes, são determinantes, mas não existem sozinhos,

quer dizer, não justificam por si sós a escolha de um fato em detrimento de outro. Eles sempre estão associados com algum outro critério clássico do Jornalismo.

Também constatamos que os valores mais identificados com a indústria do entretenimento têm um peso significativo na constituição da notícia esportiva, mas foi interessante observar que tais valores não são exclusivos do jornalismo esportivo. Com surpresa observamos que o que aproxima o noticiário esportivo do entretenimento parte justamente do repertório de valores jornalísticos. Logo, se o Jornalismo esportivo valoriza o entretenimento — e o faz, sem dúvidas — está apenas sendo consoante com o próprio Jornalismo, que na era do domínio da televisão adapta seus conteúdos ao fluxo da programação da qual faz parte.

O resultado da pesquisa aponta para a confirmação de nossas duas hipóteses de trabalho: a cobertura esportiva na televisão é um produto que foge ao conceito de Jornalismo tradicional porque incorpora marcas identitárias muito fortes do entretenimento, porém, sem deixar de ser Jornalismo, e a noticiabilidade é constituída a partir da complementação entre o que identificamos como valores jornalísticos, de um lado, e como estratégias de mobilização da indústria do entretenimento, por outro.

Mas cabe salientar, a respeito das hipóteses de pesquisa: o noticiário esportivo na televisão é Jornalismo, sim, mas é um Jornalismo diferenciado tanto devido à sua condição híbrida quanto pelas condições em que se desenvolve no Brasil. Ao traçarmos a linha evolutiva do seu conteúdo editorial, constatamos que existe a tendência a um distanciamento gradativo desse Jornalismo clássico. O que equivale dizer que o noticiário esportivo é Jornalismo, mas por quanto tempo permanecerá deste lado da fronteira que o separa do entretenimento, é um questionamento que se faz pertinente e que, inclusive, pode vir a ensejar novas pesquisas.

Este questionamento se justifica porque observamos em nosso trabalho que o tratamento emprestado às notícias na televisão já apresenta traços inquestionáveis de tal

distanciamento, tanto textual quanto visualmente. Desde a figura do repórter, que no noticiário esportivo dispensa a pretensa imagem de mero observador e relator dos fatos: no esporte, ao contrário, o repórter pode se posicionar de forma a participar do acontecimento, seja externando sua opinião, seja protagonizando alguma situação na narrativa.

A notícia esportiva, neste contexto, é passível de ganhar o acompanhamento de vinhetas, efeitos especiais, música (que é outro elemento que invariavelmente tem acompanhado as reportagens), e outros elementos que a criatividade e a tecnologia permitem sem que com isso se cause estranheza ao público acostumado com o conteúdo. É uma forma de tratar a matéria-prima como algo que ao mesmo tempo pode servir de fonte de informação e diversão. É um comportamento deliberado, quando observamos que este perpassa uma escolha editorial pertinente a cada programa, a cada emissora. Mas também é um comportamento imposto: é a natureza do fato noticiável o que determina sua seleção e apresentação.

Observamos que, mesmo quando a notícia não é direcionada a um público específico, as suas formas de apresentação pouco ou nada mudam, contribuindo assim para a criação de uma imagem naturalizada da reportagem esportiva enquanto produto híbrido dado aprioristicamente, sem que sejam levadas em consideração as características da matéria-prima. E são essas características, ou um redimensionamento que possa ser dado a elas, um dos fatores que possivelmente pesarão para a mudança de posicionamento do jornalismo esportivo na fronteira que o separa do entretenimento.

Que tipo de redimensionamento, que outros fatores interligados podem contribuir para efetivar tal transposição, com que conseqüências, e se esta transposição de fronteiras realmente acontecerá, são questionamentos que demandam novas pesquisas, novos aprofundamentos. Pode ser que o noticiário esportivo esteja apenas antecipando ou tornando mais visível o movimento pelo qual o jornalismo em geral esteja passando em nossa sociedade cada vez mais consumidora

de informação e diversão, o que também enseja novos empreendimentos acadêmicos. Afinal, o Jornalismo que a sociedade consome muda de acordo com ela, de acordo com o momento histórico e cultural da fonte inesgotável de notícias: o mundo cotidiano, o mundo das pessoas.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Douglas A. 1983. **Sports Coverage in daily newspapers**. Journalism Quaterly. Vol.60, n.3, pp.497-500.

BUCCI, Eugênio. 1996. **O Brasil em Tempo de TV**. São Paulo: Biotempo Editorial.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. s.d. **A sociedade midiática: identidades esportivas e culturais** (mimeo).

_____. 1999. **Elementos para uma concepção da cultura de massa**. In: COSTA, Márcia Regina da (org.). **Futebol: espetáculo do século**. São Paulo: Musa, pp. 70-79.

COSTA, Márcia Regina da (org.). 1999. **Futebol: espetáculo do século**. São Paulo: Musa.

COUTINHO, Iluska. 2003. **A Busca por Critérios Editoriais em Telejornalismo: notas sobre a exigência de conflito nas notícias televisivas**. In: Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM: Belo Horizonte, 2 a 6 de setembro.

GABLER, Neal. 1999. **Vida, o Filme: como o entretenimento conquistou a realidade**. São Paulo: Companhia das Letras.

GANS, Herbert J. 1980. **Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time**. New York: Vintage Books.

HELAL, Ronaldo. 2003. **Mídia e Esporte: a construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro**. In: Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM: Belo Horizonte, 2 a 6 de setembro.

KUNCZIK, Michael. 1997. **Conceitos de Jornalismo- Norte e Sul: Manual de comunicação**. São Paulo: Edusp.

MARFUZ, Luiz. 2003. **A Dramatização da Notícia: a construção do personagem Leonardo Pareja nos telejornais**. In: VALVERDE, Monclar (org). **As Formas do Sentido**. Rio de Janeiro: DP&A, pp.99-120).

- MELO, José Marques de. 2003. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina.
- MORIN, Edgard. 1997. **Cultura de Massas no Século XX**. Volume I: Neuroses. 9.ed. Rio de Janeiro: Forense.
- PENA, Felipe. 2005. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto.
- PEREIRA JR. Alfredo Eurico Vizeu. 2003. **Decidindo o que é Notícia**: os bastidores do telejornalismo. 3.ed. Porto Alegre: Edipucrs.
- RAMONET, Ignácio. 2004. **A Tirania da Comunicação**. 3.ed. Petrópolis: Vozes.
- SABARÍS, Rosa Maria Martín. 2002. **La Dictadura del Formato em las Noticias de Televisión**. In: Revista Latina de Comunicación Social. Número 52, Outubro-Dezembro. La Laguna (Tenerife). Arquivo disponível em:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/20025214msabaris.htm>.
- SOUSA, Jair de, RITO, Lúcia, LEITÃO, Sérgio Sá. 1998. **Futebol-Arte**. São Paulo: Empresa das Artes.
- SOUSA, Li-Chang Shuen C.S. 2002. **A Espetacularização da Notícia Esportiva**: o caso do Esporte Espetacular. Monografia: UFMA.
- SOUSA, Jorge Pedro. 2002. **Teorias da Notícia e do Jornalismo**. Chapecó: Argos.
- TOLEDO, Luiz Henrique de. 2000. **No País do Futebol**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- TRAQUINA, Nelson (org). 1993. **Jornalismo**: questões, teorias e 'estórias'. Lisboa: Vega.
- _____. 2004. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Vol. 1. Florianópolis: Insular.
- TUCHMAN, Gaye. 1983. **La Producción de la Noticia**: estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gili.
- WEAVER, Paul H. 1993. **As notícias de jornal e as notícias de televisão**. In: TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo**: questões, teorias e 'estórias'. Lisboa: Vega, p. 294-305.

A função do usuário que lê notícias na internet *

Luciana Moherdauí *

Resumo: O presente artigo analisa a função e as ações do usuário que lê notícias no ciberespaço, tomando como parâmetro o conceito de função do sujeito na sociedade do discurso, cunhado pelo filósofo francês Michel Foucault. Neste estudo, classificamos a função do usuário em três ações: 1) usuário que apenas lê; 2) usuário que lê, envia *e-mail* e sugere pautas; 3) usuário que lê, envia *e-mail*, sugere pautas e participa da produção de conteúdo. O trabalho é baseado em levantamentos, dados de institutos de pesquisa e bibliografia sobre o tema. Nossas proposições serão ilustradas por meio de um levantamento que aponta indícios sobre o comportamento do público que acessa notícias no *A Tarde Online*, portal do Grupo *A TARDE*, e do *Último Segundo*, portal do *Internet Generation (iG)*.

Palavras-chave: usuário, participação, jornalismo digital

1. Introdução

A discussão sobre o comportamento do usuário que acessa informação *online* começou a se aprofundar em meados da década de 90, quando o mundo percebeu o potencial do jornalismo digital (MOHERDAUI, 2002). Desde então, a rede se tornou uma importante fonte de informação no Brasil e no exterior. O percentual de pessoas que optam ler jornais na internet tem crescido mais rapidamente que o de usuários em geral no Brasil e nos EUA. Nos EUA, o número de usuários que lêem jornais digitais aumentou 11,4% entre outubro de 2004 e outubro de 2005. Dos 18,9 milhões que navegaram pela *internet*, 30,8% divulgados em novembro daquele ano. Nos EUA, esse

* Este texto foi escrito a partir de capítulo que integra a dissertação de mestrado O usuário de notícias do jornalismo digital defendida em maio de 2005, na FACOM/UFBA. O trabalho foi desenvolvido sob a orientação do prof.dr. Elias Machado. Disponível em http://jornal.atarde.com.br/Luciana/disserta_revisada.pdf. Acesso em 8 jan. 2006.

* Jornalista e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia.

número é de 26%. Em outubro de 2005, 39,3 milhões de americanos acessaram jornais na rede, contra 3,6 milhões no Brasil¹.

Esse usuário que lê notícias passou ao centro das discussões sobre a produção de conteúdo para plataformas digitais. Grande parte dos pesquisadores (NIELSEN, 1997; MOHERDAUI, 2000; NOCI, 2000; PAVLICK, 2001; BOCZKOWSKI, 2002; SAAD, 2003; WOLTON, 2004) defende que é preciso examinar com mais atenção o público que lê notícias da *web*, ou seja, o usuário é a chave para criar conteúdo e serviços na rede. Desde então, muitos conceitos surgiram para denominá-lo: leitor ativo (LANDOW, 1995), usuário-navegante-visitante-leitor (BLACK, 1997), leitor *scanner* (NIELSEN, 1997), leitor móvel (FIDLER, 1998), consumidor de mídia (PAVLICK, 2001), múltiplos leitores (MOHERDAUI, 2000); (MEADOWS, 2003), leitor do tempo real (ZAMORA, 2002), interator (MURRAY, 2003), leitor local (WOLTON, 2004), leitor imersivo (SANTAELLA, 2004) e públicos determinados (BOCZKOWSKI, 2004), entre outros.

Ao mesmo tempo em que aumenta o número de usuários que acessa informações pela rede, crescem sistemas de publicação abertos que permitem aos internautas publicar conteúdo como *Independente Media Center*, *OhmyNews*, *Slashdot*, *Kuro5hin*, *Wikipedia*, *MyMisoourian*, *NorthwestVoice* e *Fanfiction.Net*, entre outros. Ou seja, a internet entra em uma nova fase, a da participação do público na produção de conteúdo. Com isso, muda o papel do usuário, que antes era o de ser um mero leitor, cuja interferência na produção se restringira apenas a envio de cartas ou sugestão de pautas aos veículos de comunicação. Esse receptor vira emissor e muda o conceito de notícia (MACHADO, 2000; BOCZKOWSKI, 2004) e, cada vez mais, o público participa da

¹ VALLE, Sabrina. **Número de leitores de jornais online cresce 13,9% no Brasil, diz pesquisa**. Rio de Janeiro: O Globo. 17 nov. 2005. Disponível em <http://oglobo.globo.com/online/economia/189204022.asp>. Acesso em: 8 jan. 2006.

produção do conteúdo *online*. Muda-se o conceito de *journalist-centered* para *user-centered*.

Tendo em vista as mudanças no comportamento do usuário que lê jornais digitais, pretendemos analisar as funções desempenhadas por esse usuário a partir de um estudo de leitores do portal *A Tarde Online* (www.atarde.com.br), do Grupo *A TARDE*, de Salvador, por ser de abrangência regional, e do *Último Segundo* (www.ultimosegundo.com.br), jornal do *iG*, por ser de abrangência nacional.²

1.2. O usuário de notícias da web

Por conta do crescimento de pessoas conectadas à *internet* depois da criação da *world wide web*³, nos início dos anos 90, as empresas de comunicação que investem em conteúdo digital desenvolveram uma série de projetos editoriais e de serviços para ampliar o tráfego de usuários em seus provedores (de conteúdo ou de acesso). Não existe um conceito estabelecido para o usuário de *internet*. No dicionário *Houaiss*, usuário significa “quem possui ou desfruta alguma coisa por direito de uso ou quem usa habitualmente algo”. Esse termo passou a ser utilizado, com mais frequência, pelos

² Para saber mais sobre o *A Tarde On Line* e o *Último Segundo* ver: MOHERDAUI, Luciana. O usuário de notícias no jornalismo digital. 2005, 120f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal da Bahia, Salvador. Disponível em http://jornal.atarde.com.br/Luciana/disserta_revisada.pdf. Acesso em 09. jul. 2006.

³ O engenheiro britânico Tim Bernes-Lee começou a desenvolver a *world wide web*, a parte multimídia da *internet*. A *web* reúne técnicas de informação em rede e hipertexto. Em julho de 1945, Vannevar Bush escrevera um dos primeiros artigos sobre hipertexto.

institutos que medem a frequência de navegação nos *sites* desde a popularização da rede. No jornalismo digital, pesquisadores, como o brasileiro Elias Machado⁴, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, em Salvador, o inglês Barrie Gunter⁵, do Departamento de Estudos em Jornalismo da Universidade Sheffield, na Inglaterra, e o argentino Pablo Boczkowski⁶, professor-assistente do Massachusetts Institute of Technology, entre outros, nomearam o leitor da rede como usuário que acessa informações *online*.

Nesse trabalho, utilizaremos o conceito usuário para definir o sujeito que interage - e a fixação dos papéis para esse sujeito que interage no portal *A Tarde Online* e no *Último Segundo*, tendo como parâmetro o conceito de função do sujeito na sociedade do discurso, cunhado por Foucault (1970, p. 44-55). Entendemos que a *internet* é muito mais que uma plataforma de distribuição de conteúdos (ECHEVERRÍA,1999; WOLTON, 2004) e que, conectado à *internet*, o usuário desempenha vários papéis, e entre eles está o da leitura. O conceito de função do sujeito de Foucault contribui para o entendimento da função do usuário no jornalismo digital:

(...) O discurso, esteja ele relacionado aos rituais da palavra, às sociedades do discurso, aos grupos doutrinários e às apropriações sociais – se constitui espécies de grandes edifícios que garantem a distribuição dos sujeitos que falam nos diferentes tipos de discursos e a apropriação dos discursos por certas categorias de sujeitos. O que é afinal um sistema de ensino senão uma ritualização da palavra; senão uma qualificação e uma fixação dos papéis para os sujeitos que falam; senão a constituição de um grupo doutrinário e menos difuso; senão uma distribuição e uma apropriação do discurso com seus poderes e seus saberes?” Que é uma ‘escritura’ (a dos escritores) senão um sistema semelhante de sujeição, que toma formas um pouco diferentes, mas cujos grandes planos são análogos? Não constituiriam o sistema judiciário, o sistema institucional da medicina, eles também, sob certos aspectos, ao menos, tais sistemas de sujeição do discurso? (FOUCAULT, 2004, p.44-45).

⁴ MACHADO, 2000, p.269.

⁵ GUNTER, 2003, p.142-164.

⁶ BOCZKOWSKI, 2003, p.57.

Ampliaremos a discussão que faz Foucault sobre as funções do sujeito na sociedade para o ambiente *online*: Não constituiria a participação do leitor na produção de conteúdo para plataformas digitais, sob certos aspectos, um sistema de sujeição do discurso? Pois, conforme o autor, “a doutrina realiza uma dupla sujeição: dos sujeitos que falam aos discursos e dos discursos ao grupo, ao menos virtual, dos indivíduos que falam.” Tal ação pode ser observada em *sites* com sistemas de publicação abertos citados anteriormente, como *Slashdot*, *Independente Media Center* e *Wikipedia*, entre outros, em salas de bate-papo, em programas de comunicação simultânea, em *sites* de *e-commerce* como *eBay*, por exemplo.

Desde que surgiu, o jornalismo digital foi classificado em quatro fases (SILVA JR, 2002; MIELNICZUCK, 2003; BOCZKOWSKI, 2004; MACHADO, 2004): primeira geração, sustentada pela reprodução dos conteúdos dos meios impressos; segunda geração, quando, mesmo submetido à metáfora do impresso, são desenvolvidos novos tipos de produtos; e terceira geração, quando são lançadas iniciativas tanto empresariais quanto editoriais adaptadas às características do ciberespaço, sendo que Boczkowski incluiu na terceira fase a produção de conteúdo pelo usuário; quarta geração, jornalismo digital baseado em bancos de dados inteligentes.

Tendo em vista a classificação proposta no tópico anterior, é possível dividir a função do usuário em três ações: 1) usuário que apenas lê; 2) usuário que lê, envia *e-mail* e sugere pautas; 3) usuário que lê, envia *e-mail*, sugere pautas e participa da produção de conteúdo. Nesta etapa, o colaborador pode ser remunerado ou não remunerado. Mesmo sendo o computador um meio expressivo capaz de ampliar a nossa capacidade de relatar fatos e, como tal, torna possível a criação de narrativas multiformes (MURRAY, 2003) ou multi-seqüenciais, no caso do jornalismo digital,

apesar de o leitor ser um agente ativo⁷, o enredo ou o fato a ser noticiado é restringido a um nível mínimo de diálogo com o usuário, mesmo tendo em vista que a narrativa pode ser constituída sob o ponto de vista da história multiforme.⁸

Podemos afirmar que o *A Tarde Online* e o *Último Segundo*, objetos de nosso estudo, ainda estão na segunda etapa no que se refere às funções do usuário, ou seja, aquela em que o leitor envia *e-mail* e sugere pautas (tais funções serão detalhadas nos capítulos seguintes).

No levantamento feito com assinantes de conteúdo do *A Tarde Online*, percebemos que de 134 respondentes, apenas quatro participam da produção de conteúdo sem remuneração, (seja por envio de fotos, boletim de trânsito e informações sobre acidentes, entre outros), 19 enviam *e-mail* e sugerem pautas e 111 enviam *e-mail* à redação. No *Último Segundo*, a participação do internauta também é pouco expressiva. Do total de 1.573 entrevistados, apenas 111 afirmaram participar da produção de conteúdo do jornal. Outros 1.336 apenas lêem o conteúdo e 125 lêem e sugerem pautas. O jornal digital do *iG* também não tem política de remuneração.

O *iG* lançou o projeto leitor-repórter em 2002, que permitia aos usuários do portal enviar sugestões de reportagens e textos ao *Último Segundo*. A idéia era incentivar a participação dos internautas na produção jornalística do ciberespaço. Dividido em duas modalidades - notícias e reportagens -, o leitor-repórter⁹ do *iG*

⁷ Segundo Murray, desde a década de 1970, os críticos literários têm estado mais e mais conscientes sobre o papel do leitor em formar ativamente a experiência de um romance. Há várias tendências que se sobrepõe em tal análise. Alguns críticos concentram-se na percepção de que o leitor tem das fórmulas da própria narrativa e enfatizam as muitas maneiras pelas quais esses elementos recorrentes podem ser percebidos e combinados dentro de qualquer obra em particular. Outros se centram nas projeções emocionais do leitor, em como as esperanças e os medos individuais determinam a forma de uma leitura em especial. Outros, ainda, enfatizam a atividade cognitiva do leitor para encaixar a obra de arte em esquemas existentes, ou quadros de referência, e para tentar organizar seus elementos num todo coerente. Embora nenhuma terminologia ou metodologia específica tenha surgido dessas pesquisas, há uma aceitação comum de que o ato de ler (ou assistir) está longe de ser passivo, exigindo considerável atividade emocional e cognitiva, além de um esmero nas fórmulas para contar histórias.

⁸ No Brasil, esse formato pode ser claramente observado em portais como UOL (<http://www.uol.com.br>) e iG (<http://www.ig.com.br>), entre outros.

⁹ Para saber mais sobre o projeto **leitor-repórter** do *iG*, ver PRADO, Ana. **Informação Fast Food - Um estudo de caso do jornal Último Segundo do portal iG**. 2002. 148 pp. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

priorizava notícias atualizadas e permitia ao usuário denunciar e divulgar fatos de qualquer parte do mundo. Para participar, o leitor que presenciasse um fato inusitado podia enviar uma mensagem à Redação do *Último Segundo*. Um repórter do jornal fazia nova apuração e checagem dos dados antes de publicar a notícia do colaborador. O leitor também podia enviar textos e fotos para reportagens especiais sobre algum tema de livre escolha.

O *Último Segundo* decidiu suspender o projeto por conta da dificuldade de apurar e editar o conteúdo que chegava à Redação. Em entrevista, por *e-mail*, à pesquisadora em novembro de 2004, o então diretor comercial, Leão Serva, idealizador do projeto, disse que os textos¹⁰ do leitor-repórter não podiam ser publicados sem que tivessem sido previamente checados e editados, o que inviabilizou o projeto, que chegou ao fim no final de 2002. Tendo como base a iniciativa do *iG*, no final de 2003, o grupo *A TARDE* lançou um projeto para que os usuários escrevessem textos para o portal. Também chamado de leitor-repórter, o plano não foi levado adiante por conta dos critérios de noticiabilidade estabelecidos à época pelo *A Tarde Online*: importância da informação, interesse público, proximidade [geográfica, temporal, política, social, cultural], fontes envolvidas, possibilidade de desdobramento, credibilidade, adequação gramatical, objetividade e concisão (MOHERDAUI, 2004, p. 6-10). Entre outubro de 2003 e março de 2004, o portal recebeu 177 mensagens de usuários com textos, fotos, alertas sobre incêndio, acidentes e sugestões de pautas. Desse total, foram aproveitados apenas três *e-mails*.

Esse resultado se deve, em parte, a estratégias definidas pelo Grupo *A TARDE* e, também, a questões culturais. O grupo acredita que é preciso estabelecer regras para que haja uma participação maior na produção de conteúdo para aquele portal.

¹⁰SERVA, Leão. Publicação eletrônica [entrevista]. Mensagem recebida por <lucianamoherdau@uol.com.br> em 15 nov. 2004.

É verdade que a participação do sujeito na produção de conteúdo não é uma ação que surge com a criação da *web*. Na realidade, a rede amplia tal participação (HERMANA, 1998, p. 73). Ao contrário do que critica o analista de mídia Steve Outing¹¹, no *site Editor & Publisher*, não se trata de “egoísmo ou temor em um jornalista ser substituído por um leitor”, mas sim de um modelo de negócio e estratégia editorial definidos. Dos portais ligados à grande imprensa, o *Universo Online (UOL)* experimentou a participação do leitor durante a cobertura da guerra em Kosovo, em 1999¹². Naquele ano, o *UOL* publicou depoimentos de pessoas que estavam próximas às áreas de conflito (MOHERDAUI, 2002). À época, o jornalista Walter Faceta Júnior escreveu para o jornal *O Estado de S.Paulo*:

“O atual confronto no Kosovo experimenta o uso de uma efetiva e moderníssima arma: a *Internet*. Com o avanço das tecnologias da informação: habitantes de todos os recantos da Terra, de Paris a Luanda, de Tóquio a Ciudad del Leste, podem participar "efetivamente" do conflito. À parte dos bombardeios e do deslocamento de tropas, desenvolve-se uma guerra paralela, "democratizada", calcada na difusão caótica de informação e opinião. Qualquer pessoa pode mover seu peão nesse tabuleiro, seja contando sua experiência nas regiões do conflito, seja emitindo suas opiniões ou multiplicando informações. Trata-se de uma Terceira Guerra Mundial, da qual muitos podem participar sem levantar o traseiro da cadeira do escritório. Cada um espera tornar-se o Davi da história.” (MOHERDAUI, 2002, p.31).

O exemplo mais recente do potencial do jornalismo *online* participativo pôde ser evidenciado durante a cobertura da tragédia na Ásia, quando ondas gigantes mataram mais de 275 mil pessoas no final de 2004, segundo informações da agência de notícias *Folhapress* distribuídas em 26 de janeiro de 2005¹³. Horas após o terremoto, *sites* publicavam listas de desaparecidos e *blogs* pessoais mostravam fotos e relatos da

11 OUTING, Steve. **How to integrate citizen journalism into mainstream news sites**. Editor & Publisher, Estados Unidos, 19 nov. 2004. Disponível em http://www.editorandpublisher.com/eandp/columns/stopthepresses_display.jsp?vnu_content_id=1000724065. Acesso em: 8 jan. 2006.

¹² Para um estudo mais detalhado do jornalismo de “fonte aberta” na Guerra de Kosovo ver HALL, Jim. **Online Journalism – A critical primer**. London: Pluto Press, 2001, p. 94-128.

¹³ APÓS UM MÊS, total de mortos chega a 275 mil. **A Tarde Online**, Salvador, 26 jan. 2005. Disponível em http://www.atarde.com.br/materia.php3?mes=01&ano=2005&id_materia=3539. Acesso em: 8 jan. 2006

dimensão do efeito dos maremotos, antecipando-se a jornalistas de vários países que só chegaram ao local nos dias seguintes. Depois, vieram os vídeos - quase todos amadores e muitos deles disponíveis na *internet*. Essas imagens causaram um volume inédito de doações, congestionando o acesso a *sites* de entidades humanitárias. Houve uma explosão no número de *sites* e *blogs* que ajudaram no trabalho de resgate e, também, a levantar dinheiro para entidades de caridade a uma velocidade nunca vista antes.

Outro fenômeno foi o de pessoas que não estavam no local da tragédia, mas usaram seus *blogs* para disseminar notícias e vídeos. *Sites* de entidades de caridade e de ajuda humanitária dos Estados Unidos ficaram congestionados com a quantidade recorde de pessoas físicas com interesse em fazer doações em dinheiro para as vítimas do desastre na Ásia - doações que costumam chegar antes do que as feitas por governos. Até o presidente dos EUA, George W. Bush, indicou a *internet* como um meio de ajuda. Na segunda-feira (3), ele conclamou os norte-americanos a visitar o *site* da USA Freedom Corps para ver uma lista de entidades confiáveis e fazer doações.¹⁴

Um exemplo importante do uso de imagens foi o atentado terrorista em Londres, em 7 de julho passado, no qual o eletrecista brasileiro Jean Charles de Menezes foi assassinado pela polícia britânica por ser suspeito de terrorismo. Usuários de internet utilizaram *blogs* e *fotologs* para postar textos e imagens sobre os atentados na rede mundial de computadores. Esse material complementou a cobertura da imprensa à época, com detalhes de quem estava próximo aos metrô quando ocorreram os atentados. A diretora de jornalismo da *BBC*, Helen Boaden, disse que a Redação recebeu 50 fotos em menos de uma hora. “Criamos uma galeria de imagens móveis [feitas por celular]. A participação do público tem um poder incrível”. Helen acredita que o aumento da interação entre as mídias e o público irá melhorar a cobertura

¹⁴INTERNET tem papel central no pós-tsunami. São Paulo: **UOL Mundo Digital**, 01 mar. 2005. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/mundodigital/ultimas/2005/01/03/ult8u975.jhtm>. Acesso em: 8 jan. 2006.

jornalística. Por conta disso, a Scoopt.com foi criada para vender a empresas jornalísticas fotos feitas por cidadãos usando celulares ou câmeras digitais. O valor das imagens é dividido com os autores das imagens. O foco do serviço é o jornalismo colaborativo, tendência que está mudando a maneira como alguns veículos de comunicação constroem seus noticiários¹⁵. Seguindo a tendência mundial do uso de câmeras digitais, no Brasil, o jornal *O Estado de S.Paulo* criou projeto semelhante e também com remuneração, o Foto-Repórter. No primeiro dia de atividades, o jornal recebeu 264 imagens e 192 cadastros de foto-repórter, com idades entre 12 a 70 anos. Alguns trabalhos vieram da França, México e EUA¹⁶.

O fenômeno da incorporação dos leitores na produção de conteúdos pré-existe à *internet*. A mídia brasileira *off-line* incluía o leitor na participação de conteúdo mesmo antes de iniciar a discussão do *open-source* ou *participatory* na rede. Emissoras de tv e de rádio, revistas e jornais inserem os cidadãos em sua produção editorial, como a *Rádio Eldorado*, em São Paulo, que recebe diariamente informações sobre o trânsito de ouvintes espalhados pela cidade. Desde 1997, a *Revista da Folha* (do jornal *Folha de S.Paulo*) edita a *Revista do Leitor*, um número inteiramente feito pelos seus leitores. Em 22 de dezembro de 2002, 50 autores foram escolhidos entre quase 3.500 inscrições para fechar a última edição do ano da revista, cujo título fora *O leitor também é penta*.¹⁷

O jornal *A TARDE*, em Salvador, também já publicou material produzido por leitores em 12 de outubro de 2003¹⁸. Em julho de 2004, o jornal baiano criou o Conselho de Leitores, com o objetivo de aproximar o leitor dos jornalistas e do jornal. Nas reuniões, são discutidos o formato das fontes, a apresentação das páginas, os

¹⁵ DAY, Julia, JOHNSTON Chris. **Public provides new dimension to media coverage**. Inglaterra: The Guardian. 8 jul. 2005. Disponível em <http://media.guardian.co.uk/site/story/0,14173,1524154,00.html>. Acesso em 8 jan. 2006.

¹⁶ Para saber mais sobre o Foto-Repórter, veja <http://www.estadao.com.br/fotoreporter>.

¹⁷ O LEITOR também é penta. São Paulo: **Revista da Folha**, 22 dez. 2002. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/revista/inde22122002.shl>. Acesso em: 8 jan. 2006.

¹⁸ ELES fizeram o jornal. Salvador, **A Tarde**, 30 abr. 2003, Disponível em http://www.atarde.com.br/materia.php3?mes=10&ano=2003&id_materia=1696. Acesso em: 8 jan. 2006.

enfoques das reportagens e o espaço do leitor¹⁹. Em meados da década de 90, o *Correio Braziliense* contratou, para o cargo de *ombudsman*, um leitor que enviava críticas sobre o jornal à redação diariamente, segundo informações do ex-diretor de Redação do *Correio Braziliense*, Ricardo Noblat, em mensagem enviada à pesquisadora, em 31 de janeiro de 2005²⁰.

Em janeiro de 2005, a *Folha de S.Paulo* noticiou, por intermédio de um leitor, que a Força Aérea Brasileira cometeu um erro ao informar que a aeronave Boeing 707-320c, utilizada pela Presidência da República até 15 de janeiro deste ano, foi construída em 1958. Conforme apontou o leitor, por *e-mail*, à Redação daquele jornal, na realidade, a aeronave fora construída em 1968. “A aeronave da FAB, um KC-137, foi fabricado pela Boeing como 707 em 1968 (...), o avião tem número de série 19840, tendo realizado o primeiro vôo em 16 de fevereiro de 1968”.²¹ O jornal checou a informação com outras fontes e publicou a matéria tendo o leitor como fonte principal.

Em mais uma iniciativa de criar mecanismos de colaboração participativa, o *Universo Online* reformulou, em 25 de abril de 2005, a estação de informática do portal e lançou o Painel do Leitor²², espaço de interesses de seus leitores. O canal que passou a se chamar *UOL Tecnologia*, publica, às quartas-feiras, uma reportagem com base nas sugestões, dúvidas, dicas e críticas deixadas no Mural.

A expansão da tecnologia digital muda o sistema de produção e de distribuição da notícia e facilita a descentralização, que pode obedecer a um planejamento por demandas específicas por público. Com a inclusão dos usuários como fonte ou como produtores de informação, percebe-se uma reorganização da forma histórica da prática

¹⁹NETO, Adalício. Jornalistas ouvem o conselho dos leitores. **A TARDE**. Salvador, 3 out. 2004. A Tardinha. p. 4-5.

²⁰NOBLAT, Ricardo. Publicação eletrônica [entrevista]. Mensagem recebida por <lucianamoherdau@uol.com.br> em 31 jan. 2005.

²¹FLOR, A; DANTAS, I. Sucatão é 10 anos mais novo que o divulgado. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, jan. 2005. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1501200504.htm>. Acesso em: 8 jan. 2006

²²LEITORES sugerem, e o UOL Tecnologia escreve. **Universo Online**, São Paulo, abr. 2005. Disponível em <http://tecnologia.uol.com.br/painel/ultnot/2005/04/26/ult2895u1.jhtm>. Acesso em: 8 jan. 2006

jornalística (MACHADO, 2000, p.271) ao contrário do que ocorre no modelo tradicional, que consiste em uma atividade coordenada ao longo do processo unicamente por jornalistas.

Um gênero do jornalismo que lança mão dos cidadãos para levantar pautas é o jornalismo cívico, cujo termo surgiu no início dos anos 90, a partir da crítica à produção voltada a lucros e à audiência. As discussões iniciaram com um grupo de jornalistas do *The Kettering Foundation* e da *Syracuse University*, do qual fazia parte o pesquisador Jay Rosen, da New York University, autor dos primeiros artigos sobre o tema.

O jornalismo cívico defende a participação do cidadão na produção de conteúdo e tem como objetivo fazer os jornais ampliarem o contato com a comunidade²³. Em 1995, outro importante pesquisador sobre o assunto, o jornalista norte-americano David Merritt escreveu *Public journalism and public life*, que se tornou referência ao tema. Merritt partiu da constatação de que o jornalismo americano está em crise, entendendo-se que essa crise se refere à democracia e que o público desinteressou-se dos jornais e da política, e a credibilidade dos cidadãos para com as instituições enfraqueceu de uma maneira preocupante. Por conta disso, Merritt propõe uma mudança no jornalismo e no modo de trabalho de cada jornalista, não apenas para mudar algumas práticas, mas, também, para repensar o próprio papel do jornalismo numa democracia moderna²⁴.

²³ Para saber mais sobre jornalismo cívico, ver MERRIT, David. **Public Journalism and PublicLife**. New Jersey: Lea, 1998; GLASSER Theodore. **The idea of public journalism**. New York: Guilford Press, 1999; ROSEN, Jay. **What are journalists for?** New Haven: Yale Univesity Press, 1999.

²⁴ JORNALISMO público. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 01 mai. 2002. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/voz010520027.htm>. Acesso em: 8 jan. 2006

Uma forma de garantir a credibilidade da informação que chega às redações digitais por meio dos usuários é ter um arquivo organizado daqueles colaboradores (MOHERDAUI, 2004). Desta maneira será possível criar uma rede descentralizada e aumentar a participação dos usuários na produção jornalística. O usuário deixará de ser um mero leitor e se tornará um colaborador, conforme iremos discutir no tópico seguinte.

1.3. As funções do usuário

A rede mundial de computadores permite desempenhar diversas funções, entre elas, a da leitura. Em nosso estudo identificamos que o usuário desempenha três tipos de funções: 1) usuário que apenas lê; 2) usuário que lê, envia *e-mail* e sugere pautas; 3) usuário que lê, envia *e-mail*, sugere pautas e participa da produção de conteúdo. A idéia de ritual que Foucault descreve contribui para explicar como são definidas as funções dos usuários:

(...) o ritual define a qualificação que devem possuir os indivíduos que falam (e que, no jogo de um diálogo, da interrogação, da recitação, devem ocupar determinada posição e formular determinado tipo de enunciados); define os gestos, os comportamentos, as circunstâncias, e todo o conjunto de signos que devem acompanhar o discurso; fixa, enfim, a eficácia suposta ou imposta das palavras, seu efeito sobre aqueles os quais se dirigem, os limites de seu valor de coerção. Os discursos religiosos, judiciários, terapêuticos e, em parte também, políticos não podem ser dissociados dessa prática de um ritual que determina para os sujeitos que falam, ao mesmo tempo, propriedades singulares e papéis preestabelecidos (FOUCAULT, 2004, p.39).

Nossa hipótese pode ser comprovada com o resultado do levantamento realizado com assinantes de conteúdo do portal *A Tarde Online* e do *Último Segundo*, e nos leva a perceber que as ações do público dependem da função desempenhada na rede articulada em torno das organizações jornalísticas.

Dos 134 respondentes do *A Tarde Online*, a maioria dos assinantes daquele portal mora em Salvador (93) e é formada por homens (91) com idade entre 21 e 45 anos. As mulheres somam 43, com idade entre 21 e 35 anos. Boa parte deles ganha entre 1 e 10 salários mínimos²⁵ (77) e tem nível superior completo (66).

A participação na produção de conteúdo ainda é inexpressiva: dos 134 respondentes, 111 apenas lêem o conteúdo, 19 lêem e sugerem pautas e apenas quatro lêem, sugerem pautas e participam da produção sem remuneração. A leitura é feita de modo não linear (103). **Credibilidade (48) e informações atualizadas (32)** são os fatores mais importantes ao escolher um jornal digital. A interação entre o usuário e o jornal ocorre por meio de *e-mail* (24), fórum de discussão (26) e envio de notícia (26). A maioria do acesso àquele portal se dá por meio de visita ao *site* (114). **Conteúdo é o que mais atrai os internautas** para o *A Tarde Online* (100). Apenas 33 procuram o *site* por conteúdo e serviços, respectivamente. Nenhum dos entrevistados afirmou navegar pelo portal apenas pelos serviços que ele oferece. Questionados sobre o *e-commerce*, 73 disseram não fazer compras pela rede contra 60 que responderam afirmativamente. Entre o tipo de conteúdo mais acessado, **Local** ocupa o primeiro lugar na preferência. Dos 134 que responderam à questão, a maioria (118) acessa o *A Tarde Online* em busca de notícias da localidade. Em seguida, estão **Nacional** (109) e **Política** (85).

O perfil dos leitores do *Último Segundo* é um pouco mais diversificado: 37% dos 1.573 respondentes são de São Paulo, 21% do Rio de Janeiro, 11% de Minas Gerais e 6% da Bahia. A maioria é formada por homens (68%). As mulheres representam 32% do total de entrevistados. Boa parte dos usuários do *Último Segundo* tem idade entre 22 e 50 anos: 1151. Trinta e um por cento dos entrevistados têm nível superior completo, 16% são pós-graduados e apenas 3% cursaram o primeiro grau. Trinta e cinco por cento

²⁵ Valor calculado com base no salário mínimo de R\$ 260.

do público que lê o *Último Segundo* têm renda entre R\$ 2 mil e R\$ 5 mil e 25% ganha entre R\$ 1 mil e R\$ 2 mil.

A participação na produção de conteúdo também é insignificante: do total de respondentes, 1.336 lêem o conteúdo, 125 lêem e sugerem pautas e apenas 111 lêem, sugerem pautas e participam da produção. A leitura é feita de modo não linear (944). **Informações atualizadas (1.374) e credibilidade (1.256)** são os fatores mais importantes ao escolher um jornal digital. A interação entre o usuário e o jornal ocorre por meio de *e-mail* (675), envio de notícia (623) e fórum de discussão (512). A maioria do acesso àquele portal se dá por meio de visita ao *site* (1.487). **Conteúdo é o que mais atrai os internautas** para o *Último Segundo* (1.120). Mais da metade (588) procura o *site* pela oferta de serviços. Questionados sobre o *e-commerce*, 1.022 disseram não fazer compras pela rede contra 550 que responderam afirmativamente, ou seja, pouco mais de um terço. Entre o tipo de conteúdo mais acessado, Nacional ocupa o primeiro lugar na preferência. Do total de respondentes, a maioria (1.456) acessa o *Último Segundo* em busca de notícias Nacionais. Em seguida, estão Local (1.179) e Internacional (1.162), respectivamente.

Os dados apresentados acima mostram que os usuários do *A Tarde Online* e do *Último Segundo* lêem, sugerem pautas e enviam *e-mail*. Isso ocorre por conta da função do público estabelecida à produção de conteúdo, conforme as normas editoriais do Grupo *A TARDE*, que edita aquele portal, e do *Internet Group*, que edita o *Último Segundo*.

O *site* jornalístico do *iG* está mais avançado ao que se refere a modelos de narrativas para o ciberespaço e serviços que o portal do Grupo *A TARDE* (veja quadro comparativo sobre o *A Tarde Online* e o *Último Segundo* no capítulo 6). O *Último Segundo* tem estrutura para oferecer recursos multimídia como vídeo e áudio. Também

tem ferramenta para bate-papo e *blog*, entre outros, serviços que o *A Tarde Online* não oferece, ainda. Mas, não oferecem mecanismos para que os usuários participem da produção de conteúdo. Exemplo disso é o *Observatório de Imprensa*, site que analisa a mídia²⁶.

Ao contrário das narrativas de jogos *online*, que oferecem caminhos que podem ser alterados dinamicamente de acordo com a participação do internauta, como ocorre no *SimCity* (1987) ou o *RPG (Role-Playing-Games)*, as notícias publicadas no *A Tarde Online* e no *Último Segundo* apresentam a mesma tendência de enfatizar limites, como ocorre nos veículos de comunicação tradicionais. A diferença é o uso de recursos multimídia e a natureza enciclopédica do meio que permitem uma nova forma de edição.

No caso do *A Tarde On Line* e do *Último Segundo*, a produção *online* é centralizada, linear e hierarquizada, ainda que haja abertura à participação do leitor nas narrativas – os internautas respondem a enquetes, aos fóruns de discussão, enviam *e-mails* aos editores com sugestões de pautas e participam de *blogs*. Os programas de publicação desenvolvidos para a redação *online* não conferem autonomia ao usuário nem tampouco possibilitam a criação de reportagens a partir do hipertexto ou baseadas no labiríntico jardim borgeano.²⁷ A produção e a edição *online* seguem as convenções estabelecidas pela mídia tradicional.

1.4. Conclusões

Nosso levantamento apontou que a função dos usuários do *A Tarde Online* e do *Último Segundo* restringe à leitura, sugestão de pautas e envio *e-mail*. O estudo com usuários dos portais noticiosos *A Tarde Online* e *Último Segundo* nos leva a concluir que a criação de um banco de dados complexo é a melhor alternativa para criar

²⁶ Ver <http://www.observatorioidaimpresa.com.br>

²⁷ Ver BORGES, Jorge Luis. El jardín de los Senderos que se bifurcan. In: **Ficciones**. Madrid: Alianza Editorial, 1995, p. 100-118.

possibilidades de mapear o público, por meio de um número expressivo de variáveis, e ampliar participação dos leitores na produção de conteúdo no ciberespaço, elaborando sistemas interligados de envio de material às Redações.

Para modificar esse cenário, é preciso que haja mudanças cultural e estrutural nas empresas de comunicação, para que seja desenvolvida uma rede de produção descentralizada. **Com mudança da intermediação entre jornais e público, cresce a participação do público na produção *online*, o que acarreta a transformação do processo de produção – captação, apuração, processamento e circulação.** No ambiente digital, essa mudança ocorre de três modos, conforme defende o pesquisador argentino Boczkowski: a) em vez de ser centralizada no jornalista, a informação passa a ser cada vez mais centralizada no leitor; b) várias vozes contam sobre um mesmo fato; e c) foco microlocal, conteúdo baseado no interesse de pequenas comunidades, definido por interesses comuns e localidade geográfica.

Mesmo tendo um banco de dados de pessoas que produzem conteúdo e um sistema que permita o autogerenciamento, é preciso levar em consideração que a edição de um jornal é hierarquizada, ou seja, é preciso estabelecer normas para produção e publicação no espaço digital, pois não é verdade, como defende Pavlik, que a grande mudança da velha mídia para a nova mídia é a escolha e o controle. Não no caso do jornalismo digital. Jornais como o coreano *OhmyNews*, que já conseguiu reunir 30 mil colaboradores, e o site *Slashdot*, também baseado em conteúdo feito por usuários, têm seu conteúdo filtrado e monitorado por uma equipe de editores, pois “em toda sociedade, a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório” (FOUCAULT, 2004, p. 8-9). Esse monitoramento é evidente quando analisamos a função do usuário

dos jornais digitais *A Tarde Online* e *Último Segundo*, e quando percebemos se há a inserção daquele público na produção de conteúdo.

1.5. Bibliografia

BARBOSA, Suzana. Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBAHIA, 2002a, 307 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

BARDOEL, Jo & Deuze, Mark. Network Journalism: Converging Competences of Old and New Media Professionals. In: VSOM-conference Horizon 1999, 1999, Utrecht.

BOCZKOWSKI, Pablo. Digitizing the news. Londres: The MIT Press, 2004.

BOLTER, Jay David. Writing space: the computer, hypertext, and the history of writing, EUA: Lawrence Erlbaum Associates, 1991.

CASTILHO, Carlos. Autoria compartilhada. Observatório da Imprensa, São Paulo, 01 fev. 2005. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=314ENO001>. Acesso em: 8 jan. 2006.

ECHEVERRÍA, Javier. Los señores del aire: telépolis y el tercero entorno. Barcelona: Destino, 1999.

ECO, Umberto. Muito além da internet. Folha de S.Paulo, 14 dez. 2003, Mais! Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1412200304.htm>. Acesso em: jan. 2006.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Os leitores do jornalismo online: Hábitos, percursos e experiências de leitura em tempo real. In Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2004, Salvador. CD-ROM.

FIDLER, Roger. Mediamorfosis: comprender los nuevos medios. Barcelona: Granica, 1998.

FOUCAULT, Michel. A ordem do discurso. São Paulo: Loyola, 2004.

GILLMOR, Dan. Whe the media – Glassroots journalism by the people, for the people. EUA: O'reilly Media, 2004.

GLASSER, Theodore. The idea of public journalism. New York: Guilford Press, 1999.

JOHNSON, Steven. Emergência: a dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

JORNALISMO público. Observatório da Imprensa, São Paulo, 01 mai. 2002. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/voz010520027.htm>. Acesso em: 8 jan. 2006.

MACHADO, Elias. O jornal digital como epicentro das redes de circulação de notícias. In: Pauta Geral – Revista de Jornalismo. Salvador: Calandra, 2002, p.51-68.

_____. Banco de dados como formato no jornalismo digital. In: VI Congresso Lusófono de Ciências da Comunicação, 2004. Portugal, 15 páginas.

_____. A intranet como modelo de gestão no jornalismo digital. In: VII Congresso Latino-Americano Ciências da Comunicação, 2004, Argentina, 13 páginas.

MANOVICH, Lev. The language of new media. Massachusetts, MIT Press, 2000.

MERRIT, David. Public Journalism and Public Life. New Jersey: Lea, 1998.

MIELNICZUK, Luciana. Jornalismo *online* e os espaços do leitor: um estudo de caso do NetEstado. 1998, f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

MOHERDAUI, Luciana. O leitor dos sites noticiosos: uma forma de apresentar o consumidor de notícias online a partir da análise do iG e do UOL. In Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2004, Salvador. CD-ROM.

MOHERDAUI, Luciana. Guia de estilo web: produção e edição de notícias online. 2.ed. São Paulo: Senac, 2002.

NOBLAT, Ricardo. Jornalismo 24 horas. O que um blog pode ensinar. Observatório da Imprensa, São Paulo 01 fev. 2005. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=314ENO002>. Acesso em: 8 jan. 2006.

NOCI, Javier Díaz. La escritura digital – Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo eletrônico. País Vasco: Universidade del País Vasco, 2000.

NOCI, Javier Díaz; SALAVERRÍA, Ramón. Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel, 2003.

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana. Considerações para um estudo sobre a notícia na *web* – O link como elemento paratextual. Grupo de Estudos em Jornalismo Digital da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal da Bahia, 2001. Disponível em http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuck_linkparatextual.pdf. Acesso em: 8 jan. 2006.

PALACIOS, Marcos; MACHADO, Elias. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.

PAVLIK, John. Journalism tools for the Digital Age. In: 7º Fórum Mundial de Editores. Rio de Janeiro, 07. jun. 2000.

PAVLIK, John. Journalism and new media. New York: Columbia University, 2001.

PRADO, Ana. Informação Fast Food - Um estudo de caso do jornal Último Segundo do portal iG. 2002, 148 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador.

WOLTON, Dominique. Internet e depois? São Paulo: Sulina, 2004.

ZAMORA, Lyz Navarro. Los periódicos online. Madri: Editorial Universitaria Potosí, 2002.

A construção da fome no jornal *O Povo*

Luís Celestino de França Júnior ¹

Resumo: Mesmo dada a relevância da fome no contexto da sociedade brasileira, onde é vivenciada por milhões de pessoas, raros são os estudos sobre sua representação midiática. Este trabalho se propõe a ajudar a ocupar essa lacuna fazendo uma leitura de textos noticiosos sobre a fome a partir de levantamento feito durante dez anos de cobertura do jornal *O Povo*, do Ceará, um dos Estados mais pobres do país e localizado na região mais pobre do Brasil. O trabalho busca ainda unir uma proposta de leitura a partir de autores da teoria do jornalismo e da análise de discurso.

Palavras-chave: Fome; Teoria da notícia; Teoria do jornalismo

1. Introdução

Vivenciada por milhões de pessoas no mundo e no Brasil, a fome é assunto de debates políticos e de pesquisas em diversas áreas, como economia (SEN, 2000), medicina, sociologia etc. Mesmo dada sua relevância no contexto da sociedade brasileira, são raros os estudos sobre a abordagem que a mídia faz sobre o tema. Há uma lacuna que, de alguma forma, esse trabalho ajuda a preencher na área de comunicação, especificamente na área de estudos de jornalismo.

Elegeu-se o jornal *O Povo*, com sede em Fortaleza e distribuído no Ceará, um dos Estados mais pobres da mais pobre região brasileira, para uma seleção e leitura de suas notícias e reportagens. Procurou-se ainda buscar um recorte temporal representativo da cobertura feita pelo jornal cearense. No caso, dez anos de jornal, entre os anos de 1995 e

¹ Mestre em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, pesquisador associado ao Grupo de Pesquisa em Comunicação Intercultural da UERJ.

2004 a partir de um exaustivo levantamento das matérias sobre a fome no jornal *O Povo* nos arquivos da hemeroteca da Biblioteca Pública do Ceará. O período estudado engloba os dois períodos do governo do ex-Presidente Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) e os dois primeiros anos do governo Lula (2003-2004). Período este que, como se verificará ao longo do trabalho, foi o de maior visibilidade do problema da fome na imprensa brasileira por conta do programa Fome Zero. Da mesma forma, a campanha Ação da Cidadania contra a Fome, em 1995, e a seca que assolou o sertão nordestino, em 1998, foram assuntos que trouxeram o problema à tona no jornal.

O trabalho se inicia com uma revisão de algumas das teorias sobre a notícia, em especial aquelas que levam em consideração a importância do contexto social em que as notícias são produzidas, rechaçando a idéia de que o jornalismo meramente reproduz algo que lhe é exterior. Vale destacar que o uso da palavra “teoria” é adotado durante todo o trabalho no sentido de um conjunto de estudos sobre a notícia e outros gêneros jornalísticos, já que não se trata de um conjunto de princípios e proposições excludentes entre si. Essa ressalva é feita por Nelson Traquina:

“Ao longo de várias décadas, e depois de muitos estudos realizados sobre o jornalismo, é possível esboçar a existência de várias teorias que tentam responder à pergunta porque as notícias são como são, reconhecendo o fato de que a utilização do termo ‘teoria’ é discutível, porque pode também significar aqui somente uma explicação interessante e plausível, e não um conjunto elaborado e interligado de princípios e proposições. De notar, também, que estas teorias não se excluem mutuamente, ou seja, não são puras ou necessariamente independentes umas das outras (TRAQUINA, 2004, p. 146)”

Segue uma leitura sobre o levantamento das matérias ao longo dos dez anos do recorte, em que se levou em consideração primeiramente a identificação dos momentos de

maior visibilidade da fome no jornal com a conseqüente delimitação de fases da cobertura para, a partir daí, realizar leituras seguindo o roteiro previamente definido, inclusive sobre a construção discursiva da fome em algumas dessas matérias.

2. Produção social de notícias

A primeira das teorias que trata do contexto social influenciando a construção das notícias é a teoria estruturalista. Para essa teoria, os meios de comunicação não simplesmente relatam os acontecimentos “noticiáveis”. As notícias são produto de um processo “*que se inicia numa escolha e seleção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas*” (HALL, 1993, p.224).

Diante do problema de selecionar entre os vários acontecimentos do dia-a-dia aqueles de interesse ao leitor, surge a questão dos *valores-notícia* que vão estruturar o processo do que pode vir a constituir uma notícia. O primeiro desses valores-notícias considerado primário ou fundamental é o da “singularidade” ou do “inesperado”. É conhecida a frase de Ammus Cunnings, ex-editor do New York Sun, segundo a qual “se um cachorro morde um homem não é notícia, mas, se um homem morde um cachorro, é notícia”. A frase indica a anormalidade e excepcionalidade como valor-notícia fundamental.

Mesmo reconhecendo a controvérsia dos dados sobre a fome no Brasil, trata-se de um fenômeno social cotidiano que, segundo o valor-notícia da anormalidade, não é noticiável. A singularidade não é a única lista desses valores, mas, para Hall, no jornalismo, acontecimentos perenes tendem a ter seus elementos extraordinários destacados para realçar sua notabilidade. É como se, no Brasil, a fome não merecesse notícia, mas algo que indicasse que ela não existe sim. Ironicamente foi o que praticamente aconteceu com a

divulgação da pesquisa do IBGE em 2004 apontando que a obesidade é um problema muito maior que a fome.

Como não basta o caráter da excepcionalidade para a seleção de notícias, permanece a necessidade de se encontrar critérios diante da grande quantidade de acontecimentos não considerados excepcionais. Hall considera que, a partir daí, há um aspecto menos óbvio no processo de construção da notícia que é a avaliação do que pode se tornar compreensível ao seu público. Os acontecimentos precisam ser identificados e inseridos num contexto social.

“Este processo – a identificação e a contextualização – é um dos mais importantes, através do qual os acontecimentos são ‘tornados significativos’ pelos media. Um acontecimento só ‘faz sentido’ se se puder colocar num âmbito de conhecidas identificações sociais e culturais” (HALL, 1993, p. 226).

A grande quantidade de acontecimentos precisa passar por um processo de identificação, classificação e contextualização. Trata-se de um processo social já que os jornalistas precisam compreender a base do conhecimento cultural da sociedade. É como se fosse preciso levar em conta a “natureza consensual” da sociedade. *“Existimos como membros de uma sociedade porque – é suposto – partilhamos uma quantidade comum de conhecimentos culturais com os nossos semelhantes” (HALL, 1993, p. 226).*

O que pode parecer óbvio, já que a existência de um consenso cultural seria a base de toda a comunicação social, encontra a ressalva de que, mesmo sendo membros da mesma comunidade lingüística, existem diferenças culturais, econômicas e conflitos de interesse entre classes e grupos.

3. Teoria construcionista

A teoria construcionista, que tem a socióloga norte-americana Gaye Tuchman como uma de suas expoentes, mesmo reconhecendo a importância do contexto social na

elaboração das notícias e na definição dos critérios de noticiabilidade de um acontecimento, se baseia, sobretudo, em estudos sobre a comunidade jornalística e suas práticas. Diante do desafio de elaborar um produto todos os dias ou todas as semanas, os jornalistas e as empresas jornalísticas criam estratégias para cumprir essas “horas de fechamento” diárias ou semanais. Para os defensores da teoria, a aproximação entre jornalistas e fontes oficiais não é algo somente “ideológico”, mas resultado dessa necessidade “urgente” de informação.

Tanto para a teoria estruturalista quanto para a teoria construcionista, a ligação entre jornalistas e fontes oficiais faz “*das notícias uma ferramenta importante do governo e das autoridades estabelecidas*” (TRAQUINA, 2003, p.114) e as notícias tendem a apoiar as interpretações oficiais dos acontecimentos. A teoria construcionista, no entanto, mesmo reconhecendo a vantagem estratégica das fontes oficiais não a considera automática, mas conquistada.

Entre os fatores que interferem para que as fontes imponham seus enquadramentos aos acontecimentos e problemáticas na agenda dos jornalistas está o capital cultural, na forma de legitimidade, autoridade e respeitabilidade (SCHLESINGER, 1993). Assim, um movimento como a Ação da Cidadania contra a Fome e a Miséria, comandado pelo sociólogo Herbert de Souza, usou sobretudo a respeitabilidade de seu “comandante” para conseguir “pautar” espaços na imprensa sobre a fome. Da mesma forma, em 2004, a pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostrando que o excesso de peso da população é um problema muito maior no país que a desnutrição, dada a autoridade e respeitabilidade institucional, conseguiu “pautar” a imprensa sobre o tema. No caso do IBGE, mesmo se tratando de um órgão oficial, o resultado de sua

pesquisa não coincidiu com a idéia defendida pelo Governo Federal que tem como um de seus programas sociais mais importantes o Fome Zero.

Outra estratégia, presente após as observações das rotinas produtivas de algumas redações, é a tentativa de colocar ordem no espaço:

“Segundo Gaye Tuchman, as empresas jornalísticas tentam impor ordem no espaço, estendendo uma rede noticiosa (news net) para ‘capturar’ os acontecimentos. A consequência é que acontecimentos noticiáveis ocorrem em certas localidades e não em outras. Como impor ordem no espaço? Para cobrir o espaço, Tuchman apresenta três estratégias que as organizações jornalísticas utilizam: 1) a territorialidade geográfica – as empresas jornalísticas dividem o mundo em áreas de responsabilidade territorial; 2) a especialização organizacional – as empresas jornalísticas estabelecem ‘sentinelas’ em certas organizações que, do ponto de vista dos valores-notícia, produzem acontecimentos julgados com noticiabilidade; 3) a especialização em termos de temas – as empresas jornalísticas se autodividem por seções, que enchem certas ‘rubricas’ do jornal” (TRAQUINA, 2003, p. 96).

Uma das consequências dessa estruturação de ordem no espaço é a tendência para que acontecimentos se tornem notícias em determinados locais e não em outros. Traquina, por exemplo, cita como exemplo o caso português em que 72% dos jornalistas se concentram em Lisboa fazendo com que o resto do país só “se torne” notícia quando há alguma desordem, seja essa desordem natural (cheias ou secas), tecnológica (acidentes), social (distúrbios como cortes de estradas) ou moral (crimes que “chocam” o país”). Visitas de autoridades institucionais, como o presidente da república, o primeiro-ministro, ministros e líderes políticos também dão ao resto do país uma possibilidade de se tornar notícia. Se essa dimensão territorial é problemática num país como Portugal, o que dizer de um país de dimensões territoriais como o Brasil?

4. Uma nova proposta de conceito sobre a notícia

Faz-se necessário aqui a apresentação de uma nova proposta de abordagem sobre o que é a notícia. Na tentativa de encontrar quais critérios podem levar um acontecimento a se tornar noticiável, os professores Raquel Paiva e Muniz Sodré apresentaram no artigo “O que é mesmo uma notícia” no encontro da Compós em 2005 uma nova proposta de abordagem dos critérios de noticiabilidade. Novamente trazem à tona a questão de que a “imprevisibilidade” não pode ser o único critério para determinar que um acontecimento se torne notícia já que vários fatos previstos se tornam rotineiramente notícia, como a fome ou a seca na região Nordeste.

“Desde que seja previsto, um fato que incide sobre aspectos importantes da vida rotineira comum a todos os membros de um grupo social, a exemplo de um acordo sobre a dívida externa do país (não considerado como de grande impacto sensorial pelo código de produção jornalística) não pode, mesmo assim, deixar de se transformar em notícia. Neste caso, inexistente ‘ruptura’ (já que o acordo está na pauta dos possíveis do relacionamento financeiro entre um país e outro). Pode-se contra-argumentar com a menção à ‘diferença’, mas então será preciso levar em conta que todo e qualquer fato, noticiável ou não, implica uma diferença. Por isso, é preciso buscar uma outra conceituação para o acontecimento noticioso. Estamos buscando deixar claro que o paradigma do cachorro não é teoricamente suficiente para definir uma notícia. A hipótese do homem que mordeu o pitbull é curiosa e tipifica o modelo sugerido pelo jornalista Amus Cummings. Mas no contexto da cidade do Rio de Janeiro, do final dos anos 90 em diante, resulta sempre em notícia o fato do pitbull que ataca alguém. Em princípio, não deveria: é amplamente sabido que os cães dessa raça são extraordinariamente fortes e, eventualmente, muito agressivos. Na medida em que aumenta o seu número nas ruas de uma grande cidade, aumentam também as chances de ataque, logo, a margem de previsão e de banalidade – nada de ‘ruptura de uma ordem’, portanto – quanto à ocorrência do fenômeno” (PAIVA e SODRÉ, 2005, p. 3)

Eles propõem, então, duas características do acontecimento jornalístico: a marcação e a pontuação rítmica. Mesmo que possa se dizer que é uma formulação ainda em gestação,

ela abre uma nova abordagem sobre a noticiabilidade. Alguns fatos, por carregarem algumas características como “impacto sobre o público”, “hierarquia social das personagens envolvidas” ou “proximidade geográfica” são considerados “marcados” e se diferenciam de outros que não conseguem reunir características que dêem relevância (“não-marcados”). Nas palavras dos próprios autores:

“Interessa-nos aqui apenas assinalar que o termo marcado apresenta, no quadro de uma determinada cultura, um desenvolvimento mais complexo – tornando-se por isso suporte de uma carga maior de valoração simbólica – do que o não-marcado. Assim, o que chamamos de acontecimento jornalístico é um fato marcado, portanto, mais determinado para o sistema de informação pública do que outros existentes, tidos como não-marcados para a formação de um conhecimento sobre a cotidianidade urbana. A marcação define a noticiabilidade de um fato por critérios, concebidos como valores adequados ao acontecimento: os valores-notícia (news values). Na prática rotineira do jornalismo, destacam-se como valores-notícia a novidade, a imprevisibilidade, o peso social, a proximidade geográfica do fato, a hierarquia social dos personagens implicados, a quantidade de pessoas e lugares envolvidos, o provável impacto sobre o público-leitor e as perspectivas de evolução do acontecimento. Os fatos não-marcados são normalmente desconsiderados pela pauta jornalística” (PAIVA e SODRÉ, 2005, p. 4)

A fome é, na proposta dos autores, um fato marcado. Fato de interesse público por reunir algumas características que o torna um acontecimento de interesse jornalístico. Mas isso ainda não resolve o problema do momento em que esse fato “marcado”, que pode se chamar de “notícia em potencial”, passa a ser efetivamente uma notícia. A proposta é a de que há uma “pontuação rítmica” em que o sistema de produção jornalística vai determinar o momento que esse fato “marcado” se torna notícia. Novamente se recorre às palavras dos próprios autores:

“O acontecimento jornalístico é a pontuação rítmica do fato. Este último é ‘pontuado’ pelo código de produção da informação pública, não por motivo de ruptura do ordenamento do cotidiano, e sim pelo valor rítmico que o próprio sistema de informação atribui ao fato, de acordo com a intensidade de sua marcação, ou seja, de acordo com o que o jornalismo supõe que haja nele, ao mesmo tempo, de mais singular e de maior possibilidade de vinculação com todos nós. Isto equivale a dizer que o fato não é necessariamente ‘pontual’ em si mesmo, já que pode ser maior (ou menor) do que o acontecimento, tanto de modo a permitir o desdobramento temporal da notícia (a suíte ou seqüência de notícias), quanto para instalar a possibilidade de demonstração das causas e efeitos da ocorrência (...) Quem faz, na prática, esse juízo de necessidade? O grupo técnico – podemos mesmo classificá-lo como ‘logotécnico’ – que detêm o controle dos fluxos informativos, ou seja, os jornalistas. O código de produção dos acontecimentos resulta de um pacto implícito na comunidade do saber logotécnico sobre a natureza da pauta jornalística, portanto, sobre os fatos que podem ser semioticamente marcados para a sua transformação em acontecimentos. Pode muito bem se dar que o acontecimento, movido pela exclusiva sensibilidade positivista, aproveite do fato apenas o variável ou o contingente, deixando-se de apreender a estrutura de relações necessárias” (PAIVA e SODRÉ, 2005, pp. 8-10)

Pode-se dizer, portanto, que a fome é um fato marcado por vários critérios nos quais um constatou-se que se destaca entre os demais: a proximidade geográfica. É peso relevante para determinar a “noticiabilidade” da fome. Tanto que a maior parte das notícias são “locais”. Já em relação à pontuação rítmica, pode-se dizer que, entre os critérios utilizados pelo “O Povo” para fazer desse fato marcado uma notícia está o da “quebra da normalidade” como um saque ou uma declaração polêmica do Presidente.

5. A fome no jornal *O Povo*

Foi feito então um levantamento de todas as edições do jornal *O Povo* entre 1º de janeiro de 1995 e 31 de dezembro de 2004, ou seja uma década, em que aparecem informações sobre a fome, mesmo que em notícias sobre saques, seca ou mortalidade infantil, em que a fome mesmo não sendo o assunto principal é determinante na identificação do fenômeno social. Conforme o quadro a seguir:

Mês/Ano	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Janeiro	1	1	0	0	0	1	0	0	8	1
Fevereiro	0	0	0	0	1	6	0	0	3	0
Março	6	0	0	0	1	0	3	0	5	0
Abril	0	0	0	9	2	1	3	0	5	0
Mai	0	0	2	14	1	1	3	0	4	0
Junho	0	0	0	5	0	0	4	0	4	0
Julho	1	0	0	1	1	0	4	2	4	1
Agosto	0	0	2	4	4	0	1	1	4	0
Setembro	0	0	1	3	5	2	2	0	3	1
Outubro	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0
Novembro	0	1	0	1	0	1	0	4	1	0
Dezembro	0	2	0	0	1	0	0	0	0	1
Total	8	4	5	37	17	12	21	8	42	4

Um dos primeiros dados que permitem ser analisados diz respeito aos momentos em que a fome obteve maior visibilidade, no caso, os anos de 2003 e o ano de 1998. Em 2003, a fome aparece 42 vezes e em 1998, 37. Da mesma forma, foram nos anos de 1996 e de 2004 que a fome menos apareceu: 4 vezes em cada ano.

Outro dado importante é que mesmo nos anos em que a fome foi mais noticiada, essa presença aparece de forma irregular. Nos três primeiros meses de 1998, a fome não

existiu nas páginas do jornal *O Povo*. Da mesma forma, em 2003, em dois meses (outubro e dezembro) a fome não foi notícia. Passa-se então a um detalhamento das fases da cobertura.

6. Fases da cobertura

O levantamento sobre as edições do jornal *O Povo* permitiu identificar três fases da cobertura: uma fase de “invisibilidade” (1995 a 1997); uma fase de exposição por conta da seca (1998 a 2001) e a fase em que a fome veio à tona por conta de um enquadramento “político” com a proposta de Lula “erradicar” a fome durante o ano eleitoral de 2002 e o lançamento do programa Fome Zero (2002 a 2004).

Na primeira fase, não houve seca, nem a agenda e o debate político do país se mostraram interessados no problema. Entre as poucas matérias desse período, algumas que se referem à campanha Ação da Cidadania contra a Fome. O certo é que das mais de mil edições entre 1995 e 1997, em apenas 17 delas foram publicadas notícias sobre a fome. A única reportagem sobre fome, nesse período, foi publicada no dia 18 de janeiro de 1996 com o título: “Marginalização agrava fome no índio do Nordeste”. Uma reportagem que trata muito mais do problema da demarcação de terras indígenas, ou seja, algo isolado, do que efetivamente sobre a fome como um problema social “generalizado” na população nordestina. Essa primeira fase segue até março de 1998, quando então começam a ser publicadas várias matérias sobre a seca.

A segunda fase, que vai de 1998 a 2001, tem a seca como grande “responsável” pelo aumento da quantidade de matérias. Foram 87 matérias num período que engloba 4 anos. Mas as matérias sobre a fome não estavam só ligadas à seca. Assim, por exemplo, no dia 4 de setembro de 1998, o jornal trouxe a notícia: “FHC promete eliminar a fome em segundo governo”. Da mesma forma, o jornal trouxe algumas matérias denunciando a troca

de comida como moeda eleitoral durante a campanha eleitoral de 1998. Mas a fome só ocupou o debate político na terceira fase da cobertura.

De 2002 a 2004, a fome passa por um período de cobertura que não foi o de maior visibilidade quantitativamente se comparado com os 4 anos anteriores a 2002. No entanto, nesse período, o tema ocupou o noticiário como problema principal, sem estar vinculado a temas como seca ou desnutrição infantil. A fome passou a ser tratada como problema social propriamente dito. A alavanca para isso foi o programa Fome Zero do Governo Federal e os vários pronunciamentos do presidente Lula sobre o tema quando de suas viagens ao exterior. No entanto, é flagrante uma omissão da cobertura nesse período: não há menção à divulgação da pesquisa do IBGE em 2004 sobre a quantidade de pessoas que passam fome no Brasil.

Em 10 anos de jornal, se somadas todas as vezes que a fome ocupou as páginas do jornal, ela esteve presente 158 vezes. Se comparado com o número de mais de 7.000 edições desse período ela não mereceu 5% delas. Ainda que se argumente que é preciso uma comparação com a abordagem de outros temas e problemas, a fome não é um tema abordado com frequência. Basta uma simples comparação com o colunismo social. O jornal mantém duas colunas sociais diárias (Lúcio Brasileiro e Sônia Pinheiro), além de um caderno dominical especial só com fotos da “sociedade”, com o nome de “People” (“povo”).

7. A prevalência do gênero notícia

Outra constatação desse levantamento quantitativo é que, entre todo o material, há uma prevalência do gênero notícia. Ao longo de dez anos, a fome mereceu apenas uma única série de reportagens. Elas foram assinadas pelo repórter Xico Sá sempre aos domingos nos meses de julho e agosto de 2003.

Essa prevalência da notícia é um indicativo para se afirmar que a abordagem da fome, além de escassa, foi superficial. Entre os teóricos do jornalismo, é unânime a afirmação de que a reportagem é um “aprofundamento” da notícia. Conforme Souza (2004):

“O principal objetivo de uma reportagem é informar com profundidade e exaustividade, contando uma história. No meio jornalístico ouve-se freqüentemente a expressão ‘uma reportagem é uma notícia vista à lupa’ (...) Fazer uma reportagem significa, em grande medida, contar uma história. A reportagem é um espaço apropriado para expor causas e conseqüências de um acontecimento, para o contextualizar, interpretar e aprofundar, num estilo vivo, que aproxime o leitor do acontecimento” (pp.97-98).

Edvaldo Pereira Lima, em seu trabalho sobre o livro-reportagem, também destaca a maior profundidade no tratamento dos temas que a reportagem propicia.

“É a ampliação do relato simples, raso, para uma dimensão contextual. Em especial, esse patamar de maior amplitude é alcançado quando se pratica a grande-reportagem, aquela que possibilita um mergulho de fôlego nos fatos e em seu contexto, oferecendo a seu autor ou a seus autores uma dose ponderável de liberdade para escapar aos grilhões normalmente impostos pela fórmula convencional do tratamento da notícia, com o lead e as pirâmides já mencionadas” (LIMA, 1993, p.24)

Outra constatação é a concentração da abordagem do tema nas editorias de Política e de Cidades, que em alguns outros jornais é uma espécie de editoria geral. Algo de se esperar por tratar-se de um problema social para o Ceará e para o país.

Um dado curioso aconteceu no dia 23 de abril de 1998. A manchete de capa do jornal anunciava: “Plano de emergência contra a seca”. Nas páginas 18 e 19, notícias sobre o plano do governo de combate à seca e de saques pelo interior do Estado. Em edições anteriores, já havia notícias sobre saques em cidades do sertão no interior do Estado. Mas

eis que o jornal estampa um caderno especial de turismo (página 23) com o seguinte título: “Sertão. Descubra a exótica paisagem de Quixadá e Quixeramobim no sertão central do Ceará”. Ora, a mesma “paisagem” do sertão é responsável tanto por uma situação de saques e êxodo quanto por um “exotismo” a atrair turistas para um ameno passeio de lazer.

Mas embora a análise quantitativa seja importante para mostrar a incidência e significância da fome na imprensa, ela deixa lacunas que somente uma análise qualitativa possa responder, algo abordado no subitem seguinte.

8. Leituras sobre a fome

Diante de mais de dez anos de material jornalístico sobre a fome, faz-se necessário o estabelecimento de alguns critérios para a seleção das notícias e reportagens a serem lidas de forma mais detalhada. A opção foi pela escolha de matérias em uma das fases específicas da cobertura identificadas nesses 10 anos: a fase do “Fome Zero”, momento em que a fome ganha visibilidade por conta do programa implementado pelo Presidente Lula (2002-2004).

Dentre essas matérias, a análise focará alguns aspectos utilizando referenciais teóricos da teoria do jornalismo, assim como alguns da análise de discurso, mesmo não se tratando de um trabalho de lingüística. Um dos aspectos é identificar quem são as fontes nas matérias. Quem são os enunciadores de um discurso sobre a fome? Trata-se de fontes oficiais ou não-oficiais? Trata-se de pessoas diretamente atingidas pelo problema ou representantes do poder público? Por fontes oficiais, “especialistas” estão incluídos.

Além disso, nas definições e descrições sobre o tema, quais palavras estão relacionadas. Quais, por exemplo, os verbos que aparecem nas propostas de solução do problema? A fome é algo “mensurável” ou é tratado como um problema genérico. Nas notícias, é possível identificar responsáveis pelo problema?

O objetivo dessa análise é muito mais complementar a análise quantitativa. Sabe-se das limitações já que todas as fases mereceriam, cada uma, uma longa análise específica.

9. Fome Zero

Entre todas as fases da cobertura, a mais difícil para a seleção de notícias a serem analisadas é a fase que corresponde ao Fome Zero. Diante da grande quantidade de matérias, quando a fome alcançou seu maior momento de visibilidade em 10 anos (sobretudo nos anos de 2002 e 2003), escolher uma ou duas notícias ou reportagens soaria incompleto dada a diversidade como o tema foi abordado. Aliás, a cobertura sobre o Fome Zero merece, por si só, um trabalho exclusivo. O programa, em meados de 2006 quando da conclusão deste trabalho, ainda existe, mas já não há a euforia dos meses iniciais do Governo Lula.

Entre os meses de julho e agosto de 2003, o jornal publicou uma série de reportagens especiais sobre a fome no Nordeste, e a esperança que o programa Fome Zero poderia representar, assinadas pelo repórter Xico Sá. Curiosamente, trata-se de um ex-repórter por mais de dez anos do jornal *Folha de S. Paulo*, onde chegou inclusive a manter uma coluna. Financiado pelo Banco do Nordeste do Brasil (BNB), percorreu a região do semi-árido brasileiro, desde o norte de Minas Gerais ao Piauí, e fez uma série de reportagens que depois resultaram num livro: “A Nova Geografia da Fome”, em referência à obra de Josué de Castro. A mesma série de reportagens foi publicada em oito jornais pelo país. As reportagens merecem uma análise cuidadosa, mas não podem ser consideradas produzidas pelo jornal *O Povo*.

A opção, então, foi de uma panorâmica entre várias reportagens e notícias publicadas nesse período seguindo o modelo de análise proposto por João Bosco Bezerra

Bonfim (2004) de chaves de leitura sobre a fome na imprensa²: 1- Menção à causalidade da fome; 2- identificação de responsáveis ou agentes causadores (seja por ação ou por omissão); 3- quantificação e localização do problema; 4- identificação do uso dos verbos e das ações.

A primeira constatação que se faz sobre a cobertura do Fome Zero é que o critério de noticiabilidade evidente é o da presença da fonte oficial. O empenho do Presidente Luís Inácio Lula da Silva em divulgar o programa em vários eventos que participou pelo Brasil e pelo mundo deu ao Fome Zero uma visibilidade de destaque. Vale ressaltar que já foi apresentado exemplo de que a voz da fonte não-oficial não significa necessariamente uma voz de crítica e resistência à fome como a teoria estruturalista pode fazer crer quando diz que a imprensa prioriza o discurso das classes dominantes ao optar por fontes de autoridade. O trabalho faz então uma análise de algumas notícias e reportagens seguindo uma ordem cronológica.

Em 13 de novembro de 2002, dias após a vitória de Lula, o então presidente Fernando Henrique Cardoso numa palestra na Universidade britânica de Oxford afirmou que não havia fome no Brasil. O jornal publicou no dia seguinte a informação com o antetítulo “Para Inglês ver” e o título “FHC acha que não há fome no Brasil”. Este trabalho não se ateve a uma análise das fotos, mas nesse caso, faz-se necessário para corroborar a ironia que o jornal publicou com as declarações do presidente. Duas fotos, uma ao lado da outra. Em uma, Fernando Henrique discursando num auditório lotado de homens engravatados. Em outra, uma casa de pau-a-pique e uma mulher demonstrando uma cara triste ao lado de 5 crianças, todas só de calção e descalças num chão de areia. Abaixo, a legenda: “Dois

² Na elaboração deste texto, este foi o único trabalho encontrado que, de alguma forma, aborda a construção da fome na imprensa.

mundos: FHC discursa na Universidade Britânica de Oxford, onde recebeu título, e família carente no interior do Ceará”. Além disso, um quadro abaixo da foto da notícia principal com o título “O Brasil Real” (um contraponto à irreabilidade da afirmação de FHC e uma ironia ao plano econômico mais importante da era FHC) e a apresentação de vários dados de uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas contrapondo-se à declaração de Fernando Henrique (“50 milhões é o número de brasileiros abaixo da linha de miséria”).

Os primeiros parágrafos reforçam, na escolha das citações entre aspas, a ironia do texto, mesmo utilizando-se critérios objetivos, às opiniões do então presidente.

“Para o presidente Fernando Henrique Cardoso, a fome não é um problema no Brasil. FHC, que completa oito anos de mandato, disse ontem, em entrevista à emissora de rádio BBC Brasil, na cidade britânica de Oxford, que há ‘casos raros de fome no Brasil’. Segundo ele, ‘o que há é subnutrição’. ‘Eu diria subnutrição mais do que fome. Porque dá a impressão que um terço dos brasileiros não come. Isso não é verdade”, afirmou.

Ontem, FHC deu aula magna na universidade de Oxford, quando recebeu o título de doutor Honoris Causa.

Na entrevista, o presidente disse que “não existe esse fenômeno de gente morrendo de fome no Brasil”. E completou: “A fome atinge maciçamente regiões da África e da Ásia. No Brasil, existia fome quando havia seca e quando não havia programas compensatórios. Hoje já existem”.

Embora não afirme explicitamente, a notícia, na forma como é publicada pelo jornal “ironiza” as declarações do então Presidente. As declarações entre aspas de FHC dão destaque ao absurdo que ele estaria falando. Afirmar que não há fome no Brasil é algo que imediatamente merece ser desmentido. O presidente, “para inglês ver”, “acha” que não há fome no Brasil, embora dados de uma pesquisa mostrem que pelo menos 50 milhões de brasileiros vivem abaixo da linha de miséria.

Sobre o uso da ironia nos textos de comunicação, escreve Maingueneau:

“O funcionamento da ironia assemelha-se ao das aspás, forma privilegiada da modalização autonímica. Em ambos os casos ocorre uma espécie de divisão interna da instância de enunciação. No casos das aspás, o enunciador usa uma expressão e, de algum modo, aponta para ela indicando, assim, que ele não a assume realmente; já na ironia, o enunciador produz um enunciado que ele invalida ao mesmo tempo em que fala. Aspás e ironia são, além disso, fenômenos com gradação variável. Existem aspás que demonstram uma rejeição por parte do enunciador da expressão proferida e, no pólo oposto, aspás que se satisfazem com um pequeno distanciamento, difícil de interpretar. Do mesmo modo, há também casos de ironia extrema em que ocorre uma franca desqualificação da personagem encenada e, no outro extremo, enunciações que apenas se revestem de um ‘colorido’ irônico, quando o enunciador toma alguma distância, sem deixar que o co-enunciador perceba de maneira nítida a ruptura entre os dois pontos de vista” (MAINGUENEAU, 2004, p. 178)

As declarações de FHC são desqualificadas através de recursos como o ante-título “Para inglês ver” e o contraponto com os dados da pesquisa da Fundação Getúlio Vargas. Há uma quantificação de pessoas com fome no Brasil e o uso dos vários recursos identifica o presidente Fernando Henrique como o responsável pelo problema no país. O curioso é que, dentro do contexto de novembro de 2002, quando Lula acabara de ser eleito com um discurso de oposição a Fernando Henrique, a afirmação de que não há fome soa realmente absurda. No entanto, pesquisa do IBGE divulgada em 2004, que o jornal *O Povo* não deu a mínima cobertura, fala que o Brasil não sofre com o problema da fome, mesmo na região do semi-árido. O que acaba se destacando é o fator “extraordinário” ou “espetacular” da matéria (não há fome no Brasil).

Mas em várias matérias sobre o Fome Zero se constata que há uma preocupação muito maior sobre o “espetáculo” do que efetivamente um debate sobre a fome. O que é algo anacrônico. No momento em que a fome tem a sua maior visibilidade na mídia, não há um debate aprofundado, mas uma cobertura superficial que se restringe a visitas do

presidente e sua comitiva ao Nordeste e declarações genéricas de Lula na proposta de um pacto mundial contra o problema.

Esse foi o destaque na notícia publicada no dia 11 de janeiro de 2003 com o ante-título “Brasil Real” e o título “Governo vê a fome de perto”. No ante-título, novamente a opção por “Brasil Real” numa operação que subentende uma crítica ao Plano Real da era FHC. Há ainda a opção pelo uso da sinédoque, figura de estilo que se refere à tomada do todo pela parte. O “Governo”, na verdade, é personificado pelo presidente e seus ministros. O título também afirma que a fome é não só palpável como visível, algo possível de se ver de perto. Mas a descrição desse “visível” é a repetição da descrição de um cenário de miséria, assim descrito no início da reportagem:

“Vila Irmã Dulce, em Teresina (PI), é a maior ocupação de terra da América Latina. São seis mil famílias, cerca de trinta mil pessoas. A maioria da população não tem emprego fixo. A associação de moradores contabiliza que 70% dos pais de família vivem de bicos. Falta água encanada e energia elétrica na maioria das casas. Não há saneamento básico.

Ontem, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva apresentou esse cenário – semelhante ao de tantas outras favelas brasileiras – a 29 de seus ministros e secretários. Começou assim a cumprir a promessa de campanha de visitar com sua equipe o ‘Brasil real’”.

Há uma descrição de um cenário de miséria (desemprego, falta de saneamento básico, água encanada e energia elétrica). Seria então a fome, algo visível, essa conjunção de elementos? Acaba sendo algo difuso e diluído que reproduz a grande dificuldade em relação à fome: identificá-la, mensurá-la e só assim, por exemplo, definir algo contra o problema. A fome, aliás, sequer é citada de forma expressa nos dois parágrafos iniciais.

Segue a matéria:

“O lançamento do projeto Fome Zero, inicialmente previsto, não se cumpriu. O ministro da Segurança Alimentar e Combate à Fome, José Graziano, deve voltar ao Estado no próximo dia 3 e anunciar as medidas em Guaribas, a 653 quilômetros de Teresina. O município, com 5.200 habitantes, tem a mais baixa renda per capita do Brasil, R\$ 90,00 anuais, e deveria ter recebido a primeira visita oficial do presidente. O roteiro foi alterado para facilitar o trânsito do grupo.

Lula desembarcou em Teresina, no Aeroporto Internacional Senador Petrônio Portela, às 9 horas. Bem antes disso, a avenida Centenária, próxima ao local, já estava lotada. Dona Ivone Eleutério, 64, saiu de casa às 7 horas. Deixou pra trás a recomendação dos filhos. ‘Fiz uma cirurgia na cabeça e não posso pegar sol. Ninguém lá em casa queria que eu viesse’. Ela teimou. ‘Estou decepcionada. Tenho certeza que isso não foi coisa do Lula. Ele gosta do povo’, concluiu.”

A matéria, que era sobre a fome, se torna uma reportagem sobre a visita de Lula e sua comitiva à favela em Teresina. Não está se afirmando aqui que o programa Fome Zero prioriza ações de espetáculo e não se aprofunda em questões específicas e práticas. A cobertura, através de notícias e reportagens, do jornal *O Povo* é que acaba não se aprofundando e tornando o tema superficial. Mas isso não quer dizer que o tema possa ter sido debatido de outra forma em páginas de opinião. Daí a necessidade de um estudo mais aprofundado somente sobre o Fome Zero. Algo que, no jornal *O Povo*, fica prejudicado em parte já que a maior parte das suas matérias é reprodução de material de agências de notícia.

Como rápido exemplo, na edição de 30 de janeiro de 2003, na página 20 da editoria de política o jornal publicou notícia com o título “Fome Zero será lançado hoje sem estar completo”. No subtítulo “Das 60 ações que o programa contempla, apenas 10, aproximadamente, encontram-se prontas para serem executadas já a partir de agora”. No entanto, ao ler a matéria, não são explicitadas nenhuma das ações.

A tentativa de uma análise se frustra na superficialidade das notícias e reportagens sobre a fome que já a partir de outubro de 2003 escasseiam e praticamente não existem em

2004, fazendo da abordagem do jornal *O Povo* sobre a fome algo difuso, confuso e até mesmo excepcional e raro em alguns momentos.

10. Conclusões

Durante a trajetória deste trabalho ficou clara a abertura de novos caminhos para pesquisas futuras tanto na área da teoria do jornalismo quanto em estudos que se interessem pela cobertura da fome na mídia. Mesmo tendo sido feito um levantamento quantitativo sobre os dez anos de cobertura noticiosa, outras leituras sobre esse mesmo período são possíveis.

Um levantamento sobre os textos opinativos, como artigos e editoriais, completaria o estudo sobre a presença da fome no *O Povo*. O autor do trabalho, durante a pesquisa do material, mesmo não tendo relatado neste espaço – algo que fugiria à proposta original – percebeu que se travou em momentos distintos um debate de opiniões através de artigos. Sobretudo em 2003, ano em que o programa Fome Zero foi o responsável por grande visibilidade do tema no jornal.

Só o programa Fome Zero merece, por si só, um estudo detalhado sobre sua dimensão na mídia. Vale ressaltar que o programa não acabou o que o torna ainda objeto de constante observação e ainda merecerá trabalhos futuros, sobretudo aos que se interessarem em estudos sobre temas da cobertura política da mídia. Ainda mais pelo fato de terem surgido programas sociais nos mesmos moldes patrocinados por governos estaduais, o que mereceria estudos sobre a cobertura da imprensa regional nesses casos. Da mesma forma, o fenômeno da seca no Nordeste também merece um estudo exclusivo, assim como suas intervenções para resolvê-la como as propostas de transposição de bacias hidrográficas e a “eterna” distribuição de cestas básicas e abertura de frentes de serviço que tanto perpetuam a situação de miséria e exploração política da região.

O trabalho também é limitado por se restringir a um único jornal. Trata-se, na verdade, da apresentação resumida de uma pequena parte de dissertação apresentada no programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) que se deparou ainda sobre o jornal *Folha de S. Paulo* e procurou fazer uma comparação entre os dois jornais. Dado o espaço para uma comunicação em um artigo, a opção foi pela apresentação de dados de um único jornal, no caso *O Povo*. A pesquisa tem continuidade no Grupo de Pesquisa de Comunicação Intercultural da UERJ e continua aberta a novas contribuições, sugestões e críticas, além de estar disponível para pesquisadores interessados no tema.

11. Bibliografia

BONFIM, João Bosco Bezerra. *As políticas públicas sobre a fome no Brasil*. Brasília, Consultoria Legislativa do Senado Federal, 2004.

HALL, Stuart. “A produção social das notícias” in TRAQUINA, Nelson (org.) *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa, Veja, 1993.

LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Campinas, Editora da Unicamp, 1995.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo, Cortez, 2004.

MAMEDE, Maria Amélia. *A construção do Nordeste pela mídia*. Fortaleza, Ioece, 1996.

PAIVA, Raquel e SODRÉ, Muniz. “O que é mesmo uma notícia” in Anais do XIV Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Niterói, 2005.

SCHLESINGER, Philip. “Os jornalistas e sua máquina do tempo” in TRAQUINA, Nelson. (org.) *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa, Veja, 1993.

SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

SOUSA, Jorge Pedro. *Introdução à análise do discurso jornalístico impresso*. Florianópolis, Letras Contemporâneas, 2004.

TRAQUINA, Nelson. (org.) *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa, Veja, 1993.

_____. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo, Unisinos, 2003.

_____. *Teorias do Jornalismo*. Florianópolis, Insular, 2004.

O poder da imprensa brasileira na Primeira República: uma análise preliminar sobre agendamento

Luiz Antônio Farias Duarte¹ e Karla M. Müller²

Resumo: Com base em episódios de relacionamento entre o diário Correio da Manhã, do Rio de Janeiro, e o senador José Gomes Pinheiro Machado, do Partido Republicano Rio-Grandense, este texto aponta o início do Século XX como a origem de uma prática de agendamento envolvendo os jornais, as fontes e os receptores de notícias. Essa convergência de interesses entre as agendas da mídia – no caso, a imprensa, única então existente -, do governo e do público, sustenta a redescoberta do poder do jornalismo, tal como a apresentam estudos mais recentes compilados pelo estudioso Nelson Traquina. Um poder que, analisado tanto no contexto histórico quanto na atualidade, parece estabelecido.

Palavras-chave: poder da imprensa, história do jornalismo, teoria do jornalismo, agendamento, mídia impressa.

Introdução

O jornal Correio da Manhã surgiu em 15 de junho de 1901 com uma proposta de oposição desempenhada na direção do então presidente do Brasil, Campos Salles, dos seus sucessores e de quem os representasse politicamente. E na emergência do novo século que surgia, poucos assumiam a República tanto quanto um de seus propagandistas de origem, o senador José Gomes Pinheiro Machado, eleito desde 1891 pelo Partido Republicano Rio-Grandense. Contra o senador, por conseqüência, voltou-se o diário carioca, num relacionamento que incluiu um duelo em 1906 e cujo desfecho, trágico, ocorreu em 1915.

Nessa década e meia, que coincide com o início da profissionalização da imprensa brasileira em sua transição rumo à organização empresarial (BAHIA, 1990), na qual o Correio da Manhã teve uma influência reconhecida (WERNECK SODRÉ, 2004), o jornalismo exerceu um poder que só passou a ser alvo da pesquisa científica alguns anos depois. Foi

¹ Jornalista, Mestrando do PPGCOM/ UFRGS; Coordenador de Comunicação Social da PUCRS..

² Jornalista, Dra. em Ciências da Comunicação, Profa. e Pesquisadora do PPGCOM/ UFRGS; Editora da revista eletrônica INTEXO www.intexto.ufrgs.br; Membro da Diretoria do Instituto Alberto André/ARI; Colaboradora do Centro Cyro Martins / Projeto Fronteiras Culturais.

Walter Lippmann que, em 1922, sugeriria a “existência de uma relação causal entre a agenda mediática e a agenda pública” (TRAQUINA, 2000, p. 17).

Sistematizador do que se estudou na Academia sobre o assunto desde então, Nelson Traquina³ aponta para o atual momento da investigação no Campo da Comunicação uma redescoberta desse poder do jornalismo. É à luz desses estudos que se encaminha este artigo, na idéia geral de que Correio da Manhã, seu dirigente Edmundo Bittencourt e os integrantes de sua redação, mais os jornais, os dirigentes e os profissionais que sofreram sua influência, de um lado; Pinheiro Machado como agente político de outro; e a sociedade, de um terceiro, constituíram um processo de agendamento no qual cada uma das partes acima referidas se baseou para tomar suas decisões – de governo, de publicação e de leitura/voto.

Contextualização

A luta entre parte da imprensa carioca liderada pelo Correio da Manhã, composta, entre outros, pela Gazeta de Notícias e pelo O Imparcial, com o senador José Gomes Pinheiro Machado nos primeiros 15 anos do Século XX deu-se pelas páginas dos jornais e pelas tribunas do Congresso Nacional. O confronto exerceu influência sobre a vida pública e a história do Brasil, e culminou com o assassinato do político a 8 de setembro de 1915, cujo autor, Francisco Manço de Paiva Coimbra, confessou-se inspirado por crônica que havia lido na Gazeta de Notícias. Os episódios que redundaram no crime expressam um caso efetivo de exercício de influência da única mídia então existente – a imprensa – no que acabou definido pelas Ciências da Comunicação, décadas depois, como *agenda-setting* (MCCOMBS E SHAW apud WOLF, 1994, p.130-158) ou agendamento.

O Correio da Manhã surgiu a 15 de junho de 1901, fundado por Edmundo Bittencourt, um advogado gaúcho seguidor das idéias de Gaspar Silveira Martins – portanto, oponente ao PRR – herdando a sede e as instalações de um antigo jornal do senador Rui Barbosa no centro da então capital federal. O paulista Campos Salles, na presidência da República orientava o

³ Nelson Traquina é uma das referências desta sistematização, com uma série de estudos publicados no que diz respeito aos Estudos do Jornalismo (2005a, 2005b, 2001, 2000, 1993).

Governo numa visão particular sobre o relacionamento das instituições com os jornais e os jornalistas, muito próxima do mútuo favorecimento. Contra esse estado de coisas expressou-se o diário carioca na capa de sua primeira edição:

“Poucas palavras e muita sinceridade, porque desta coluna estamos escrevendo para o povo. O Correio da Manhã não tem nem terá jamais ligação alguma com partidos políticos. (...) jornal que propõe, e quer deveras defender a causa do povo, do comércio e da lavoura, entre nós, não pode ser um jornal neutro. Há de, forçosamente, ser um jornal de opinião, e, neste sentido, uma folha política. (...) Mas desta política, desapaixonada e nobre, só uma imprensa francamente independente e nobre pode se ocupar. (...) O povo está cansado, o povo sente que lhe ocultam a verdade, e que transformam até seus clamores em uma antífona sacrílega de aplausos. O povo quer a verdade, ele compreende que só ela salva e redime, embora às vezes fira. E hoje, mágoa é dizê-lo, todo o programa de um jornal, sincero e independente, pelo qual o povo anela, se pode resumir nestas palavras: dizer a verdade. É para dizê-la que aqui estamos”. (CADERNOS DA COMUNICAÇÃO, 2001: p. 13).

Com uma trajetória política iniciada bem antes da própria proclamação da República, Pinheiro Machado era, assim, um agente do sistema implantado em 1889 – ainda que esporadicamente opondo-se a um ou outro presidente. Oriundo da propaganda republicana, o senador gaúcho era, portanto, um de seus conservadores, em tempos em que ainda se promoviam conspirações restauradoras da monarquia vencida há 12 anos. Natural, pois, que se potencializasse o conflito entre essa liderança política e o jornal que fazia oposição ao Governo.

Dois momentos cruciais que merecem apontamento na relação particular entre o Correio da Manhã e Pinheiro Machado: o primeiro em 1906 quando, incomodado com as constantes críticas que vinha recebendo do jornal, o senador desafiou Bittencourt para um duelo, logo aceito e realizado nas então desertas praias de Ipanema. Depois do malogro inicial, causado por falha na arma do jornalista, deu-se afinal a troca de tiros, com Bittencourt errando o alvo e Pinheiro Machado acertando-lhe – numa das nádegas – e o marcando para o resto da vida. O segundo estendeu-se de 1910 a 1915, iniciando-se com a campanha à sucessão presidencial e se encerrando com o assassinato do senador, período em que mais jornais engajaram-se numa e noutra posição.

Agendamento

Nesse longo período em que o confronto se institucionalizou, o agendamento alimentou a relação entre fonte e receptor dos conteúdos circulantes nos jornais. A liderança e a influência de Pinheiro Machado na política nacional passaram a ser contestadas regularmente pela publicação de Bittencourt, que na disputa entre o Marechal Hermes da Fonseca e Rui Barbosa à presidência, em substituição a Nilo Peçanha, apoiou o senador baiano e, vencido, estendeu a campanha por todo o mandato do vencedor, numa espécie de segundo turno permanente. No trato jornalístico da questão política, o presidente eleito e o amigo influente foram sendo desqualificados. O primeiro apelidado de ‘Dudu, o azarado’, relacionando-o com tudo o que de ruim acontecia; e o segundo de ‘Chantecler, o galo missioneiro’ – em alusão ao estardalhaço feito pelas aves domésticas e à região de origem de Pinheiro Machado, cuja cidade natal situa-se próximo às antigas missões jesuíticas.

As formas simbólicas (THOMPSON, 1995, p. 194) empregadas pelo diário foram logo agendadas e incorporadas por outros jornais e – principalmente - revistas, construindo personagens cuja percepção pela sociedade variava conforme a leitura a que se tinha acesso. Para os adversários do senador, os seguidores de sua orientação constituíam o grupo do ‘bico da chaleira’, em referência ao hábito do chimarrão que circulava entre freqüentadores de sua casa.

Entre Hermes e Pinheiro Machado havia muita proximidade – conterrâneos, militares, partidários, amigos – e uma diferença básica: o primeiro era formal, o segundo, um sedutor (ALVIM, 1985; BORGES, 2004; SILVA, 1982), de tal forma que, a princípio, não pareciam lhe incomodar as piadas e as insinuações de que a sua residência, o suntuoso Morro da Graça, no bairro Laranjeiras, era a verdadeira sede de governo (EDMUNDO, 2003).

Encerrado o governo Hermes da Fonseca sob severas críticas, com a aparente derrota de Pinheiro Machado na escolha do sucessor, o novo presidente, Wenceslau Braz, tentou

equilibrar-se entre a independência que lhe cobrava parte da imprensa carioca e a influência de Pinheiro Machado no Congresso (BORGES, 2004, p. 203) – como presidente do Senado e líder de uma bancada numericamente significativa e além da representação gaúcha. A candidatura do gaúcho à Presidência chegou a ser avaliada, mas deixado de lado pela impossibilidade unir as diversas seções regionais do Partido Republicano (CALÓGERAS, 1957). Sob essa forma com que corria 1915, um novo fato político surpreendeu a política nacional em meados do ano: a necessidade de eleger-se um senador pelo Rio Grande do Sul, pela renúncia do titular, Joaquim Augusto de Assumpção.

Hegemônico na política sul-rio-grandense há cinco mandatos consecutivos, três dos quais exercidos por José Augusto Borges de Medeiros, o PRR absorveu de bom grado a sugestão de Pinheiro Machado, candidatando o ex-presidente Hermes da Fonseca⁴. Os jornais da capital federal liderados pelo Correio da Manhã indignaram-se com a candidatura e logo a relacionaram à influência de Pinheiro Machado. Contra os dois, assim, recrudesceram as críticas, estabelecendo um clima de manifestações públicas que buscava impedir o Rio Grande do Sul de eleger o marechal.

No Rio Grande do Sul, porém, a candidatura consolidou-se, num quadro de domínio republicano sobre um eleitorado restrito, pois constituído exclusivamente por homens⁵. Fácil, portanto, foi a vitória do ex-presidente, consolidada em agosto de 1915.

Pelo sistema então vigente – em que não existia a justiça eleitoral nem o Judiciário era um poder independente – cabia ao Senado a condição de árbitro das eleições, com a atribuição de confirmar ou revogar a vontade das urnas. Pinheiro Machado era o vice-presidente do Senado – a presidência era um cargo honorário exercido automaticamente pelo vice-presidente da República – e o condutor desses processos.

Vencidos na campanha contra a eleição do marechal, o Correio da Manhã e os demais jornais que o seguiam tentaram sustentar a idéia de que o Senado não deveria confirmá-lo. Foi

⁴ Gaúcho de São Gabriel, sobrinho do primeiro presidente republicano, o Marechal Deodoro da Fonseca.

⁵ Exceto os soldados, os padres e os analfabetos, e cujo voto era registrado por declaração pública de acordo com uma lista previamente inscrita.

com essa disputa presente nas páginas dos jornais que, a 8 de setembro, Pinheiro Machado percebeu a impossibilidade de quorum à sessão que pretendia instalar para consagrar o amigo eleito pelos gaúchos. Num dia posterior ao feriado da Independência, a maioria dos parlamentares permaneceu em Petrópolis, exigindo do vice-presidente da casa a emissão de telegramas convocando-os para o dia seguinte. Um dia inalcançável para o senador, atingido que seria naquela tarde pelo punhal de Manço Paiva, no saguão do Hotel dos Estrangeiros.

No mesmo dia 8 – com edição, portanto, feita na véspera, a Gazeta de Notícias circulou com o texto que Manço Paiva declarou ter sido sua inspiração para livrar o Brasil dos males representados por Pinheiro Machado – e que se referia ao marechal Hermes da Fonseca, embora sem relacionar o seu nome:

“Ele surgiu de um deslocamento do eixo nacional, de uma desgraça tamanha que, nela, a própria Morte foi apenas um incidente secundário: surgiu e foi subindo porque, se de um lado a Natureza o deixara com as pernas pouco agigantadas, em compensação o braço do Sr. Pinheiro Machado, e longo é esse braço, impulsionava-o com alma”.

(...) “Sua candidatura pelas vagas pampas gaúchas, para a dita do Sr. Assumpção, no Senado, foi um acontecimento nacional. Todo o Brasil, desde o Acre até o Caty, discutiu-a. Aqui mesmo tivemos meetings, discursos, artigos... Os jornais duplicaram as vendas, o comandante da Força Policial teve um pretexto para reformar os uniformes e exgotar a verba; várias carreiras políticas se encaminharam pela veemência dos protestos contra a sua eleição”. (GAZETA DE NOTÍCIAS, 8/9/1915, p. 1).

Breve análise da imprensa

Surgida tardiamente no Brasil, conforme destacam Juarez Bahia (1990) e Werneck Sodré (2004), a imprensa passou grande parte do Século XIX sob controle oficial. Liberdade, só quando produzida fora das fronteiras nacionais, como foi o caso do primeiro jornal brasileiro, o Correio Braziliense, editado em Londres por Hipólito José da Costa, meses antes da Gazeta do Rio de Janeiro, implantada pelo Império em transferência para o Rio de Janeiro.

Até o advento da República, pouca liberdade foi concedida aos jornais, invariavelmente perseguidos a cada crítica mais acentuada aos poderosos do Império. Pinheiro Machado fez ensaios no jornalismo quando estudante de Direito em São Paulo – em

que, junto a outros conterrâneos, criou o Clube 20 de Setembro⁶. Também foi um dos fundadores de A Federação - que ostentava em seu cabeçalho “órgão do Partido Republicano Rio-Grandense” - surgida em 1884 e de que seu tio Venâncio Ayres e o amigo e mentor político Júlio de Castilhos foram diretores.

Já senador, no Rio, esse convívio com o meio intensificou-se naturalmente, na sua condição de promotor de notícias ou *news promoters* (MOLOTCH E LESTER, APUD TRAQUINA, 2000, p. 20), a aproximá-lo dos jornalistas como fonte e dos proprietários dos jornais pelo poder que ele e eles representavam. Pinheiro Machado foi íntimo de Rui Barbosa e de Alcindo Guanabara, que, como ele, habitaram as tribunas e as redações ao mesmo tempo, e convenceu Gilberto Amado, repórter de O Paiz de seu amigo João Lage, a auxiliá-lo nos discursos e nas entrevistas, tornando-o uma espécie de precursor dos assessores de imprensa entre os anos 1912 e 1915.

Também foi amigo de João do Rio, que embora trabalhando em jornal que se opunha à sua influência política, jamais o enfrentou enquanto vivo e, na sua morte, foi o autor de um elogiado obituário. Amado e Lage eram freqüentes no Morro da Graça, como deixou registrado o primeiro em suas memórias, declarando-se impressionado com a intimidade proposta pelo português e aceita pelo gaúcho: “(...) já de charuto na boca, aproava João Lage, jogando os pés para a frente, como se não tivesse de parar e o caminho se estendesse diante dele. Chamava Pinheiro: ‘Bocê! Bocê, Pinheiro...’ em tom elevado, bem audível” (1958, p. 99).

Mas o próprio Gilberto Amado lança, na obra citada, certa dúvida sobre o caráter das relações entre o senador e o proprietário de O Paiz. “Se o português era pago, arranjava as coisas bem, pois não era olhado com desprimor” (Idem, p. 99-100).

Também Guanabara tinha presença regular no Morro da Graça, havendo entre ele e Amado uma certa disputa pela preferência de Pinheiro Machado: “Assomava a porta, silente e

⁶ Inspirado nos ideais dos revolucionários que entre 1835 e 1845 lutaram no Rio Grande do Sul e chegaram a implantar uma efêmera República Rio-Grandense independente do Brasil.

estranha, atrás de uma barba densa e comprida, ainda preta, uma figura esguia e ereta: Alcindo Guanabara. Não se sentava. Pinheiro o puxava para um lado. Às vezes passava com ele para outra sala e demorava-se num cochicho prolongado”. (Idem, p. 100).

O mapa dos estudos sobre agendamento, realizado por TRAQUINA (2000) valendo-se de trabalhos desenvolvidos ao longo do século passado, permitiu-lhe sustentar a idéia de que há uma redescoberta do poder do jornalismo – expressão que dá título a texto de sua autoria na obra citada. Embora anteriores à eclosão desses estudos e dos iniciados em 1922 por Lippmann, os fatos aqui analisados podem ilustrar a influência da mídia impressa brasileira já nas primeiras décadas dos anos 1900, pontuando, da mesma forma, um espaço de ação que, desde então, passou por fases e regulamentos profissionais e, é, na prática, crescente.

Considerações Finais

Naturalmente, não se postula, aqui, valendo-se da combinação entre a pesquisa histórica e a teoria do jornalismo, nada além do conhecimento sobre um período importante para o Brasil e para a sua imprensa. Tempo em que, vale lembrar, sinaliza a transição entre o amadorismo e o profissionalismo, este caracterizado pela constituição de empresas jornalísticas, com a conseqüente definição de atribuições entre a redação e o setor comercial, com o advento da propaganda como fonte de sustentação. A pouco mais de um ano do bicentenário da imprensa brasileira (1808/2008), parece-nos oportuno refletir sobre esse momento fundador de uma nova forma de apurar, produzir e veicular notícias – e, através dessa forma, de exercer o poder e participar da construção da realidade.

Edmundo Bittencourt, com o *Correio da Manhã*, desponta nesta análise como símbolo desse exercício de poder que acompanha a imprensa brasileira desde então – seguido, em menor ou maior grau, pelos demais jornais desde sua época e pelas mídias que surgiram depois - das quais um contemporâneo seu, Assis Chateaubriand, pode ser indicado o melhor

intérprete através dos Diários e Emissoras Associados, em seu tempo a maior rede de comunicação da América Latina.

Da mesma forma, Pinheiro Machado foi usuário e fez uso desse poder da mídia para exercer o seu próprio poder, também antecipando uma prática que resiste ao tempo porque está relacionada à própria atividade jornalística. A diferença entre o início do Século XX (1915) e o início do Século XXI (2006) está na terceira ponta do triangular processo de comunicação, o público: há 100 anos, só os privilegiados tinham acesso à mídia, num Brasil cuja maioria da população não tinha acesso à educação. Hoje, não apenas essa barreira foi superada como a mídia saiu dos limites da imprensa em direções diversas, com todo cidadão podendo ser alcançado por uma ou mais delas, valorizando, assim, a importância da agenda pública.

É, pois, potencialmente muito maior o poder da mídia. As histórias do Brasil e da sua imprensa podem enumerar uma série de exemplos desse exercício e de suas conseqüências, como os casos de Getúlio Vargas (um herdeiro político de Pinheiro Machado) e de Fernando Collor (um pretense herdeiro de Getúlio Vargas), ambos terminados em morte: a primeira real, em 1954 e a segunda política, em 1993.

Referências

ALVIM, Newton. *Pinheiro Machado*. Porto Alegre: Tchê! – RBS, 1985.

AMADO, Gilberto. *Mocidade no Rio e primeira viagem à Europa*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1958.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. História da Imprensa Brasileira. 4ª edição/2ª reimpressão. São Paulo: Ática, 1990.

BORGES, Vera Lúcia Bogéa. *Morte na República*. Os últimos anos de Pinheiro Machado e a política oligárquica (1909-1915). Rio de Janeiro: Instituto Histórico e Geográfico do Brasil, 2004.

CADERNOS DA COMUNICAÇÃO. *Correio da Manhã*. Compromisso com a verdade. Rio: Prefeitura da Cidade, 2001.

CALÓGERAS, Pandiá. *Formação histórica do Brasil*. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército Editora, 1957.

EDMUNDO, Luís. *O Rio de Janeiro do meu tempo*. Brasília: Senado Federal, 2003.

SILVA, Ciro. *Pinheiro Machado*. Brasília: UnB, 1982.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna*. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 6ª edição. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo*. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular/UFSC, 2005a.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo*. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular/UFSC, 2005b.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. *O poder do jornalismo*. Coimbra: Minerva, 2000.

TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 3ª ed., Lisboa: Presença, 1994.

Mudanças tecnológicas libertam os fatos e fortalecem papel do Jornalismo

Mágda Cunha ¹

Resumo: Valorização ou obsolescência? Esta é uma das questões impostas ao Jornalismo em um contexto de profundas modificações tecnológicas, representando mais do que uma provocação acadêmica, mas uma pergunta às próprias técnicas jornalísticas. É relevante que, diante de tantas reflexões sobre meios, linguagens, narrativas e processos de produção da informação que o espaço e o papel do Jornalismo passem também por uma avaliação. Certos autores arriscam informações catastróficas sobre o futuro do Jornalismo e dos próprios meios. Outros entendem que o papel do Jornalismo será fortalecido, com a diversidade de possibilidades de produção de informações, distribuída entre profissionais e por toda a sociedade. Linguagens associadas à tecnologia e a cultura estão relacionadas ao Jornalismo neste momento de ruptura e re-acomodação de processos.

Palavras-chave: Jornalismo, Linguagens tecnológicas, cultura, acontecimento, narração

A reflexão aqui proposta persegue a idéia de fortalecimento do Jornalismo, tendo como base o pensamento de que em meio a nebulosidade, incerteza e queda de fronteiras, a informação ganha importância e mesmo liberdade em relação aos suportes tecnológicos. São tantas as formas e possibilidades de narrar um mesmo fato, tantos recursos e linguagens, e isto chega a uma tal exacerbação, que paradoxalmente o próprio acontecimento começa a romper com as fronteiras dos meios. Se faz tão importante avaliar cada acontecimento, suas dimensões, perspectivas e possibilidades narrativas, que simplesmente emitir conforme a linguagem básica de cada mídia, não mais é suficiente. Com isso, a prática do Jornalismo volta a pensar sobre si mesma e a valorizar-se.

¹ Jornalista, Mestre em Comunicação Social, Doutora em Letras, professora de Radiojornalismo da Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e diretora da Famecos / PUCRS.

Os meios têm escravizado as informações e as linguagens utilizadas para narração dos fatos. Os suportes tecnológicos e as formas de narrar se sobrepuseram aos próprios acontecimentos durante muito tempo. Agora, não interessa mais onde está a narração, mas sim o próprio acontecimento. Com isso, chega-se à hipótese de que, num momento em que instalam-se muitas frentes de produção de informação, o jornalismo passa a ocupar lugar de destaque, o fato narrado passa a ser prioritário.

Neste caminho, o desenvolvimento dos meios e das linguagens de narração, o Jornalismo, agregando-se ainda a construção da cultura, tornam-se o que se poderia denominar como “parceiros” inseparáveis, num processo complexo, como pensa Morin (1995), de inter-retro-ação entre todo fenômeno e seu contexto e de todo o contexto com o contexto planetário.

Traquina(2002) escreve, ainda no início deste século, que alguns autores arriscam, quando o jornalismo mal começa a sofrer o impacto do cibernídia, tomar posições categóricas sobre o futuro do Jornalismo. Ele cita o pensamento de John Pavlik, diretor do Centro de Novos Media da Universidade de Columbia, por exemplo, para quem os jornalistas são uma espécie ameaçada ou David Bartlett cuja previsão é de que os jornalistas tornar-se-ão desnecessários. Com o assunto em pauta, surgem os opositores a este pensamento, como é o caso de Howard Rheingold, também citado por Traquina(2002), que defende uma valorização do papel dos jornalistas nas sociedades contemporâneas com a chegada do cibermedia. Este debate sobre o Jornalismo não pode estar dissociado de uma reflexão sobre os meios e sobre a cultura.

A obsolescência de conceitos também é alvo de reflexões em diferentes áreas e o pensamento de Alasuutari (2005) em torno do futuro dos meios é pertinente neste debate.

Para ele, o conceito básico dos meios começa a tornar-se obsoleto, por estar rodeado por um conjunto de imagens, baseado na idéia de esfera pública como arena onde as pessoas que nela falam podem ser ouvidas por muitas outras. A outra imagem é a do canal por onde se tem informação sobre a sociedade, “o a lente pela qual se tem a imagem da realidade fornecida pelos media, que pode ser distorcida ou não.”(Alasuutari,2005: 13)

De acordo com o autor, os dois conceitos tornam-se obsoletos em um contexto com diversidade de canais, incluindo a telefonia celular ou a internet, onde existem diferentes argumentos e informação variada, não fazendo sentido debater se a imagem dada por determinado canal estaria ou não distorcida. Na essência desta “imagem dada” pelo canal está a narração dos fatos praticada pelo Jornalismo. Todavia, a cultura narrativa aprisionou o Jornalismo a uma forma, ditada pelos meios, pelas linguagens existentes, onde as técnicas determinam o formato final assumido pelo acontecimento. Um olhar sobre a história dos meios e das linguagens, relacionada à cultura, evidencia, sob certos aspectos, a hegemonia dos suportes tecnológicos e das linguagens que os acompanham sobre o próprio fato.

O surgimento de cada nova mídia determina o debate sobre a permanência ou morte dos meios já existentes. A tendência pode ser detectada mesmo antes da comunicação assumir o formato midiático. O desenvolvimento da escrita desvalorizaria a oralidade, a impressão prejudicaria o registro manuscrito, o jornal levaria ao fim do livro e da leitura, além do rádio que terminaria com o jornal, e a televisão com a mídia radiofônica. Já o final do século XX marca o início dos debates sobre uma reacomodação das mídias provocada pelo desenvolvimento da internet. Porém, a obsolescência do Jornalismo entra também nesta discussão.

O Jornalismo, as linguagens e os suportes tecnológicos têm sido confundidos nessas previsões, tornando muito sutis os limites e nebulosa a relevância de um e de outro no processo. O que realmente permanece e o que passa por re-acomodação é que deve nortear o debate. A narração dos acontecimentos e as linguagens têm acompanhado a humanidade e os suportes ou plataformas se modificam. O Jornalismo está relacionado às linguagens da comunicação, independente das plataformas tecnológicas. Neste texto procura-se observar o papel dos suportes tecnológicos e das linguagens, relacionados à cultura e ao próprio Jornalismo. Entende-se que as linguagens sobrevivem às diferentes tecnologias que o homem é capaz de inventar para se comunicar e que o Jornalismo passa agora também por este processo de re-acomodação.

Castells(1999) cita Neil Postman e afirma que “não vemos a realidade como ela é, mas como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossas mídias, nossas mídias são nossas metáforas, nossas metáforas criam o conteúdo da cultura.” O autor entende como indissociável considerar mídia sem linguagem ou vice-versa e considera que esta composição cria o conteúdo da cultura.

Souza (2001:10) também usa tal pensamento para dizer que somos conforme a linguagem que utilizamos para dizer uns aos outros quem somos. Segundo ele, o processo social criou, ao longo da história recente, o que chamamos mídias, meios de comunicação social. O estar-junto passou a ser necessariamente mediatizado pelas técnicas de comunicação.

O conhecimento das técnicas de comunicação passou a ser o novo componente sobre o qual as linguagens se constroem e, por derivação, também se constrói o que chamamos de cultura. As linguagens não são as tecnologias, mas o sentido que damos a elas, que criamos a partir delas.

O autor escreve que durante quase 18 séculos vivemos dentro de um processo comunicacional dependente dos códigos da escrita, chegando a um presente em que todo o processo social depende da escrita. Entende que nos últimos 200 anos começou uma nova revolução, que criou uma segunda linguagem, um segundo modo de se compreender a sociedade, de se compreender a relação das pessoas entre si. Trata-se da chegada da imagem eletrônica. “A imagem, presente e percebida desde a Antiguidade, é agora redescoberta e publicizada pelos suportes tecnológicos.” (Souza, 2001:10) Aponta para uma terceira linguagem que é a multimídia e considera que muitos estão dentro de uma idade que se confunde ainda com o predomínio da escrita e outros já avançaram. Isto resulta de uma co-existência de linguagens e também de suportes midiáticos que as acompanham.

Machado (2002:109) entende que a novidade introduzida pela informática está justamente na possibilidade que ela abre de fundir num único meio e num único suporte todos os outros meios e de invocar todos os sentidos, pelos menos os mais desenvolvidos no homem.

Mas ela o faz de uma forma integrada, de modo que textos escritos e oralizados, imagens fixas e em movimento, sons musicais ou ruídos, gestos, toques e toda sorte de respostas corporais se combinam para constituir uma modalidade discursiva única e holística. A informática, nos impõe, portanto, o desafio de aprender a construir o pensamento e expressá-lo socialmente através de um conjunto integrado de meios, através de um discurso áudio-tátil-verbo-moto-visual, sem hierarquias e sem a hegemonia de um código sobre os demais.

Já a cultura é influenciada e influencia esta re-acomodação de papéis nos diferentes momentos. As linguagens estão na base e, relacionadas aos meios, interferem e são, simultaneamente, resultado da cultura. Para esta reflexão, pretende-se recuperar a presença das linguagens (oralidade/áudio, escrita, imagem e agora multimídia) e o sentido dado a elas, por intermédio dos meios e da cultura, dentro dos diferentes períodos históricos de seu surgimento. O objetivo é investigar que sentido foi produzido

historicamente e quais as tendências possíveis para esta re-acomodação das mídias, sendo parte e influenciando a cultura e conseqüentemente o Jornalismo. É interesse aqui refletir sobre cultura, linguagem e Jornalismo em situação de inter-retro-ação, amparado no pensamento de Morin.

A cultura, no pensamento de Barthes (1988:69), é tudo e é também linguagem. O texto, para ele, é um espaço de dimensões múltiplas, é um tecido de citações saídas dos mil focos da cultura e o homem precisa dessa cultura. Ambas estão relacionadas a certas regras que vêm de uma lógica milenar da narrativa, que constitui a pessoa antes do nascimento. Autores e leitores, sugere Barthes (1988), não são mais do que uma passagem desse imenso espaço cultural.

Barthes (1988:105) reflete sobre a cultura e afirma que para dizer-se homem, o homem precisa de uma linguagem, isto é, da própria cultura. Encontram-se hoje no organismo vivo as mesmas estruturas que no sujeito falante, pois a própria vida está construída como uma linguagem.

Em resumo, tudo é cultura, da roupa ao livro, da comida à imagem, e a cultura está por toda a parte, de uma ponta à outra das escalas sociais. Essa cultura, decididamente, é um objeto bem paradoxal: sem contornos, sem termo oposicional, sem resto.

Santaella (2003:13) utiliza uma divisão das eras culturais em seis tipos de formações: cultura oral, cultura escrita, cultura impressa, cultura de massas, cultura das mídias e cultura digital. Salienta que tais divisões são pautadas na crença de que os meios, desde o aparelho fonador até as redes digitais atuais, mesmo sendo meros canais de transmissão de informação, são capazes não só de moldar o pensamento, “mas também de propiciar o surgimento de novos ambientes sociais.” É possível evidenciar

aqui a cultura em situação de diálogo com os diferentes períodos históricos de surgimento e desenvolvimento das linguagens e das mídias.

A autora destaca outro aspecto importante no que diz respeito a esta divisão de eras culturais. Não são períodos culturais lineares, com o desaparecimento de uma era para surgimento de outra. Há sempre um processo cumulativo de complexificação, “uma nova formação comunicativa e cultural vai se integrando na anterior, provocando nela reajustamentos e refuncionalizações.” Santaella (2003:13) Afinal, segundo ela, a cultura comporta-se sempre como um organismo vivo, inteligente, com poderes de adaptação imprevisíveis e surpreendentes.

Conforme Santaella (2003: 31), uma definição breve e útil aponta que a cultura é a parte do ambiente que é feita pelo homem. Está implícito que a vida humana é vivida num contexto duplo, o habitat natural e seu ambiente social. Implica também que a cultura é mais do que um fenômeno biológico.

Ela inclui todos os elementos do legado humano maduro que foi adquirido através do seu grupo pela aprendizagem consciente, ou, num nível algo diferente, por processos de condicionamento – técnicas de várias espécies, sociais ou institucionais, crenças, modos padronizados de conduta. A cultura, enfim, pode ser contrastada com materiais brutos, interiores ou exteriores, dos quais ela deriva. Recursos apresentados pelo mundo natural são formatados para vir ao encontro de necessidades existentes.

Tal idéia completa o pensamento de Barthes de que todo o texto é resultado de um tecido de citações, obedece a uma lógica milenar da narrativa a qual todos estão presos mesmo antes de nascer. Entendemos aqui que entre os recursos formatados para vir ao encontro das necessidades humanas estão também as tecnologias de comunicação e as linguagens que as acompanham. Tais técnicas evoluem a partir de um condicionamento, mas também de uma demanda por aperfeiçoamento, resultando diretamente da e na construção da cultura.

Uma história da cultura e das linguagens

Santaella (2003: 52) aponta que dois tipos de cultura se delineavam nas sociedades ocidentais até meados do século XIX. A cultura das elites, de um lado e a cultura popular, produzida no seio das classes dominadas. A cultura de massas, a partir da explosão dos meios de reprodução técnico-industriais – jornal, foto, cinema –, seguida dos meios eletrônicos, rádio e televisão, produziu um impacto “atordoante” naquela tradicional divisão da cultura em erudita, culta, de um lado e cultura popular de outro.

Ao absorver e digerir, dentro de si, essas duas formas de cultura, a cultura de massas tende a dissolver a polaridade entre o popular e o erudito, anulando suas fronteiras. Disso resultam cruzamentos culturais em que o tradicional e o moderno, artesanal e o industrial mesclam-se em tecidos híbridos e voláteis próprios das culturas urbanas.

Com o “agigantamento” crescente dos meios de comunicação de massa, no século XX, foram crescendo as dificuldades para se estabelecer distinções claras entre o popular, o erudito e o massivo. Até o final do século XIX não era tão complicado quanto hoje determinar as formas, os códigos e os gêneros da cultura. A partir da revolução industrial esse cenário se complicou com o aparecimento de meios técnicos de produção cultural. Entretanto, entende a autora, não obstante o poder de que se revestem, contra todos os prognósticos, os meios de massa não levaram as formas mais tradicionais de cultura, a cultura superior, erudita, e as culturas populares ao desaparecimento. Provocaram recomposições nos papéis, cenários sociais e até mesmo no modo de produção dessas formas de cultura, assim como “borraram” suas fronteiras, mas não apagaram sua existência.

A explicação, entende a autora, está no fato de que a cultura humana existe num continuum, ela é cumulativa, não no sentido linear, mas de interação incessante de tradição e mudança, persistência e transformação. Quando fala do caráter cumulativo das

eras culturais, destacando a não linearidade deste processo, o pensamento de Santaella coincide, de certa forma, com as três idades da linguagem descritas por Souza (2001): a oralidade, a escrita e a imagem eletrônica, multimídia. Em relação à cultura, a autora faz um desdobramento dessas idades da linguagem. Souza compara este caráter de continuum a um degradé de condições de acesso às linguagens, segundo as tecnologias, de forma extremamente diferenciada.

Linguagens tecnológicas

Chartier (1998:9) faz uma avaliação sobre a chamada revolução eletrônica, passando por aspectos voltados ao autor, ao texto, ao leitor e a leitura. Relata a transição ocorrida da reprodução de um texto copiado à mão, para a nova técnica baseada nos tipos móveis. A transformação não é tão absoluta como se diz e um livro manuscrito, sobretudo nos seus últimos séculos, XIV e XV, e um livro pós-Gutenberg baseiam-se nas mesmas estruturas fundamentais, as do códex. “Há, portanto, uma continuidade muito forte entre a cultura do manuscrito e a cultura do impresso, embora durante muito tempo se tenha acreditado numa ruptura total entre uma e outra.”

O relato de Chartier (1998) confirma o continuum descrito por Santaella ou o degradé defendido por Souza. Já na época do surgimento do impresso, as mudanças não eram tão radicais. Precisavam sem dúvida passar por uma transição por intermédio da cultura para se integrarem à vida cotidiana. Como aponta Chartier (1998), persistia uma forte suspeita diante do impresso, que supostamente romperia a familiaridade entre o autor e seus leitores e corromperia a correção dos textos, colocando-os em mãos “mecânicas” e nas práticas do comércio. As desconfianças fazem parte dos diferentes períodos históricos em que as mudanças parecem trazer rupturas. Estes rompimentos são

resultado da própria cultura, são influenciados por ela, mas precisam do tempo desta mesma cultura para se acomodarem à rotina.

Se o homem é propulsor do surgimento de mudanças, como do manuscrito para o impresso, e assim por diante, a cultura da qual ele é parte tem o seu tempo de adaptação. Por isso o continuum descrito pelos autores, esta convivência e sobreposição de eras, culturas e linguagens. Uma diferença clara existe, porém, entre os diferentes períodos: a velocidade com que as mudanças ocorrem e se integram à sociedade. Todavia, como afirma Chartier (1998:77), ao citar Michel de Certeau, a leitura é sempre apropriação, invenção, produção de significados de parte do leitor. É ele quem determina os tempos de leitura, mesmo influenciado pela cultura. Toda história da leitura supõe, em seu princípio, esta liberdade do leitor que desloca e subverte aquilo que o livro lhe pretende impor. Mudam os gestos segundo os tempos e lugares; os objetos lidos e as razões de ler. Novas atitudes são inventadas, outras se extinguem. “Do rolo antigo ao códex medieval, do livro impresso ao texto eletrônico, várias rupturas maiores dividem a longa história das maneiras de ler.”

Aproximadamente 200 anos mais tarde, nos séculos XVII e XVIII, um jornal não tem uma estrutura diferente daquela do livro. Quando o jornal adquire um grande formato e uma distribuição ampla e é vendido na rua a cada número, ocorre então uma atitude mais livre: ele é carregado, dobrado, rasgado, lido por muitos.

Neste continuum, porém, que aqui traçou esse recorte pela palavra escrita e também impressa, está anteriormente a oralidade ou, como defende Ong (1998:16), a oralidade básica da linguagem é constante. Segundo ele, ler um texto significa convertê-lo em som,

em voz alta ou na imaginação. “A expressão oral pode existir – e na maioria das vezes existiu – sem qualquer escrita; mas nunca a escrita sem a oralidade.”

Cinco séculos depois do nascimento da imprensa, o rádio tenta fazer com a voz, essa forma tão primitiva de comunicação, o que antes só podia ser feito com a impressão: armazená-la, repeti-la e transmiti-la a grandes distâncias. O que surge como emissão de rádio é um instrumento que se escuta sozinho ou com a família. “Era o companheiro das horas solitárias, as drogas dos que não tinham amigos” (Pool, 1992:84). A radiodifusão substitui o bar da esquina, a reunião na igreja, a banda local ou o concerto. No início do século XX, os sociólogos descrevem uma civilização urbana em expansão. As grandes cidades, as fábricas, a mobilidade geográfica, a burocracia e os meios de comunicação criam, segundo eles, uma sociedade marcada pela ausência de personalidade e produtos pouco diferenciados e o rádio se inclui nesta descrição.

Sevcenko (1998:585) relembra que os indivíduos partem, cada um de seu isolamento real, e se encontram todos nesse território etéreo, nessa dimensão eletromagnética. A força da palavra falada, impressa ou representada por imagens está, antes de tudo, ligada à linguagem e à cultura. O rádio, tendo como suporte esta palavra falada, que é também oralidade e áudio, insere-se na cultura. Muitas são as controvérsias que acompanham a relevância ou não da oralidade, especialmente se comparada à escrita. O texto falado é um novo texto, uma vez que as diferentes formas de expressão oral têm forte influência sobre a escritura. Trata-se de uma nova produção de sentido, seguindo o pensamento de Barthes.

As diferentes sociedades encontram meios específicos, como o rádio para a voz, a impressão para a escrita e assim por diante. Os meios respondem, são apropriados e se

acomodam às exigências da humanidade, da cultura, convivendo, estacionando ou, em muitos casos, desaparecendo. Isto ocorre conforme o efeito e o preparo social para sua utilização. O próprio surgimento da televisão é um exemplo. Em meados da década de 30, não foi fácil para os que estavam comprometidos com a radiodifusão, dos dois lados do Atlântico, decidir como a TV poderia se encaixar. Mesmo nos Estados Unidos, que poderiam ter tomado a liderança, os primeiros anos da década foram de depressão. A palavra experiência era mencionada sempre quando a televisão era citada. Ao final da Segunda Guerra era reduzido o entusiasmo nos círculos do rádio e do cinema. Havia muita apreensão e nenhum grupo saiu a campo para fazer pressão, como ocorreu com os radioamadores, que desempenharam um papel importante nos anos iniciais do rádio, conforme relatam Briggs e Burke (2004). Nos chamados círculos informados, acreditava-se que somente os grupos de alto rendimento pudessem ser atraídos por ela.

A TV, que anos depois assumiu o espaço ocupado pelo rádio nos lares, é também um caso de ruptura e adaptação da cultura, evidenciando ainda na história dos meios uma re-acomodação de mídias. Estão nesta base o fato de o ser humano ser predominantemente visual e verbal. Não há sociedade sem palavra. Oralidade permanece sempre sendo oralidade, mas existindo por intermédio de diversas formas de transmissão da palavra criadas pelo homem, inclusive junto à imagem.

Com o texto eletrônico ou multimídia convergem todas as linguagens, até agora conhecidas, como acredita Machado (2002), reunindo num único suporte os outros meios e invocando os sentidos mais desenvolvidos no homem. Porém, esta convergência ocorre em uma lógica de rede, que segundo Castells (2003), é um conjunto de nós interconectados, prática humana antiga, mas que ganhou vida nova transformando-se em

redes de informação energizadas pela Internet, proporcionando mudanças significativas nas relações. Neste mundo, como afirma Chartier (1998), um produtor de texto pode ser imediatamente o editor, no sentido daquele que dá forma ao texto e daquele que o difunde diante de um público de leitores. Na rede eletrônica esta difusão é imediata. O autor cita ainda o sonho de Kant de que cada um fosse ao mesmo tempo leitor e autor, que emitisse juízos sobre as instituições de seu tempo, quaisquer que elas fossem e que pudesse, ao mesmo tempo, refletir sobre o juízo emitido pelos outros. Este é talvez um dos grandes diferenciais deste contexto.

Permanecem, na base de tudo, certas regras, cuja origem, como pensa Barthes, vêm de uma lógica milenar da narrativa, de uma forma simbólica que constitui as pessoas antes de seu nascimento. Vêm do imenso espaço cultural do qual a humanidade é apenas uma passagem. E, se essas regras integram a cultura, estruturam-se pela linguagem e pelas formas de narrar, definindo também os meios tecnológicos e os seus conteúdos. Cultura, jornalismo e tecnologia estão integrados neste sentido.

Os meios e as linguagens têm sido a moldura do Jornalismo, construindo os espaços de narração, mesmo sendo meros canais de transmissão de informação, são capazes também de moldar o pensamento, como afirma Santaella. A história bem descreve esta soberania dos meios, influenciando a própria cultura. Porém, a velocidade deste processo hoje é fator determinante. As mudanças nos gestos e atos de leitura, segundo o tempo e o lugar, os objetos lidos e as razões de ler, descritos por Chartier, assumem uma outra perspectiva.

A reflexão aqui realizada não pode apontar, em nenhum momento, que o Jornalismo não tenha sido alvo de investigações pertinentes e relevantes no que diz

respeito aos meios. Traquina (2002) constata, por exemplo, que no século XX as investigações sobre o Jornalismo produziram uma vasta literatura. O estudo do Jornalismo, de acordo com o autor, constitui um campo científico com já longas tradições. E estes estudos ocorrem exatamente em um século onde foram implementadas as principais tecnologias de comunicação com as quais cruzamos do século XX para o XXI.

O próprio Traquina (2002) identifica alguns momentos em que o avanço dos estudos na área do Jornalismo foi impulsionado pelo estudo dos próprios meios. Exemplo disto é o final dos anos 60 com grande interesse por parte da comunidade acadêmica, especialmente nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha, chegando a outros países. Este súbito interesse, indica o autor, é, em parte, fruto do reconhecimento do crescente papel ocupado pelos mídia e, sobretudo, pela televisão nas sociedades modernas. O impacto da televisão na sociedade, na política e no Jornalismo, dinamizou os estudos.

O impacto que agora se avalia aponta para a obsolescência ou a valorização do Jornalismo. Neste caminho, Souza (2002) escreve que a comunicação online veio transformar a comunicação pública, semelhante ao que ocorreu no século XIX, com o desenvolvimento e a profissionalização do Jornalismo. Ao contrário dos meios jornalísticos tradicionais, a comunicação online permite, segundo ele, a comunicação direta e interativa. A informação circula sem mediação. No ciberespaço também não se colocam os limites à quantidade de informação.

A existência do ciberespaço traz então novas interrogações ao Jornalismo. A possibilidade oferecida pela internet de uso direto, tanto para fazer compras, quanto ler notícias ou participar em chats, proporciona também a produção de informações.

Alasuutari (2005) entende que tudo isso dilui o conceito de mídia que tem influenciado também as investigações sobre o Jornalismo.

Ocorre agora a diluição de fronteiras, em que muitos narram para muitos, onde o cruzamento de diferentes linguagens ocorre para narração de um fato, dentro de uma lógica de rede, sofrendo influências e influenciando a cultura. Nesta diversidade de possibilidades, os gestos e lugares de leitura respeitam a velocidade do fato e a linguagem mais adequada para sua narração. O Jornalismo hoje não consegue mais narrar somente baseado em uma única linguagem. A cultura passa por um momento de assimilação de diferentes linguagens que se combinam para a narração quando o fato indica a pertinência deste cruzamento. Se antes, o áudio narrava para o rádio e acompanhava a imagem da televisão, hoje ele pode estar no computador ou no celular, conforme a demanda de narração indicada pelo fato e também pela audiência. Relembrando Certeau, citado por Chartier, a leitura é sempre apropriação, invenção, produção de significados de parte do leitor, que determina os tempos de leitura, mesmo influenciado pela cultura. A imagem rompeu as fronteiras da televisão e hoje também pode ocupar outros espaços.

O Jornalismo passa por novas interrogações que chegam a refletir sobre a sua obsolescência. Certamente, será preciso aproveitar este momento de rupturas na cultura para que o Jornalismo se aproprie das novas variáveis que dão ao fato e à própria linguagem a soberania sobre a forma tecnológica da narrativa. Os meios não mais podem aprisionar os acontecimentos aos seus moldes, já que eles se encontram em novas e diversificadas formatações.

Adelmo Genro Filho (2004:160), ao abordar a necessidade de uma teoria do Jornalismo, ressalta que a distinção entre o Jornalismo e a imprensa é fundamental: a

imprensa, segundo ele, é o corpo material do Jornalismo, é o processo técnico e mecânico que resulta num produto final, composto de papel e tinta, “o jornalismo é a natureza da informação que surge em função destes meios e das necessidades sócio-políticas de um período histórico.”

O autor afirma ainda que o

aparecimento do Jornalismo está ligado à difusão da ideologia que vai funcionar como cimento do edifício da ordem social burguesa. Essa estrutura de comunicação (de caráter industrial), como o próprio sistema mecânico que lhe serviu de corpo, é incorporada à humanidade como um aspecto de sua capacidade criadora, através da qual se origina a ideologia, a cultura e o próprio conhecimento. (Adelmo Genro Filho, 2004: 162,163)

Logo, segundo ele, o desaparecimento do Jornalismo está condicionado ao desaparecimento da necessidade social que o fez surgir, ou seja, existirá até que seja superada a necessidade da informação de caráter jornalístico. O pensamento confirma as relações tramadas na cultura entre Jornalismo, meios tecnológicos e linguagens narrativas.

O acontecimento, “aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais”, conforme esclarece Rodrigues (1993:27), circula sem mediação em alguns momentos. Narrá-lo simplesmente não é mais suficiente. Por isso, as técnicas jornalísticas cada vez mais tornam-se relevantes. É preciso observar o fato e investigá-lo sob diferentes dimensões que podem levar ao texto, ao áudio, à imagem ou à multimídia. Esta investigação e escolha estão associadas à técnica da narração jornalística. Os critérios de noticiabilidade, conforme descrição de Wolf (2002), sobre os fatos que têm a capacidade ou não de virar notícia, mantêm sua importância num ambiente de grande diversidade de possibilidades narrativas. Porém, além dos valores-notícia, sugeridos pelo autor, surgem os valores de narração, que vão emergir sempre por intermédio de linguagens, determinadas na base da observação do fato. O acontecimento

não é somente noticiável ou não, mas tem narratividade mais adequada através de uma ou outra linguagem, associada ou não a um meio específico.

O profissional precisa estar preparado para assumir a re-acomodação que passa também pela valorização da profissão, como a única capaz de combinar as diferentes técnicas de observação e de narração do acontecimento. É necessário que neste momento o jornalista se aproprie destas possibilidades e atue diretamente na consolidação da linguagem do ciberespaço, que chega ao século XXI sofrendo o impacto da cultura, mas também exercendo influência sobre ela. Fato e linguagem são soberanos. O jornalismo, como lugar da técnica narrativa, certamente sofre as influências deste processo, mas também vai influenciá-lo.

Referências bibliográficas

Alasuutari, Pertti. O conceito clássico de mídia está a tornar-se obsoleto. Entrevista a Anabela de Souza Lopes e Carla Baptista. In *Media & Jornalismo*. Coimbra: Edições Minerva Coimbra, 2005.

Barthes, Roland. *O rumor da língua*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. *Novos ensaios críticos seguidos de O grau zero da escritura*. São Paulo: Cultrix, [s.d.].

Briggs, Asa & Burke, Peter. *Uma história social da mídia. De Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

Castells, Manuel. *A Sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

_____. A galáxia da internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

Chartier, Roger. A aventura do livro, do leitor ao navegador. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1998.

Genro Filho, Adelmo. Sobre a necessidade de uma teoria do jornalismo. In Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol.1, n.1. Florianópolis: Insular, 2004.

Machado, Arlindo. As mídias são os livros do nosso tempo? In Cicilia Peruzzo. A mídia impressa, o livro e as novas tecnologias. São Paulo: Intercom, 2002.

Morin, Edgar; KERN, Anne Brigitte. Terra-pátria. Porto Alegre: Sulina, 1995.

Ong, Walter. Oralidade e Cultura escrita. Campinas, SP: Papyrus, 1998.

Pool, Ithiel de Sola. Discursos e sonidos de largo alcance. In: WILLIAMS, Raymond (Org.). Historia de la comunicaci3n. De la imprenta a nuestros dias. Barcelona: Bosch, 1992.

Rodrigues, Adriano. O acontecimento. In Traquina, Nelson (org.). Jornalismo: quest3es, teorias e est3ria. Lisboa: Vega, 1993.

Santaella, Lucia. Culturas e artes do p3s-humano: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

Sevcenko, Nicolau. Hist3ria da vida privada no Brasil. Rep3blica: da Belle Époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. (Hist3ria da vida privada no Brasil; 3)

Souza, Mauro Wilton. Novas linguagens. São Paulo: Editora Salesiana, 2001.

Traquina, Nelson. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2002.

Wolf, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Presença, 2002.

As marcas dos manuais de redação de vários jornais brasileiros

Marcelo Engel Bronosky ¹

Resumo: Este artigo tem por objetivo demonstrar que os principais Manuais de Redação utilizados pela imprensa brasileira nestes últimos 20 anos têm assumido características relativamente diferentes daqueles pelas quais eles foram criados. Desde a implantação do Manual Geral da Redação pelo jornal Folha de S. Paulo, em 1984, que tinha por objetivo tornar públicas as regras e as normas pelas quais os jornalistas deveriam obrigatoriamente seguir e que por isso foram chamados de “camisa de força”, eles assumiram outras feições, outras características. Hoje, além de apresentar questões editoriais e estilísticas voltadas à conformação do jornal, eles apresentam uma variedade de informações e dados ao ponto de questionarmos se realmente eles podem ser chamados de “Manuais da Redação”.

Palavras-chave: manuais de redação, imprensa, jornalismo

Os manuais de redação tornaram-se um importante instrumento na elaboração de vários periódicos, especialmente a partir do lançamento editorial do Manual Geral da Redação do jornal Folha de S. Paulo, em meados da década de 80. A partir de então, vários outros jornais passaram a publicizar ao grande público suas regras. Se no início, o único objetivo era o de estabelecer normas e modelos de conduta aos jornalistas a partir de interesses específicos de cada empresa, hoje, porém, os manuais de redação são muito mais que isso (BRONOSKY, 2005). Foram agregando elementos, ampliando seus objetivos, buscando atender outros interesses para além dos demarcados por certa compreensão das instituições sobre o jornalismo que deveriam realizar. Estas mudanças proporcionaram aos manuais características e objetivos relativamente diferentes entre si, o que nos faz concluir que, embora eles ainda permaneçam fiéis à necessidade de oferecer regras aos jornalistas, eles apresentam diferenças, e que tais diferenças produzem sentidos variados quanto aos modos como os jornalistas se apropriam deles. É fundamental, portanto, buscar

¹ Bacharel em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa, 1994; Mestre em Teorias da Comunicação pela Universidade Metodista de S. Paulo, 1998 e doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Atualmente é professor do curso de jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

compreender o que os manuais nos dizem sobre sua estrutura, que lógicas seguem e que modelos são apresentados.

Assim, este artigo tem por objetivo elaborar um quadro morfológico da produção manualística, a partir de um conjunto significativo de manuais de redação produzidos pela imprensa brasileira, buscando demonstrar a partir de sua estrutura interna, as semelhanças e as diferenças que eles mantêm entre si. Pretendemos, portanto, destacar as *marcas* advindas desta relação.

Para tanto, foram destacadas algumas iniciativas de manuais que marcaram a história recente do jornalismo brasileiro, algumas mais intensamente outras não, como as experiências dos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo, Zero Hora.

Para esta análise, realizamos o seguinte movimento: tomamos primeiramente os manuais de redação que ocuparam o mercado editorial. Estes manuais foram agrupados considerando a origem e o objetivo a eles destinado. Assim, eles foram organizados tomando o caráter institucional. Por exemplo: os manuais do jornal Folha de S. Paulo (FSP) compõem um grupo, o do Estado de S. Paulo outro e assim por diante. Essa forma de organização se justifica por entender que cada manual articula-se com os ideais da instituição jornalística que o elaborou, embora apresente variações de conteúdo e forma entre si. Além disso, a ordem de apresentação dos manuais será cronológica, tomando o Manual Geral da Redação da FSP como o primeiro. Com isso esperamos demonstrar que o aparecimento dos manuais está relacionado a uma disputa econômica entre as várias empresas jornalísticas. O resultado das análises por Grupo Institucional nos dá condições de posicionar os manuais de redação tanto em relação à empresa que os elaborou quanto em relação àqueles de outras instituições. Esse tensionamento nos dará um mapa amplo das características utilizadas pelos manuais de redação nestes quase trinta anos.

Essa escolha considerou os manuais de redação que foram colocados à disposição do público em livrarias, bibliotecas e salas de leitura.² Além disso, escolhemos estes manuais porque emanaram das redações dos jornais, ou seja, foram organizados, editados e desenvolvidos por jornalistas.

² Vários jornais vêm organizando regras internas da redação (*style books*) desde as primeiras décadas do século XX no Brasil. Contudo, o percurso histórico realizado pelos manuais de redação será objeto de outro texto.

1.0 - Manuais de redação do jornal Folha de S. Paulo (FSP)

1.1 – Manual Geral da Redação (1984)

O primeiro manual de redação público foi apresentado pelo Jornal Folha de S. Paulo – FSP em 1984, como resultado de uma ampla reforma gráfica e editorial iniciada anos antes. Tratava-se do Manual Geral da Redação e possuía 91 páginas. Como o próprio nome evidência, ele se destinava exclusivamente ao ambiente redacional, embora tenha sido distribuído para os leitores, escolas de jornalismo e comercializado em livrarias.³ Tendência que vai se alterando com as outras edições. Este primeiro manual, assim como outros, foi inspirado no Manual de redação do New York Times⁴. Mas como o Manual foi organizado internamente? Os verbetes foram distribuídos em ordem alfabética, sem a separação por assuntos ou capítulos. Os verbetes buscavam abranger todas as etapas da produção jornalística, desde a definição do modelo ideal de texto com no máximo cinco linhas em cada parágrafo; da conceituação de notícia sustentada pela busca da objetividade; da relação das palavras duvidosas até informações sobre a estrutura funcional da redação. Dependendo do termo, o manual apresentava remissões a outros verbetes, numa tentativa de articular assuntos relativamente semelhantes. Esta forma de organizar os termos, sem apresentar separação entre eles, aproxima o Manual Geral da Redação da forma como os dicionários são organizados.

Quanto ao tratamento dado a definição dos elementos jornalísticos, é possível perceber forte posição intransitiva e reguladora. A noção de objetividade, por exemplo, como norma a ser cumprida a qualquer custo exibia a concepção da empresa quanto à necessidade de ancorar os discursos noticiosos em fatos indiscutíveis e que com isso garantir-se-ia ético e verdadeiro.

“Para retratar os fatos com fidelidade, reproduzindo a forma em que ocorreram bem como as circunstâncias e repercussões, o jornalista deve procurar vê-los com distanciamento e frieza, o que não significa apatia nem desinteresse.” (Manual Geral da Redação FSP, 1984, pág. 63).

³ O Manual Geral da Redação vendeu aproximadamente 17 mil exemplares, ocupando por várias semanas a lista da revista Isto É dos “livros” mais vendidos no Brasil.

⁴ The New York Times Manual of Style and Usage (A Desk Book of Guidelines for Writers and Editors), Lewis Jordan, Times Book, 231 págs.

Os jornalistas deveriam eliminar dos textos qualquer elemento que pudesse dar indícios de sua presença. Os artigos, comentários, crônicas, cartas entre outros gêneros estariam publicados em outros espaços.⁵ No verbete *distanciamento*, por exemplo, a FSP defende – para a cobertura ideal dos acontecimentos – que os jornalistas mantivessem distanciamento dos fatos, sob risco de “produzir um texto parcial, acrítico, às vezes até ingênuo” (Manual Geral da Redação da FSP, 1984, pág. 33).

Do ponto de vista histórico, este primeiro manual foi um marco para o jornalismo brasileiro, pois foi objeto de enfrentamentos de concepções diferentes sobre o modo como o jornalismo deveria ser pensado e praticado. Isso não significa que até então se praticava outro jornalismo, mas que até aquele momento nenhuma empresa havia expressado publicamente e com tanta clareza suas intenções e como os jornalistas deviriam se portar para alcançá-las.

1.2 – Manual Geral da Redação (1987)

Já em 1987, a FSP lança a segunda edição do Manual de Redação, revisada e ampliada. Com 214 páginas, esta edição mantém a apresentação alfabética dos verbetes, entretanto, opta por organizá-los em capítulos e seções. A idéia era facilitar o acesso ao documento, que se tornara bem mais encorpado e abrangente. Interna ele estava dividido num primeiro setor chamado de **Política Editorial**, no qual apresentava os verbetes relacionados ao modo como a instituição e, portanto, os jornalistas deveriam tratar as questões mais gerais da produção. Verbetes como apartidarismo e equidade estão presentes neste tópico. O segundo capítulo - **Estrutura da Folha** – o texto priorizava os aspectos internos da organização, como as reprimendas ou vantagens aos jornalistas, além de explicar a função de cada um e de cada editoria do jornal. No capítulo **Padronização do Estilo** apareceu à norma adotada pela FSP aos termos que suscitam dúvidas; que podem conter mais de uma interpretação, como aborto, comunista entre outros. É possível encontrar neste capítulo elementos em que a opção da FSP restringia o uso por entender

⁵ Como explica José Marques de Melo, a definição dos gêneros jornalísticos variam de acordo com a cultura jornalística adotada em cada região. (MELO, José Marques de. (Org.) Gêneros jornalísticos da Folha de S. Paulo. São Paulo – FTD, 1992).

agressivo ou fora de uso. Já no capítulo seguinte, o Manual dedicava-se a regrar **os Procedimentos Profissionais**. São informações voltadas à normatizar à conduta dos jornalistas em ação, tanto nos momentos que estavam exercendo a função ou não, seja nas atividades de coleta de informações ou mesmo na produção textual. Assim, explicações sobre o uso do gravador em entrevistas, relacionamento com fontes de informação e a publicação de fotos de menores são verbetes deste capítulo. A normatização gramatical também é objeto deste capítulo. Nesta seção, o Manual dedicava-se a apresentar palavras e expressões que mais ofereceriam risco aos jornalistas. Termos como “a par ou ao par”; de “esse ou este” representariam, no entendimento do jornal, questões duvidosas quanto ao seu uso. O próximo capítulo dedicava-se as **Convenções Gráficas** utilizadas pelo jornal. Questões sobre o alinhamento dos textos; o uso de “chapéu” e retícula são objetos neste capítulo. O último capítulo é voltado ao **Vocabulário Jornalístico**. São descritos os termos de uso mais freqüente pelos jornalistas. Palavras como “pauta”, “setorista” e “retranca” são definidas e explicadas. Além disto, o Manual contava com anexos e um índice remissivo. Os anexos ofereciam informações sobre distâncias entre cidades, tabela de conversões de medidas, abreviaturas e palavras estrangeiras, além de instruções de operação dos terminais de computador, dispositivo recém implantado nas redações. Por se tratar de um conjunto relativamente grande de informações, a FSP resolve incluir índice remissivo como forma de facilitar o acesso aos verbetes.

Esta forma de organização manteve a proposta do anterior, ou seja, de ser um modelo auxiliador e controlador. No entanto, sua apresentação foi revisada e a postura autoritária que caracterizou a apresentação do primeiro manual deixou de ter destaque.

Em geral, este Manual consolidou certa tendência do jornal em apresentar periodicamente as reformas editoriais através de manuais de redação, coisa que como veremos em outros jornais, fica limitada a uma ou no máximo duas edições.

1.3 – Novo Manual da Redação (1992)

Esta publicação apresentou algumas características inovadoras em relação as anteriores, embora mantivesse a estrutura geral de apresentação dos verbetes, que permaneceram organizados em ordem alfabética, organizados em seções, com anexos e

índice remissivo. Como principal mudança, além do aumento considerável no número de páginas que passou a ter 331, destacou-se uma outra marca: a valorização das ilustrações a partir da introdução de imagens em cores, especialmente na apresentação dos mapas. Até então, os manuais da Folha eram impressos em preto e branco e em papel sulfite. Nesta edição, ele aparece em espiral e em papel couchê. Fica claro a intenção em facilitar o manuseio e o acesso aos conteúdos, além de ampliar a durabilidade do documento. Internamente ele seguiu a movimento de ampliação dos conteúdos. No primeiro capítulo, **Projeto Folha**, os temas sobre o jornalismo e sobre os jornalistas foram aprofundados. Dedicou-se mais espaço na definição destes assuntos. Verbetes como objetividade e imparcialidade são reapresentados (1992, pág 09), ampliando os entendimentos anteriormente adotados. O conceito de objetividade que fora tratado como algo definitivo, passou a assumir um caráter relativo. Os capítulos subsequentes são reedições dos anteriores, com pequenas variações em termos de quantidade de verbetes. Permaneceram seções dedicadas a normatização dos textos, a edição e conduta dos jornalistas.

A grande diferença é que neste manual multiplicaram-se os espaços das informações apresentadas em forma de anexos, que passam a ocupar mais de dois terços do total. Dados sobre medidas, conversões, estrangeirismos são completados. Incluem-se, ainda, mapas políticos impressos em cores, fusos horários e detalhes sobre cada país (população, sistema político, principais cidades, etc). Além disso, relacionam os principais órgãos consultados pelas editorias, seus endereços e respectivas siglas. Por fim, apresenta um conjunto de expressões jurídicas como “flagrante delito”, “processo” e “réu” e um organograma do poder judiciário (1992, págs 173-176).

Uma das marcas confirmadas neste manual que foi demonstrada enquanto tendência na edição anterior é transformá-lo em algo mais complexo e sofisticado que um simples documento normatizador e uniformizador das atividades internas da empresa. Isto se dá, entre outras coisas, pelo aumento no número de páginas a partir da inclusão de mais dados, abrangendo assuntos que não estavam relacionados ao universo jornalístico. Em princípio isso pode refletir uma necessidade do jornalismo e da instituição em tratar os assuntos com maior qualidade. Mas também pode significar que o Manual estaria sendo reconhecido por outros setores da sociedade, que passaram a contar com ele para eximir dúvidas em torno de questões alheias à produção específica.

1.4 – Manual da Redação (2001)

Seguindo a tendência de ampliar o acesso a outros interessados alheios ao campo sem, contudo, abrir mão de informar aos leitores sobre seu projeto de jornalismo e sobre seu entendimento sobre a política e a economia nacional, como se fosse à representação dos editoriais do jornal, a quarta edição revisada do Manual de Redação da FSP surge com 400 páginas agora em formato brochura. As cores e a valorização das imagens introduzidas no anterior permanecem bem como a apresentação em capítulos. Porém, algumas mudanças puderam ser sentidas. Já no primeiro capítulo – **Projeto Folha** -, o Manual apresenta integralmente projeto editorial reformulado em 1997, que até então estava disponível apenas na Internet. Nesta seção, o jornal faz uma avaliação da situação econômica e política por que passa o jornalismo brasileiro, destacando os principais fatos em que a FSP esteve envolvida e as repercussões para o futuro da empresa e do jornalismo, como o caso do impeachment do presidente Collor. A idéia é demonstrar que a FSP está conectada com os principais fatos políticos e econômicos e que desta forma, participa deles construindo a história cotidianamente. Nas seções seguintes, o Manual de Redação volta-se a definir os procedimentos, definindo as ações dos jornalistas no espaço da produção do jornal propriamente, ou seja, materializa a concepção do jornal em procedimentos concretos. “Trata-se de um guia para nortear os procedimentos internos e também as aspirações dos jornalistas” (2001, pág. 19). O último capítulo, **Estrutura da Folha**, também se diferencia do modelo adota pelo jornal. Na abertura da seção há um texto histórico da empresa. A idéia é demonstrar que o jornal tem larga tradição naquela forma de se fazer jornalismo. Na seqüência ela apresenta os verbetes que definem os vários órgãos e funções do jornal.

Assim como na edição anterior, a seção de anexos compreende a maior parte do manual. Ampliam-se as informações gerais, compreendendo desta feita dados sobre os campos militar, religioso, político, econômico, médico e matemático/estatístico. As questões de auxílio a gramática que na edição anterior se encontravam no capítulo Texto passam a fazer parte do anexo como tópico específico. As siglas permanecem bem como o índice remissivo.

Nesta edição, a Folha reivindica sua condição de estar à frente dos principais fatos que envolveram a sociedade brasileira, deixando claro que a disputa pelos leitores está perpassando à elaboração do Manual. Ou seja, mais que um documento de regramentos, ele se tornou um apoio para a comercialização do jornal. Passou a ser encarado como um instrumento estratégico de referencia do jornal à outros setores da sociedade.

Análises transversais de dispositivos (Manuais da Redação da FSP)

A primeira versão (1984) tinha por objetivo romper com o modelo de jornalismo mais solto, com características criativas praticados até então. Buscava enquadrar o jornalismo às regras do mercado competitivo. Por isso optou por uma proposta de manual mais vertical, com características “impositivas” e “draconianas” (Novo Manual da Redação, 1992, pág. 07). Já na segunda edição, de 1987, o Manual passa a relativizar seu foco, articulando os verbetes dentro de seções no sentido de facilitar o acesso de usuários (leitores) sem intimidade com o discurso jornalístico. Esta postura é reforçada quando se constata capítulos destinados a apresentar a estrutura do jornal. Verbetes como “Editoria de Política”, “chefe de redação” são conceituados. Com isso, o Manual informa aos leitores que existe hierarquia interna e que o jornal é composto por vários setores e órgãos que atuam racional e objetivamente em favor da “notícia séria”. Ao fazer isto, reforça a idéia de ser um jornal organizado e que, portanto, tem credibilidade naquilo que faz.

Mas não é apenas a apresentação de alguns verbetes que “vende” a idéia de credibilidade. O Manual no seu conjunto também funciona para criar este efeito. Ao editar manual (ou manuais) como o caso de alguns jornais, a instituição agrega capital simbólico ao jornal. Isto ocorre porque os manuais tornam transparente ao conjunto dos leitores os modos de operação internos à redação, reforçando e mediando as relações do jornal com os leitores e jornalistas. Não se trata de qualquer jornal, mas sim daquele que tem manual! Ao se colocar como pioneira, da mesma forma, ela busca consolidar sua posição de vanguarda entre os concorrentes (Novo Manual da Redação, 1992, pág. 07).

Outra característica relacionada à busca pela isenção e credibilidade através do Manual é ignorar e/ou não destacar o(s) autor(es) do projeto. Em nenhum momento nas

quatro edições, há referências diretas sobre a autoria dos Manuais. Isto marca a forte presença institucional nos conteúdos dos Manuais. É como se a criação fosse de responsabilidade de uma entidade abstrata, no caso, o jornal e não de sujeitos. Somente na última edição analisada (2001) é que aparecem, embora sem destaque, informações sobre a equipe de produção sem, porém, definir o responsável.

2.0 - Manuais de redação do jornal O Estado de S. Paulo

2.1 – Manual de Redação e Estilo (1990)

Com o objetivo de se inserir num espaço relativamente dominado pela FSP, jornal do Estado de S. Paulo, o “Estadão”, publica sua primeira versão do Manual de Redação e Estilo. Sem nenhum acanhamento, ele oferece de imediato 315 páginas de verbetes, regras gramaticais e outras seções para uso corrente dos jornalistas. Para tanto, ele foi dividido em três grandes capítulos: O texto e a edição do jornal; Normas internas e de estilo e Escreva certo. Assim como os manuais da FSP, os verbetes são organizados em ordem alfabética e a cada início de cada capítulo, o Manual apresenta um pequeno texto introdutório fornecendo informações gerais sobre seu conteúdo. Reconhecendo a dimensão extensa da obra, o primeiro capítulo aparece com instruções sobre o modo como ele deve ser consultado. “Embora cada uma de suas partes possa ser consultada individualmente, é conveniente que o capítulo seja lido uma ou mais vezes de forma completa” (1990, pág. 15). Isso indica uma preocupação com o uso, mas também que o público leitor é heterogêneo, ou seja, não necessariamente jornalistas do Estado de S. Paulo. Quanto à estrutura interna, podemos destacar algumas convergências com as opções da FSP. O capítulo **O texto e a edição do jornal** trás informações sobre a filosofia do jornal e os modos de preparação do texto noticioso. As instruções correspondentes a esta seção estão divididas em dois grupos: instruções gerais e instruções específicas, sendo que a primeira (gerais) está organizada em ordem numérica crescente e a segunda (específica) em ordem alfabética. Nas instruções gerais, há recomendações sobre a necessidade de ser “claro, preciso, direto, objetivo e conciso” (págs. 16-22). Nas específicas, há indicações sobre a “ética interna”, “a impessoalidade do texto”, sobre o “lead” entre outras atinentes à edição do texto (págs. 22-82). Em ambos os grupos, os verbetes são acompanhados de exemplos, o que ajuda no

momento de relacionar com as situações reais. Como podemos verificar, uma das opções deste Manual é operacionalizar os termos e articula-los com as demandas dos leitores. As **Normas internas e de estilo**, objeto do segundo capítulo, ocupa mais da metade do manual (págs. 84-306). Esta seção preocupa-se em definir as regras que darão forma aos textos do jornal: o uso de negrito, de maiúsculas e minúsculas, de números; além de destacar os aspectos gramaticais, como a grafia correta, as regras de concordância, as normas de acentuação entre outros. Por fim, ele lembra ao leitor que este capítulo “será muito útil no dia-a-dia” (pág. 83). Esta seção é a maior demonstrando que, para o jornal, o Manual é um instrumento de uniformização do periódico, muito mais que de controle editorial ou ético.

No último capítulo, **Escreva certo**, o Manual apresenta relação de palavras que podem comprometer o texto jornalístico. O foco dado à introdução desta seção demonstra que a atenção está centrada no uso do hífen, do cedilhado, dos nomes próprios e dos estrangeirismos. Acrescenta-se a esta relação os nomes de instituições mais usados no jornal, bem como seus significados.

O destaque dado pelo Manual à forma correta de escrever indica uma forte preocupação do manual em relação aos leitores do jornal, sabidamente mais conservadores, portanto, mais reticentes a qualquer imperfeição lingüística.

O espaço dedicado aos anexos é pequeno. São apenas duas páginas com medidas agrárias, de velocidade e distâncias. O manual trás ainda lista bibliográfica consultada, referenciada na língua portuguesa. São dicionários, manuais ortográficos e gramaticais. Ao que parece, nesta primeira edição, o autor estava preocupado em direcionar o Manual para jornalistas exclusivamente.

2.2 – Manual de redação e estilo (1997)

O Manual de Redação e Estilo publicado em 1997 repete, não somente a conformação do anterior, mas o sucesso editorial.⁶ A quantidade de informações aumenta, assim como o número de páginas: passa para 400. Quanto à estrutura interna do Manual,

⁶ Na edição de 1997 do Manual de Redação e Estilo de O Estado de São Paulo, o autor Eduardo Martins destacava a marca de 500 mil exemplares. “Transformou-se numa espécie de almanaque a ser consultado pelo público” (CAPRINO, 2001, pág. 52).

encontramos seis seções, das quais quatro são dedicadas a instruir os usuários quanto ao uso correto da língua portuguesa: “O uso da crase”, “Os cem erros mais comuns”, “Guias de pronúncia” e “Escreva certo” e duas dedicadas as normas internas e de estilo. Este último tópico continua valorizado, ocupando mais de dois terços do total. A importância dada aos assuntos gramaticais é reforçada pelo testemunho de escritores e professores de língua portuguesa publicados na contracapa do Manual, como o filólogo Adriano Kury e as escritoras Lygia Fagundes Telles e Rachel de Queiroz. Kury. Esta última chega a afirmar que “O Manual do **Estado** é o melhor e o mais bem-feito. O autor é bem informado e sabe escrever e utilizar a língua portuguesa” (1997, contracapa).

A figura do autor Eduardo Martins ganha destaque, aparecendo na capa, logo abaixo do título, além de ser mencionado no texto de apresentação que vai assinado pelo então chefe de redação Aluizio Maranhão, que ressalta a experiência do autor como jornalista do Estadão há mais de três décadas e os três anos dedicados a análises de vários jornais. As informações em anexo permanecem reduzidas a poucas páginas, assim como as referências bibliográficas, oriundas da língua portuguesa.

Análises transversais de dispositivos (O Estado de S. Paulo)

As edições do Manual de Redação do Estadão repetem a fórmula de sucesso do seu principal concorrente: incorporar elementos que ampliem seu interesse a outros setores da sociedade. No caso da FSP, o aumento significativo dos dados transformou seu manual numa enciclopédia. Já no caso do Estadão, o aumento das informações somado à preocupação gramatical, transformou o Manual, especialmente o último, num dicionário. Este modelo se encaixou perfeitamente nos interesses de pessoas que precisam escrever corretamente. Esta opção marca o Manual de Redação e Estilo do Estadão como **instrucional**, pois ele atua não somente regendo as atividades jornalísticas, mas também fornecendo aos seus usuários informações que podem ser utilizadas em qualquer circunstância. Aspectos de forma e gramaticais, as listas com os 100 erros mais comuns ou

com palavras que podem provocar dúvidas, a forma alfabética de apresentar os verbetes, reforçam a instrucionalidade do Manual.

Outra característica que reforça o perfil **instrucional** do jornal é a presença de agentes do campo científico-literário. A opinião de escritores e literatos, impressa com destaque, não só confere credibilidade ao manual, como também indica que o conteúdo mais valorizado está relacionado às informações gramaticais. “Eis aí um trabalho que me parece da maior utilidade para todos aqueles que cultivam a bela língua portuguesa neste nosso estilo brasileiro” ⁷ (1997, contracapa). Isto tende a facilitar a inserção do dispositivo em sistemas que trabalham com a redação de textos, não somente o jornalístico. Este movimento potencializa sua presença para além das redações e justifica, em parte, a característica instrucional do deste manual, além de explicar o sucesso editorial desta publicação.

3.0 – Manuais de redação do jornal Zero Hora

3.1 – Manual de ética, redação e estilo (1994)

Mostrando que não se trata de um fenômeno restrito ao centro econômico e político brasileiro, em 1994, o jornal Zero Hora de Porto Alegre (RS) sistematizou seu modelo de jornalismo pelas mãos dos jornalistas Augusto Nunes e Marcelo Rech⁸ e publica em 80 páginas o **Manual de Ética, Redação e Estilo**. Já no título encontramos indícios de algumas de suas características, como o destaque aos aspectos éticos em relação aos de estilo e gramaticais. Avançando sob a sua estrutura interna, confirmamos esta marca dedicada ao regramento comportamental dos jornalistas. O documento está dividido em três capítulos: Ética, Redação e Estilo; e em três seções: glossário, Fontes de Consulta e Índice remissivo. No início de cada capítulo há uma epígrafe, que visa sintetizar os objetivos do jornal. Os verbetes são apresentados em ordem alfabética optando por um ordenamento já consagrado para este tipo de gênero.

O primeiro capítulo, **Ética**, os verbetes regram sobre as posições que os jornalistas devem tomar em questões polêmicas, como acusações, ameaças, direito à privacidade,

⁷ Opinião de Lygia Fagundes Telles, publicado na contracapa da edição de 1997 do Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo.

⁸ Marcelo Rech ocupa atualmente a função de Chefe de Redação do jornal.

seqüestros entre outros. Tais regras estão direcionadas a normatizar os relacionamentos externos, seja com fontes, anunciantes, órgão público e concorrência. “Recomenda-se ao profissional de Zero Hora evitar usufruir, **em serviço ou não** (grifo nosso), almoços, jantares ou confraternizações de caráter político, entre os quais eventos relacionados a disputas em entidades de classe ou outros organismos” (1994, pág. 14). Embora estas observações apareçam em outros manuais, neste caso ela tem maior destaque, como observa o chefe de redação, Marcelo Rech, ao comentar as características do manual do Zero Hora: “Como funcionário do jornal eu não posso furar uma fila ou usar das minhas prerrogativas para obter vantagens pessoais. E isto o manual disciplina”.⁹

Nos capítulos seguintes, **Redação** e **Estilo**, apresentam os verbetes que uniformizam a linguagem do jornal, além de fornecerem informações sobre questões gramaticais. Apresentam listas de palavras autorizadas e vetadas para a redação; uso de hífen; de negrito; títulos e “cartolas” aceitas entre outras relacionadas à forma do jornal.

O **Glossário** relaciona algumas palavras de uso comum dentro das redações. Os jargões são acompanhados de significado. O Manual traz ainda **Índice remissivo** e as **Fontes de consulta**. Nesta última há referências a códigos de ética e manuais de redação de jornais estrangeiros, como o El País.

3.2 – Guia de Ética e Responsabilidade Social da RBS (2004)

Já segunda edição, publicada em 2004, foi organizada em forma de livreto com 40 páginas. Chamado **Guia de Ética e Responsabilidade Social da Rede Brasil Sul**, as orientações abrangem todos os funcionários do Grupo RBS.¹⁰ Ele está dividido em três seções: Missão da RBS, Valores da RBS e Ética. O primeiro capítulo, **Missão da RBS**, está destinado a informar sobre os objetivos da empresa. No segundo, chamado **Valores da RBS**, relacionam-se os compromissos morais defendidos pelos veículos de comunicação sob a direção do Grupo. O último capítulo apresenta as questões éticas que devem nortear a ação da RBS. Este capítulo está subdividido em três setores de uso: ética, voltada a reger as atividades dos empregados para o exercício da profissão; ética editorial, direcionada ao

⁹ Entrevista concedida ao autor em outubro de 2004 e março de 2005..

¹⁰ O Guia orienta os funcionários do jornal Diário Gaúcho, do canal de televisão Rede Brasil Sul - RBS, da rádio Gaúcha e dos jornais de Caxias do Sul, O Pioneiro, de Santa Maria e de Florianópolis.

comportamento dos profissionais no tratamento de conteúdos produzidos pelas empresas do Grupo; ética na gestão interna, balizadora das relações entre empresa e funcionários e ética externa, que visa normatizar as relações entre empresa e anunciantes. Não há referências as questões de estilo e gramática.

Análises transversais de dispositivos (Zero Hora e RBS)

A proposta de Manual para o jornal Zero Hora e posteriormente estendida para o Grupo RBS como Guia de Responsabilidade e a de priorizar os aspectos comportamentais e éticos de seus funcionários em relação às de estilo. Isto pode ser explicado em parte pelas especificidades de cada veículo que compõem o Grupo. Não se poderiam definir as mesmas regras de estilo para veículos tão diferentes como o jornal e a televisão. Mas também pode ser o reconhecimento de que o Manual dedicado exclusivamente às regras gramaticais e de estilo não são tão importantes, considerando que estes conteúdos são apreendidos na escola e adquiridos através da leitura do próprio jornal. De toda forma, a ausência de elementos específicos à produção dos textos demonstra que não se trata de uma manual comum, mas sim de um **manual de conduta**. Ao fazer isso, desloca-se o olhar das “**práticas do jornalismo**” para as “**práticas do jornalista**”. Este movimento demonstra que as tomadas de decisão nos momentos que antecedem a produção da notícia, momentos de “pré-texto” (entrevistas, relacionamento dos repórteres com as fontes, escolha de fontes até o modo como os jornalistas se vestem ou usam suas prerrogativas) devem sofrer maior disciplinamento. Tal atitude repercute na elaboração do texto jornalístico. Mais ainda: há o reconhecimento da necessidade de regrar ações que estão inseridas nos modelos de conduta dos empregados (parceiros, colaboradores) como forma de criar uma imagem ideal da empresa que possui credibilidade não somente nas notícias que veicula, mas também em seus jornalistas. Talvez não se trate de uma outra mirada, mas sim, o de sofisticar e/ou ampliar os mecanismos de controle, pois neste caso já não se trata de um jornal apenas, mas de uma organização midiática complexa com características específicas e públicos relativamente distintos.

Outra característica destes projetos, especialmente do último, é o modelo de relação que ele propõe com os funcionários. A idéia é integrar os funcionários aos objetivos da empresa, tratando-os como colaboradores e não como empregados. “Por considerar os

colaboradores parceiros (Grifo nosso) de seu projeto empresarial, a RBS respeita os seguintes preceitos éticos na relação com seus recursos humanos” (Guia, 2004, pág. 31). Desta forma, o Manual atua não apenas como um dispositivo de controle, mas como uma Carta de Compromisso, voltados a convencer os internos a participar dos ideais da empresa, buscando fidelidade aos objetivos gerais.

4.0 - Manual de Redação e Estilo do jornal O Globo (1992)

O Manual de O Globo, publicado em 1992 com 171 páginas, engrossa o movimento de racionalização e tecnificação das redações iniciado pela FSP. Embora ele tenha sido reimpresso 29 vezes¹¹, e sua última edição tenha sido publicada em 1996, ele não apresenta mudanças internas significativas, apenas um aumento relativo na quantidade de páginas (246). A primeira edição foi publicada em capa dura nos moldes de um livro, o Manual de Redação e Estilo segue uma lógica própria de apresentação dos verbetes, utilizando a distribuição alfabética apenas em alguns capítulos. Na maioria deles, após as definições básicas sobre a função, segue textos descrevendo a importância do termo para a realização do jornal. Esta forma de organizar não abre mão do detalhamento de situações que oferecem *risco* à atividade jornalística. Isso aponta para um lugar de partida da produção do manual de O Globo que foi resultado do acompanhamento de 1200 edições ao longo de três anos (CAPRINO, pág. 56). A presença do autor é evidenciada, mais na condição de editor do projeto do que o responsável exclusivo, até porque a elaboração do manual contou com a participação de outros jornalistas. Em relação à estrutura interna, o Manual apresenta-se dividido em cinco capítulos e três apêndices. Ele não abre mão, assim como o de seus concorrentes, em dedicar especial atenção às questões gramaticais. Seções como Antes de escrever, Em bom português, Palavras perigosas, Acidentes de texto ocupam a maior parte do documento. Além disto, há um anexo com expressões jurídicas mais utilizadas dentro do jornalismo. Ao contrário dos seus concorrentes, os verbetes não são tratados como vocábulos.

Análise

¹¹ Informações confirmadas pela Editora Globo consultada por e-mail em outubro de 2005.

O Manual de O Globo visa construir um discurso que marca a posição do jornal frente às necessidades econômicas, políticas e sociais, compreendidas pelo atendimento dos “interesses” de seus leitores e do reforço do jornal como um órgão sério e com credibilidade. Sua intervenção é **fluída** com tratamento mais genérico das questões jornalísticas. Esta forma de tratamento indica um nível de abstração mais elevado que os outros manuais de redação analisados. A nosso ver, trata-se de um **didatismo**, na medida em que os verbetes são acompanhados de explicações ou introduzidos por textos que fornecem o contexto de uso, diferente da proposta diretiva da maioria dos outros documentos deste tipo, como podemos notar no exemplo a seguir:

“**Off de Record:** É um caso especial de declaração, em que a fonte não é identificada. **O anonimato deprecia a informação** (grifo nosso); é o que basta para que se evite o **off** tanto quanto possível. Acontece que, freqüentemente, o jornalista fica sem a informação se insistir em identificar a fonte. Mas ele deve se certificar de que o desejo do anonimato é legítimo e de que não há outra forma de obter a notícia” (1992, pág 31).

Este modelo **didático** tende a valorizar a ação reflexiva dos jornalistas, e que por isso se contrapõe a lógica geral dos manuais de serem documentos de ação. Talvez por isso ele não tenha conseguido a popularidade de outros manuais editados pelos seus principais concorrentes.

ANÁLISES TRANSVERSAIS DE CONJUNTO

As marcas dos manuais de redação

Desde que o primeiro manual de redação foi publicado em 1984, muitos outros jornais procuraram sistematizar suas regras e normas em documentos públicos, inaugurando mais um capítulo na história recente do jornalismo brasileiro. Como vimos, ao contrário do que o senso comum nos indica os manuais de redação têm assumido funções e características para além daquelas inicialmente propostas. Não podemos mais pensá-lo simplesmente como um suporte das atividades jornalísticas, nem tão pouco como instrumentos de controle dos jornalistas.

As características mais fluidas apresentadas por alguns manuais não reduzem o grau de controle, mas os recoloca em outras instâncias no processo de circulação. Essa relativa fluidez que poderia suavizar as críticas que toma o manual como instrumento de controle, esconde estratégias que estão espalhadas na estrutura jornalística, na qual o manual participa como um dispositivo de mediação importante.

Outro dado que reforça essa mudança diz respeito às sucessivas ampliações de seus conteúdos. Estas inclusões apontam para um redimensionamento dos interesses e objetivos das empresas jornalísticas. Ao que parece, os manuais se tornaram para as empresas instrumentos de formação de públicos, estratégias de marketing, já que sua circulação está para além do espaço jornalístico.

Resta saber quais relações essa nova proposta de manual tem estabelecido no ambiente redacional. Quais processos os jornalistas articulam com os manuais no ambiente da produção?

REFÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRONOSKY, Marcelo Engel. Estratégias de apropriação do manual de redação pelos jornalistas, leitores e críticos. III Encontro da SBPjor: Florianópolis, 2005.

CAPRINO, Mônica Pegurer. Questão de Estilo – Estudo sobre o texto jornalístico e os manuais de redação. Tese de Doutorado. São Paulo: UMESP, 2001.

GUIA DE ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL. RBS – Porto Alegre, 2004.

MANUAL GERAL DE REDAÇÃO. Folha de São Paulo, 1984.

_____. Folha de São Paulo, 2ª edição, 1987.

MANUAL DA REDAÇÃO DA FOLHA DE S. PAULO. Folha de São Paulo, 2001.

_____. Folha de S. Paulo, 2004.

MANUAL DE REDAÇÃO E ESTILO DE O GLOBO. O Globo – R.J., 1992.

MANUAL DE ÉTICA E REDAÇÃO. Jornal Zero Hora – Porto Alegre, 1994.

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. Manual de Redação e Estilo de O Estado de São Paulo. São Paulo: O Estado de São Paulo, 1990.

_____. Eduardo Lopes. Manual de Redação e Estilo de O Estado de São Paulo. 3ª edição, São Paulo: O Estado de São Paulo, 1997.

MELO, José Marques de. (Org.) Gêneros Jornalísticos da Folha de S. Paulo. São Paulo: FTD, 1992.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.

O papel do webjornalismo participativo

Marcelo Träsel ¹

*Estou certo de que qualquer um pode encontrar contra-exemplos, artigos muito menos do que equilibrados ou justos, ou que entenderam errado os fatos principais. Eu, por outro lado, posso abrir qualquer jornal ou assistir à CNN e apontar ao menos três erros factuais em cinco minutos. Notícia é algo muito difícil de se acertar, e nem todo mundo acerta o tempo todo.*²

Rusty Foster

A epígrafe que abre este artigo refere-se às análises dos ataques terroristas de 11 de setembro de 2001 publicadas em weblogs. Foster é criador de um dos sites jornalísticos em que as notícias são produzidas por uma comunidade de leitores, sem a necessidade de conhecimento formal algum em técnicas de reportagem, o Kuro5hin³. Ele critica a visão ufanista do jornalismo em weblogs. Seu argumento é que a maioria dos blogueiros não se dá o trabalho de checar adequadamente os fatos, nem conta com recursos para tanto. Carecem, além disso, de controle por seus pares, como ocorre entre os profissionais nas redações (ou no Kuro5hin). Apesar da postura crítica ao carnaval em torno dos blogs, Foster tampouco tem fé cega ao que é oferecido pela grande mídia, nem acha que o jornalismo deve se restringir aos jornalistas. Ao argumento de que os leigos não teriam estofo ético para produzir conteúdo jornalístico, Foster contrapõe o fato de que a ética da profissão não é propriedade apenas de uma elite treinada: "Acho

¹ Jornalista, mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bolsista Capes. Colaborador do Laboratório de Interação Mediada por Computador da Fabico-UFRGS. Site: <http://www.ufrgs.br/limc>

² "I'm sure anyone can find counter-examples, articles that are far less than balanced or fair, or that got key facts wrong. I, in return, can open up any newspaper or flip on CNN and point out at least three factual errors within five minutes. News is a really hard business to get right, and no one gets it right all the time." Tradução livre. FOSTER, Rusty. **The utter failure of weblogs as journalism**. *Kuro5hin*, 11/10/2001. Disponível em: <http://www.kuro5hin.org/story/2001/10/11/232538/32>. Último acesso em: 18/6/2006.

³ <http://www.kuro5hin.org/>.

que todos nós conseguimos pegar a idéia de que quando você escreve uma notícia, deve tentar fazer com que ela seja verdadeira"⁴. Importante é a responsabilidade, que permite revisar os fatos publicados e cobrar de seus autores exatidão e honestidade.

O presente trabalho parte do pressuposto de que a abertura de canais de publicação para virtualmente qualquer um no ciberespaço não implica na publicação de notícias sem qualquer controle sobre a precisão dos fatos relatados. Pelo contrário, acredita-se que a possibilidade de intervenção de centenas ou milhares de leitores contribui para a exatidão das informações publicadas e incentiva uma maior variedade de interpretações.

Por outro lado, acredita-se que, embora importantes no ambiente midiático contemporâneo, estes novos veículos não são uma ameaça à categoria dos jornalistas, nem aos noticiários impressos ou eletrônicos tradicionais. Os sites de jornalismo participativo vêm ocupar o vácuo deixado pela grande mídia em diversas áreas e regiões onde não há interesse comercial. O público só toma a reportagem em suas mãos onde os jornalistas deixam espaços vazios.

A simples negação de qualquer valor jornalístico a projetos como os aqui descritos, por não serem desempenhados por profissionais ou infringirem cânones teóricos, é contraproducente. O fato é que o público já está participando e escrevendo suas próprias notícias. O alcance do webjornalismo participativo ainda é restrito, quando comparado aos webjornais tradicionais, e mais ainda quando comparado à televisão e à imprensa, mas há indícios de que sua importância vem crescendo ao longo dos anos. Nos protestos contra a invasão do Iraque pelos Estados Unidos em 2003, em São Francisco, o Centro de Mídia Independente local "furou" a imprensa profissional em vários casos de brutalidade policial contra manifestantes, que só depois disso foram

⁴ "I think all of us basically grasp the idea that when you report news, you should try to make it true."
Tradução livre. *Op. Cit.*

relatados por jornais e emissoras (GILLMOR, 2004, p.145). As informações talvez jamais chegassem ao público pelas mãos de profissionais.

Analisando alguns projetos de webjornalismo participativo que já estão em andamento, espera-se poder inferir sobre o futuro da cooperação de amadores na produção de notícias. Os sites analisados estão em constante evolução e várias características podem mudar de um dia para o outro. Todavia, acredita-se que a atual configuração dos serviços de jornalismo participativo na Web pode dar valiosas pistas de seu futuro.

Quando o público passa a produzir notícias no contexto do ciberespaço, emerge o **webjornalismo participativo**. "Trata-se daquelas práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um site em que a participação do público é essencial para a produção do texto informativo" (PRIMO e TRÄSEL, 2006). Em outras palavras, aqueles veículos em que os leitores são também co-autores e têm o papel de comunicar fatos, redigir notícias e outros conteúdos jornalísticos, editá-las, revisá-las ou publicá-las, com ou sem a supervisão de jornalistas profissionais.

Exemplos deste tipo de webjornalismo são veículos como o Kuro5hin, o Centro de Mídia Independente (CMI)⁵, o Wikinews⁶, o OhmyNews International⁷ e o canal VC Repórter⁸, do portal Terra. Além disso, blogs que comentam notícias ou publicam informações podem também ser considerados pertinentes à categoria webjornalismo participativo. Devido aos limites espaciais desta comunicação, os exemplos serão apresentados com brevidade.

Kuro5hin

⁵ <http://www.midiaindependente.org>.

⁶ <http://www.wikinews.org>.

⁷ <http://english.ohmynews.com/>.

⁸ <http://www.terra.com.br/vcreporter/>.

O Kuro5hin é um site em inglês sobre cultura e tecnologia em que qualquer pessoa pode se cadastrar como colaborador. Estes podem propor matérias e também avaliar os artigos e comentários de outros colaboradores. Cada nova matéria entra em uma "fila de propostas" e lá permanece por até 24 horas, à disposição dos membros cadastrados, que sugerem modificações, apontam erros e votam sobre o destino do texto. As opções incluem desde "publicar na primeira página" a "jogar fora". Após o período de edição, o artigo é publicado na primeira página, nas listas de últimas notícias, ou rejeitado. Neste último caso, o colaborador pode reescrevê-lo e enviá-lo novamente para a fila de propostas.

Após a publicação, os colaboradores podem fazer comentários gerais sobre a matéria e discutir os fatos relatados. Podem também votar na qualidade dos comentários feitos sobre cada artigo, podendo "esconder", "encorajar", "desencorajar" ou manter-se "neutro". O leitor depois escolhe se prefere ver os comentários em ordem crescente de qualidade, em ordem decrescente, ou ignorar a avaliação, sem necessidade de estar cadastrado. Assim, evita-se a perda de intervenções importantes em meio às dezenas ou centenas de comentários inúteis que em geral acompanham cada texto⁹.

Centro de Mídia Independente

O primeiro Centro de Mídia Independente foi criado em Seattle (EUA) em 1999, na esteira dos protestos contra a reunião da Organização Mundial do Comércio. Nasceu como uma rede de diversos veículos alternativos, que uniram forças para publicar relatos do ponto de vista dos manifestantes¹⁰. O sucesso da iniciativa incentivou a abertura de projetos semelhantes em diversos países, inclusive o Brasil (BRUNS, 2005). Até junho de 2006, as notícias enviadas por correspondentes em todo o mundo estavam

⁹ <http://www.kuro5hin.org/special/faq>.

¹⁰ <http://www.indymedia.org/en/static/about.shtml>.

disponíveis em oito línguas (inglês, alemão, português, espanhol, francês, grego, holandês e italiano).

Qualquer internauta pode publicar notícias, comentários ou artigos de opinião, bem como áudio, vídeo e fotos, nos diversos CMIs. Os artigos publicados pelos colaboradores são avaliados por um "coletivo editorial" e, caso sejam consistentes e estejam de acordo com a política editorial, ganham destaque na coluna central da *homepage*. Todos os artigos, porém, entram diretamente na lista de últimas notícias. Artigos contrários à política editorial, abertamente de esquerda, são movidos para a seção "artigos escondidos" e retirados da lista de últimas notícias, mas ficam disponíveis ao leitor interessado. Os membros dos coletivos editoriais são voluntários e qualquer colaborador pode se candidatar. Cada artigo é acompanhado por uma sessão de comentários aberta a todos.

Wikinews

O Wikinews é um projeto da Wikimedia Foundation, organização que mantém diversos sites de criação cooperativa de conteúdo, entre eles a enciclopédia Wikipedia¹¹, cuja versão em inglês já conta com mais de um milhão de verbetes e foi considerada tão confiável quanto a enciclopédia Britanica, conforme um estudo da revista Nature¹². O Wikinews leva ainda mais longe a proposta de jornalismo colaborativo do Kuro5hin e do CMI, pois não apenas qualquer um pode publicar, estando cadastrado no sistema ou não, como qualquer um pode editar os textos publicados por outros, ou mesmo editar a página principal do site. O serviço tem versões em 21 línguas, entre elas o português.

Toda notícia oferece um link *edit* (editar), que leva o colaborador a uma plataforma de edição. Através desta ferramenta, ou usando uma sintaxe específica chamada wiki markup, o colaborador pode corrigir erros factuais ou simplesmente erros

¹¹ <http://www.wikipedia.org/>.

¹² **Internet enciclopaedias go head to head.** *Nature*, n. 908, dezembro de 2005. Disponível em: <http://www.nature.com/nature/journal/v438/n7070/full/438900a.html>.

ortográficos e de estilo, acrescentar informações ou multimídia. Toda modificação é imediatamente publicada ao se clicar em *save* (gravar). As versões anteriores do texto, desde a original, ficam registradas em um histórico acessível a todos os leitores. Desta maneira, as notícias podem ser revertidas a uma versão anterior em caso de modificações erradas ou vandalismo. Existe ainda um link *discussion* (discussão), que leva a um espaço para debater o artigo em questão, semelhante a um fórum. A página principal funciona de acordo com o mesmo princípio¹³.

OhmyNews International

Sob o slogan "todo cidadão é um repórter", o jornalista sul-coreano Oh Yeon Ho lançou em 2000 o OhmyNews, com o franco objetivo de difundir informações desde o lado progressista do espectro político, já que 80% da mídia local era dominada por organizações tidas como conservadoras (BRAMBILLA, 2006). Permitindo a qualquer cidadão participar na redação de notícias, sobretudo a respeito dos problemas de suas comunidades, o veículo expõe problemas ausentes no resto da imprensa. As *hard news*, entretanto, são competência de uma redação profissional, bem como a supervisão e edição das colaborações dos cidadãos-repórteres. O site ganhou mais tarde uma versão em inglês, o OhmyNews International.

O sistema de publicação do OhmyNews funciona de forma parecida ao Kuro5hin: as propostas de artigos entram em uma lista e podem ser vistos por todos os colaboradores. No entanto, a edição do texto é feita em negociação apenas com os editores profissionais, que fazem correções ortográficas, discutem as questões factuais e selecionam a posição em que o artigo será publicado no site — ou o rejeitam. É possível acrescentar fotos, áudio e vídeos às matérias. Ao contrário dos outros exemplos aqui expostos, os cidadãos-repórteres recebem um pagamento (cerca de US\$ 20) para cada

¹³ <http://en.wikinews.org/wiki/Wikinews:About>.

matéria publicada. Após a publicação, o texto não pode ser modificado, nem excluído, e os direitos autorais passam a pertencer ao OhmyNews. As matérias são acompanhadas de espaço para comentários dos leitores, mas estes são moderados pela equipe de editores e na versão em coreano podem inclusive ser restringidos a colaboradores cadastrados¹⁴.

VC Repórter

O portal Terra lançou o canal VC Repórter durante o carnaval de 2006, permitindo que os leitores enviem informações, áudio e fotos por correio eletrônico ou celular. É, todavia, apenas um canal entre outros na gama de serviços oferecidos pelo portal. Por um lado, é uma forma de cobrir eventos aos quais a equipe de jornalistas não pode estar presente, ou que não sejam cobertos por agências de notícias. Por outro, trata-se de integrar o público no processo produtivo, o que permite ao portal abrir mais espaços para publicidade e ao mesmo tempo fazer marketing positivo com os próprios leitores.

Para publicar textos ou hipermídia, é necessário cadastrar-se e autorizar o Terra a usar o material. Os documentos enviados por correio eletrônico, ou mensagens multimídia por celular, são analisados pela equipe editorial e, caso selecionados para publicação, são checados junto às fontes pertinentes. Os jornalistas têm total controle sobre a edição e publicação do texto e não há espaço para comentários — embora seja tecnicamente possível adicionar um fórum à matéria. Os direitos das notícias e hipermídia pertencem ao Terra¹⁵.

Blogs

Weblogs, ou blogs, são sites de autoria individual ou coletiva em que se publicam pequenos blocos de texto (*posts*), fotos ou outros tipos de hipermídia

¹⁴ FAQ da versão em inglês. Disponível em: <http://english.ohmynews.com/index.asp>.

¹⁵ <http://www.terra.com.br/vcreporter/comoparticipar.htm>.

organizados de forma cronológica, em geral decrescente, e no mais das vezes com fartura de links para sites considerados interessantes pelo autor. A maioria conta com recursos como espaço para comentários dos leitores, *trackbacks* (que permitem ao autor de um *post* saber se outros blogs criaram algum link para o mesmo) e *permalinks* (que cria um endereço específico para determinado *post*, facilitando a referência). Blogueiro é o autor de um blog. Nem todo blog tem caráter jornalístico. É apenas uma ferramenta que permite a publicação rápida de textos sem necessidade de *expertise* em programação. Assim, pode ser usada tanto para escrever um diário confessional, quanto para publicar notícias ou análise.

Weblogs são participativos na medida em que estão contidos na blogosfera, a comunidade de blogs e blogueiros interligada por um grande número de referências cruzadas mediante links para textos específicos (BRUNS, 2005, p. 182). Em outras palavras, uma notícia publicada por um determinado blogueiro pode ser comentada e referenciada por outros blogueiros, gerando uma conversação mediada por computador (PRIMO e SMANIOTTO, 2005). A categoria webjornalismo participativo também se aplica mais imediatamente aos blogs coletivos e àqueles que permitem os comentários dos leitores.

O H2OTown¹⁶, por exemplo, foi criado pela dona-de-casa Lisa Williams para informar aos cidadãos de Watertown, subúrbio de Boston (EUA), sobre os eventos locais. A iniciativa partiu da constatação de que a cobertura do maior jornal da região, o Boston Globe, ignorava Watertown. “... na maior parte das cidades e vilarejos que por acaso estejam a mais de 500 pés de um grande mercado de comunicação, a gente local sofre mais de anorexia midiática do que de sobrecarga de informação. É difícil

¹⁶ <http://h2otown.info/>.

encontrar boa informação sobre onde você vive”¹⁷. Recolhendo informações da TV a cabo local, das instituições e dos próprios concidadãos, via correio eletrônico, telefonemas ou conversas na rua, a autora consegue suprir o vácuo de informações deixado pela grande mídia. Os cidadãos interessados podem se cadastrar e ter seus próprios blogs, cujas notícias são publicadas em uma lista geral. Os comentários de leitores, inclusive anônimos, são permitidos.

As breves descrições pretendem elucidar o que se entende aqui por webjornalismo participativo, mostrando que inclui tanto os modelos mais anárquicos e voluntários, como o Wikinews, até empreendimentos comerciais em que há mais ou menos controle profissional sobre a produção, como VC Repórter ou OhmyNews. O ponto em comum é o fato de que nenhum destes veículos ou seções seriam os mesmos sem a participação dos leitores.

Jornalismo sem jornalistas?

Sem dúvida, muitos jornalistas que dedicaram anos de estudo e treinamento, bem como muitos acadêmicos da área, podem ver com ceticismo a hipótese de o público tomar em suas próprias mãos a produção de conteúdo antes sob responsabilidade daqueles que tinham trilhado, muitas vezes com dificuldade, o caminho até seus postos de trabalho em organizações midiáticas. O jornalismo alternativo e os repórteres "práticos" — como a eles se refere DINES (1986), em discussão sobre a necessidade do diploma — existiam antes do advento da informática. Na Internet e outras redes telemáticas, porém, exercem maior influência.

¹⁷ “...in most cities and towns that happen to be more than 500 feet outside a major media market, the local people suffer more from media anorexia than information overload. It’s hard to find good information about the place where you live”. Tradução livre. **If I didn't build it, they wouldn't come:** citizen journalism is discovered (alive) in Watertown, MA. *Pressthink*, 14/11/2005. Disponível em: http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/11/14/lw_h2tn.html. Último acesso: 10/3/2006.

Por um lado, os custos para a criação de um blog, ou mesmo de um site que exija a compra e manutenção de servidores, são muito baixos, quando comparados aos custos para se produzir e transmitir um programa de televisão, ou imprimir e distribuir um jornal. No caso da televisão e do rádio, existe ainda a necessidade de obter uma concessão para o uso do espectro eletromagnético. Na Internet, o espaço tende ao infinito, enquanto os custos tendem ao zero. Embora a questão da exclusão digital não possa ser ignorada, um relato sobre as ações do Exército Zapatista de Libertação Nacional do México mostra que mesmo indígenas isolados em uma área florestal e cercados por militares podem fazer suas mensagens chegarem à rede (FORD e GIL, 2002, p.272). Entre 2000 e 2005, o nível de acesso mundial à Internet cresceu 183,4%. Na América Latina e Caribe, o crescimento foi ainda maior, chegando a 342,5%¹⁸.

A relativa facilidade técnica e econômica de publicação na Internet alia-se a uma cultura calcada no slogan *punk do it yourself* [DIY, faça-você-mesmo]. A cibercultura incentiva além disso a apropriação social hedonista da tecnologia, cujo maior exemplo é a subcultura *hacker* (LEMOS, 2002). Some-se a isso a histórica demanda pela democratização dos meios de comunicação (BRECHT, 2005; MACHADO et al., 1987) e o que se vê no ciberespaço é um intenso fluxo de texto, imagem, áudio e vídeo publicados por milhares de pessoas ao redor do mundo, muitos deles com conteúdo jornalístico. Conforme o instituto Pew, até o final de 2004 pelo menos 8 milhões de norte-americanos já haviam criado um blog, enquanto 53 milhões haviam usado a Internet para divulgar seus pensamentos, responder a outros internautas, publicar fotos, compartilhar arquivos e contribuir de forma geral para a explosão de conteúdo disponível online¹⁹. É assim que, nas palavras de GILLMOR (2004, p.XIV):

¹⁸ Estatísticas colhidas no dia 19/5/2006 e disponíveis no site da Internet Usage World Stats: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

¹⁹ Relatórios disponíveis em: <http://www.pewinternet.org>. Os números são muito discutidos e provavelmente bem mais altos. O Blog Herald estimava em 34,5 milhões o número de blogs na época da

Antes mera consumidora de notícias, a audiência está aprendendo como conseguir informação melhor e mais oportuna. Também está aprendendo como se juntar ao processo jornalístico, ajudando a criar uma enorme conversação e, em alguns casos, fazendo um trabalho melhor que o dos profissionais²⁰.

A primeira questão a ser levantada frente a estes dados pode ser: "mas isso é jornalismo?". A hipótese com que se trabalha aqui é que estes veículos praticam jornalismo. Porém, em lugar de arrolar uma série de definições do que seria a prática de produzir notícias para defender essa posição, arrisque-se uma inversão da pergunta. Se a Folha de São Paulo publica a foto de um buraco no calçamento de determinada rua, exigindo providências da Prefeitura, ninguém discutirá que se trata de jornalismo. Se um weblog ou o CMI o faz, então, por que **não** seria jornalismo? O exemplo é simples, para facilitar a compreensão, mas o princípio se aplica a situações mais complexas.

Uma forma de negar que se trate de jornalismo é a falta de supervisão dos pares, uma das condições do trabalho em uma redação. Joan Connel, produtora executiva da MSNBC.com, acredita que a falta de um editor entre autor e leitor, no caso dos blogs, excluiria este tipo de mídia da esfera jornalística: "Eu diria que a função editorial (da redação) é o fator que realmente faz o jornalismo"²¹. Crítica que se aplicaria também ao CMI e Wikinews, em que a publicação é imediata, mas não ao Kuro5hin, OhmyNews, e VC Repórter, nos quais os artigos são verificados antes pela comunidade de colaboradores ou por editores profissionais.

Porém, no caso dos blogs, Wikinews e CMI existe **edição posterior** à publicação. Nos comentários dos blogs e do CMI os leitores podem apontar imprecisões e erros, ou contrapor outros fatos e referências à interpretação do autor para

publicação dos relatórios do instituto Pew: **Blog numbers are closer to 34,5 million worldwide**. *Blog Herald*, 10/1/2005. Disponível em: <http://www.blogherald.com/>. Último acesso em: 26/6/2006.

²⁰ "Once mere consumers of news, the audience is learning how to get a better, timelier report. It's also learning how to join the process of journalism, helping to create a massive conversation and, in some cases, doing a better job than the professionals." Tradução livre.

²¹ "I would submit that editing function really is the factor that makes it journalism". Tradução livre. **Weblogging**. Newshour, 28/4/2003. Disponível em: http://www.pbs.org/newshour/bb/media/jan-june03/blog_04-28.html. Último acesso em 27/6/2006.

determinado acontecimento. No CMI, podem publicar uma outra matéria, em um espaço equivalente, questionando a primeira. No Wikinews, o leitor que detecta um erro pode corrigir a própria notícia, tornando-se co-autor da mesma.

Compare-se esta edição posterior com as erratas da imprensa tradicional. Retomando o exemplo do buraco em determinada rua, suponha-se que o endereço esteja errado na legenda da Folha de São Paulo e também no blog. No primeiro caso, seria necessário esperar até o dia seguinte para corrigi-lo, em um espaço diferente da notícia original, sem a garantia de que o leitor veria a correção. No segundo, qualquer leitor pode apontar o erro nos comentários, separados do texto original, criando uma espécie de errata. O autor pode corrigir a informação no próprio texto original. Caso um leitor desavisado decida voltar à matéria, terá maiores chances de perceber a correção. Além disso, qualquer um a quem tenha enviado o link para o texto lerá a versão corrigida. Na versão *online* da Folha de São Paulo, há uma seção chamada "erramos"²², em que são publicadas as correções, apontando para a notícia original. Esta também é corrigida, mas não recebe um link para a errata. O leitor não tem como saber que houve um erro na versão original do texto. Nos blogs ou CMI, o registro do erro fica nos comentários, enquanto no Wikinews é possível acessar um histórico de todas as modificações e verificar a transformação do texto desde a versão original.

De resto, como indica pesquisa feita por MACHADO e SOSTER (2003) no portal UOL durante as eleições presidenciais de 2002, no webjornalismo o erro é uma constante maior do que o acerto. Em uma única manhã, 38 entre 43 matérias publicadas continham algum tipo de erro. O artigo não explica se os erros eram posteriormente corrigidos, mas de qualquer modo o que se tem aí é uma edição *de facto* posterior à publicação, não anterior, como exigem as técnicas profissionais.

²² <http://www.folha.uol.com.br/folha/erramos/>.

Outro argumento possível para descaracterizar como jornalismo a matéria sobre o buraco publicada num blog é a suposta falta de compromisso dos "leigos" com um código de ética. Tais repórteres amadores seriam uma ameaça à esfera pública, meros panfleteiros sem nenhum compromisso com os ideais da profissão, como imparcialidade e objetividade.

De fato, as pressões e jogos de poder a que um repórter é submetido na redação são um incentivo que não pode ser desprezado para a introjeção de uma ética profissional. Em artigo publicado em 1955, BREED (1993, p.154-156) demonstra que a assimilação da política editorial depende de um processo de socialização entre o jornalista, seus chefes e colegas. O novato "aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades". No caso, o autor está fazendo uma crítica à ingerência do proprietário do veículo sobre a produção de notícias, através da política editorial. Mas a socialização também funciona no sentido oposto: um dos fatores de resistência às interferências superiores é a ética jornalística (p.152). Ética que o novato assimila da mesma forma que faz com a política editorial: interagindo com seus pares.

Em 1989, SOLOSKI (1993, p.91-100) retoma o tema do controle social na redação, afirmando que a interação das políticas editoriais com o profissionalismo, consubstanciado nos valores-notícia e no código de ética do jornalismo, cria constrangimentos organizacionais que agem sobre as rotinas produtivas. Além da convivência na redação, o autor reconhece os cursos de jornalismo como forma de introjeção do código de ética: "Estas escolas profissionais asseguram (...) que os ideais e os objetivos da profissão sejam aceitos pelos novos profissionais" (p.94). O tom é de crítica, porém, pois a educação — logo, os ideais e objetivos da profissão — seria controlada pelas próprias organizações jornalísticas, comprometendo o ensino com a

ideologia capitalista (no contexto norte-americano, foco do autor). As escolas funcionariam então como reprodutoras de uma visão de mundo que desestimula qualquer mudança no *status quo*.

Finalmente, TUCHMAN (1993 [1971]) caracteriza a objetividade, valor ligado à imparcialidade e ao equilíbrio, como ritual estratégico favorável primeiramente aos interesses dos proprietários do jornal, pois garante a produção das notícias dentro do intervalo temporal determinado e evita processos judiciais. A satisfação do interesse público, que de fato está aí presente, é mero efeito colateral travestido em valor do corpo profissional. Não se pretende cair no cinismo completo, porém: os ideais de objetividade e imparcialidade trouxeram e continuam trazendo benefícios ao jornalismo e à democracia. Não são, no entanto, conhecimentos esotéricos, inacessíveis a repórteres amadores com alguma habilidade. Com efeito, estão bastante próximos do senso comum.

MEDITSCH (1997, *online*) vê no jornalismo um tipo de conhecimento posicionado entre a ciência e o senso comum. Tende para este último, visto que sua direção é a de universalizar, não a de especializar. Enquanto forma de conhecimento, o jornalismo sofre duas críticas por parte dos homens de ciência: falta de rigor analítico e incapacidade de revelar o novo. Isto se deve ao fato de não gerar novas leis universais através da análise sistemática de fenômenos, mas revelar singularidades a partir do senso comum, destacar os aspectos de determinado acontecimento que o contrariam:

É o fato de operar no campo lógico da realidade dominante que assegura ao modo de conhecimento do Jornalismo tanto a sua fragilidade quanto a sua força enquanto argumentação. É frágil, enquanto método analítico e demonstrativo, uma vez que não pode se descolar de noções pré-teóricas para representar a realidade. É forte na medida em que essas mesmas noções pré-teóricas orientam o princípio de realidade de seu público, nele incluídos cientistas e filósofos quando retornam à vida cotidiana vindos de seus campos finitos de significação.

Não se defende aqui que a formação seja inútil ou desnecessária ao desempenho do jornalismo, mas apenas que, em sendo este uma técnica de produção de

conhecimento aparentada ao senso comum, alguém habilidoso pode aprendê-la de forma autodidata, se a isto dedicar algum esforço. Embora talvez não o faça tão bem quanto um jornalista formado nos bancos universitários, o repórter amador estará apto a desempenhar suas funções no papel que cabe ao webjornalismo participativo, que é menos o de competir com o jornalismo tradicional e mais o de complementá-lo com uma multiplicidade de pontos de vista sobre um mesmo fato, bem como por meio de uma atitude fiscalizadora. Tampouco defende-se que os jornais tenham se tornado inúteis. Não apenas porque a maioria dos blogs e webjornais participativos como o Wikinews continuam mais apontando para matérias de outros veículos do que produzindo reportagens originais (TRÄSEL, 2005), como porque nem todos os internautas se interessarão em fazer reportagens²³.

Após definir o jornalismo como técnica produtora de conhecimento, MEDITSCH (1997, *online*) afirma que esse estatuto implica maior exigência na formação profissional, sim, mas também maior fiscalização. Este controle, todavia, não seria feito apenas pelos próprios jornalistas:

A questão do conhecimento que o jornalismo produz e reproduz e de seus efeitos pode ser demasiado estratégica para a vida de uma sociedade para ser controlada exclusivamente pelos jornalistas como grupo profissional ou pelas organizações onde trabalham.

O webjornalismo participativo pode contribuir para tal fiscalização pela pluralização das visões sobre um mesmo acontecimento. A verdade, enquanto realidade pura, é inacessível ao ser humano, visto que um aparato sensorial faz a mediação entre o mundo e nossa mente. Assim, vemos os objetos como nós somos, tanto quanto como eles são (MATURANA e VARELA, 2001). Esta constatação demanda necessariamente um jornalismo de múltiplas perspectivas.

²³ Quanto a isso, Dominique Wolton pondera que “ninguém quer brincar de editor-chefe todas as manhãs”. Entrevista a Catherine Mallaval. **Libération**. 20/21 de março de 1999. Disponível em: <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9908/msg00118.html>

Um dos principais problemas do jornalismo identificados por MEDITSCH (1997, *online*) é a falta de transparência sobre seus próprios condicionantes, sobre os constrangimentos que levam o repórter ou veículo a adotar determinada perspectiva sobre um fato, e não outra:

A notícia é apresentada ao público como sendo a realidade e, mesmo que o público perceba que se trata apenas de uma versão da realidade, dificilmente terá acesso aos critérios de decisão que orientaram a equipe de jornalistas para construí-la, e muito menos ao que foi relegado e omitido por estes critérios, profissionais ou não.

Neste sentido, também, o webjornalismo participativo tem algo a contribuir. Sites como o Kuro5hin, CMI, OhmyNews e Wikinews apontam modelos pelos quais se pode tornar a produção de notícias mais transparente. Têm ainda o duplo papel de, junto aos blogs, fiscalizar a grande mídia, apontando os erros, distorções e limitações de seus produtos noticiosos. Fazem-no quando os criticam diretamente, mas também ao apresentar perspectivas diferenciadas sobre um mesmo acontecimento.

BRUNS (2005) defende justamente este aspecto do webjornalismo participativo. Em uma extensa pesquisa de estudos de caso, retoma a proposta de "notícias multiperspectivas" de Herbert Gans, inviável tecnologicamente na década de 1970, para mostrar que ela encontra sua concretização no ciberespaço, com a emergência do jornalismo participativo na Web. "...as notícias não são mais fixas e completas na hora da publicação, marcadas com o selo de qualidade profissional do jornalista ou *publisher* responsável, mas se mantêm abertas para adição e engajamento por parte dos usuários-produtores"²⁴ (p.53). Como resultado, as notícias se tornam dialógicas, uma conversação, não mais uma palestra do repórter (GILLMOR, 2004, p.XIII).

²⁴ "...news stories are no longer fixed and completed at the time of publication, stamped as it were with the originating journalist's or publisher's seal of professional approval, but remain open for addition and engagement by user-producers." Tradução livre.

Conclusão

O relatório *State of the news media 2006* aponta seis grandes tendências no jornalismo norte-americano, que podem indicar futuros desdobramentos no resto do mundo²⁵. Há mais veículos cobrindo menos assuntos, canalizando seus esforços às grandes questões nacionais e ignorando as locais, gerando monotonia no noticiário; os jornais metropolitanos de médio porte estão em dificuldades, tendo seu espaço tomado por jornais de bairro ou periódicos nacionais; os idealistas perderam a batalha para os contadores nas redações, ou seja, a qualidade foi deixada de lado em favor do lucro; a mídia tradicional começou a investir na inovação tecnológica; os "agregadores de notícias", como Google News e Yahoo!, estão investindo em conteúdo; e a questão econômica central do jornalismo continua a ser quanto tempo transcorrerá até que as operações *online* sejam tão lucrativas quanto as da velha mídia.

O que se pode inferir deste panorama é uma reorganização geral do modelo de produção de notícias, devida por um lado à pressão econômica (o rendimento aumentou entre 1% e 2% para os jornais impressos, enquanto cresceu 30% nos webjornais) e por outro à atuação de novos agentes no ciberespaço, que desviam tráfego e mesmo concorrem com as organizações jornalísticas. Embora possa ser em parte responsável pelas dificuldades da mídia, o webjornalismo participativo oferece soluções para algumas das questões levantadas no relatório.

Se o idealismo não tem mais lugar nos conglomerados midiáticos, é aceito de braços abertos na maior parte dos webjornais participativos. O CMI é o caso mais evidente de reportagem incentivada pelo desejo de servir ao interesse público — ainda que a execução possa ser muitas vezes equivocada (BRUNS, 2005). O Wikinews tem como objetivo se tornar uma fonte de notícias aberta, oferecendo material para veículos e grupos ao redor do mundo que não tenham recursos para contratar repórteres ou

²⁵ <http://stateofthemedias.org/2006/>.

assinar uma agência de notícias, e ao mesmo tempo praticar um jornalismo mais equilibrado, reunindo pontos de vista diversos²⁶. O OhmyNews, no contexto sul-coreano, também pode ser considerado um veículo alternativo à mídia conservadora e progressista (BRAMBILLA, 2006). Finalmente, não faltam blogueiros insatisfeitos com o noticiário tradicional que resolvem produzir suas próprias notícias, caso do já citado H2Otown. Para BRUNS, o idealismo é, com efeito, um dos principais motores do webjornalismo participativo (2005b, p.11).

O webjornalismo participativo é também uma resposta para a monotonia da cobertura na imprensa tradicional. Os veículos são obrigados a deslocar grande parte de suas equipes para os eventos políticos e econômicos centrais, deixando de lado assuntos locais de "menor importância". Sites como Wikinews, Kuro5hin, CMI e a miríade de blogs se prestam perfeitamente à ocupação destes espaços vazios, visto que contam com a colaboração voluntária de milhares de repórteres espalhados por todos os cantos. Por outro lado, sites como o VC Repórter e o OhmyNews mostram que a mídia tradicional está aprendendo a usar este exército de repórteres potenciais formado pelos navegadores da World Wide Web para cobrir os eventos aos quais não podem estar presentes.

Referências

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo *open source*: discussão e experimentação do OhmyNews International**. Porto Alegre: UFRGS, 2006. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, 2006.

BRECHT, Bertolt. **Teoria do Rádio**. In: MEDITSCH, Eduardo. *Teorias do rádio: textos e contextos*. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

BREED, Warren. **Controle social na redação: uma análise funcional**. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. Lisboa: Vega, 1993.

BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production**. Nova York: Peter Lang, 2005.

_____. **Wikinews: the next generation of alternative online news?** Proceedings - Association of Internet Researchers Conference 2005. Chicago, 2005b. Disponível em:

²⁶ <http://en.wikinews.org/wiki/Wikinews:Introduction>.

<http://eprints.qut.edu.au/archive/00002288/01/Wikinews.pdf>. Último acesso em: 15/3/2006.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**: uma releitura. São Paulo: Summus, 1986. FORD, Tamara V.; GIL, Genève. **A Internet radical**. In: DOWNING, John D. H. *Mídia radical*: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac, 2002.

GILLMOR, Dan. **We, the media**: grassroots journalism by the people, for the people. Sebastopol: O'Reilly, 2004.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres**: a reforma agrária no ar. São Paulo: Brasiliense, 1987.

MACHADO, Marcia; SOSTER, Demétrio. **A velocidade e a precisão em tempos de webjornalismo**. XII Compós - Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação, 2003, Recife. *Anais...* Recife, 2003.

MATURANA, Humberto; VARELA, Francisco. **A árvore do conhecimento**: as bases biológicas da compreensão humana. São Paulo: Palas Athena, 2001.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?**. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, 1997. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.html>. Último acesso em: 26/6/2006.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a escrita coletiva de notícias**. VIII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación - Alaic, 2006, São Leopoldo. *Anais...* São Leopoldo, 2006.

PRIMO, Alex; SMANIOTTO, Ana Maria. **A conversação na blogosfera**: um estudo da comunidade de blogs *insanus*. Intercom 2005 - XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: http://www.compos.org.br/e-compos/adm/documentos/abril2006_alex_ana.pdf. Último acesso em: 20/6/2006.

SOLOSKI, John. **O jornalismo e o profissionalismo**: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. Lisboa: Vega, 1993.

TRÄSEL, Marcelo. **Gatekeeping no jornalismo digital**. III Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo. Florianópolis, 2005. *Anais...* Florianópolis, 2005.

TUCHMAN, Gaye. **A objetividade como ritual estratégico**: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. Lisboa: Vega, 1993.

Uma história de notícia

Marconi Oliveira da Silva ¹

Resumo: É um estudo que analisa a história de uma criança/notícia que escalava prédios para roubar e que, por isso, foi presa várias vezes e realizou inúmeras fugas das instituições de ressocialização. Durante 9 anos, jornais, rádios e televisões alimentaram as fantasias dos leitores com as peripécias de Tiago João da Silva até a sua morte por assassinato. A notícia só é cerrada com a eliminação do que foi denominado *menino-aranha*. O estudo é dividido em três partes: I - A notícia se relaciona com as violações do mundo institucional. O mundo objetivo é o mundo institucional. A história de cada indivíduo está intimamente ligada às instituições; II - É a história de Tiago João da Silva que é rematada com sua morte e enterro solitário; III - Apresentação de quatro hipóteses ou pressupostos para tentar explicar a importância dessa narrativa jornalística.

Palavras-chave: Instituições – Notícia — Criança – Abstração – Realidade.

I

Não desprezando as teorias e conceitos em moda sobre valores-notícia e critérios de noticiabilidade dos fatos, o jornalismo existe para narrar as violações do mundo institucional. Na narrativa jornalística estão implícitos e quase sempre explícitos todos os elementos *interativos* e *iterativos* dos fatos institucionais, assim como os *atos de fala*, os *personagens* e os *objetos* que os compõem. O jornalismo, no entanto, no momento mesmo em que realça a transgressão no mundo institucional objetivo, reforça e corrobora seus valores e sua aparente estabilidade. Em outros termos, o jornalismo está sempre reproduzindo discursivamente as estruturas e formas de controle social inerentes às instituições sob o aspecto da desagregação de indivíduos do convívio social.

Arnold Gehler (1984:97-101) lembra que na criação de instituições são estabelecidas relações mútuas e formas de comportamento tipificadas ou figuradas que

¹ Mestre em Filosofia e Doutor em Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco. Professor Adjunto do Departamento de Comunicação Social / Jornalismo da UFPE. Autor do livro *O mundo dos fatos e a estrutura da linguagem – A notícia jornalística na perspectiva de Wittgenstein*. Edipucrs – Porto Alegre/RS, 1998.

estereotipam moldes para regimes legislativos, familiares e governamentais. Com isso, as instituições tornam possível a regulamentação e segurança recíproca do comportamento.

Diz ainda que cada cultura seleciona determinados comportamentos entre muitos e os

“erige em modelos de comportamento socialmente sancionados, que são compromissos para todos os membros do grupo. Esses modelos de comportamento, ou instituições, aliviam o indivíduo da sobrecarga de decisões e orientam-no através das impressões e estímulos que inundam seu ser aberto ao mundo. Esta é, pode-se dizer, a lei de nossa vida: estreitamento das possibilidades, mas apoio mútuo; desencargo para ter mais liberdade de movimentação, mas dentro de uma estrutura limitada.” (Gehler, 1984: 96)

Assim, o homem, como um ser *aberto para o mundo*, tem uma identidade e é livre ao se reconhecer dentro de um contexto e ao aceitar a ordem, a direção e a estabilidade das instituições. Mas como o homem é um ser instável entre a violência (Hobbes) e o *ethos* da reciprocidade, as instituições surgem, por um lado, como “empresas” com tarefas nas áreas vitais como alimentação e procriação que exigem colaboração constante e ordenada e, por outro lado, apresentam-se como forças e formas estabilizadoras de decisões e comportamentos futuros. Esse desencargo aumenta a produtividade da ação e do convívio humano, pois instituições, como o casamento, a família, o trabalho, o direito, as ciências, a escola, a igreja etc., trazem no seu interior formas de conduta que “causam um automático ‘já estar entendido’”. Gehler (1984:101) chega a dizer que “o homem não sabe o que ele é; por isso, não pode realizar-se de maneira direta, tem que deixar que as instituições o conduzam a si mesmo”. Assim, por um lado, os objetivos de vida do indivíduo são tratados coletivamente nessas instituições, e, por outro lado, os homens orientam seus sentimentos e atuações pela lógica das regulamentações institucionais evitando desgastes emocionais nas decisões básicas. Do nascimento à morte o sujeito é conduzido pelas instituições. Só o surgimento de uma disfunção ou inadequação entre indivíduos e instituições, dependendo

da maior ou menor extensão ou do grau de intensidade, provocará um fato institucional com possibilidade de tornar-se fato noticioso / jornalístico.

Dentro do que se concebe como *ethos das instituições* as autonomias dentro de esferas sem relação com o todo, enfraquece o sentido da existência individual, por que fora ou marginal do sentido superior dado pelas instituições, restando aos indivíduos, nesse contexto, voltar ao seio da esfera privada ou familiar onde deverá encontrar convívio de mútua tolerância. As instâncias culturais, segundo Gehler (1984:165), oferecem a esses indivíduos a satisfação de sua autoavaliação, como os jornais, as revistas, as emissoras de rádio de televisão que “realizam uma considerável mobilidade nessas esferas culturais em que o aspecto substitutivo e quase de paródia desse treinamento expressa bem o caráter desviado.” Enfim, o *ethos das instituições* significa “a submissão às limitações de toda ordem em que se refletem as leis das coisas, do mesmo modo que as experiências de sua colaboração e uso. Cada uma das virtudes de competência institucional deixa-se compreender a partir de seu objetivo.” Portanto, “o caminho para a dignidade aberto a cada um, seria deixar-se consumir pelas instituições: em suma: servir e dever.”

Os mecanismos e processos sociais produzem o sujeito que só pode ser compreendido dentro do contexto social em que foi formado. E sua relação com os outros se realiza não apenas entre um sujeito poder coexistir com um outro, porque o outro não reflete imediatamente suas próprias ações, mas também essa relação se efetua entre os outros e eu, entre eu e eu mesmo, como uma dobradiça, e a garantia disso é que pertencermos ao mesmo mundo. Na concepção de Merleau-Ponty (2003:124), pode se entender por instituição

“os acontecimentos de uma experiência dotada de dimensões duráveis, em relação à qual toda uma série de outras experiências terão sentido, formarão uma continuidade pensável ou

uma história, - ou ainda os acontecimentos que depositam em mim um sentido, não a título de sobrevivência e de resíduo, mas como apelo a uma continuidade, exigência de um futuro.

A continuidade e a historicidade fazem das instituições uma realidade objetiva. Isto é, elas possuem realidade própria que o indivíduo desde o nascimento se defronta como diante de um fato exterior e coercitivo. Esta realidade objetiva, como o casamento, escola, família, profissão, é um modelo impessoal e já existente ao qual todos devem se encaixar. Mesmos os desenvolvimentos humanos, digamos biológicos, tais como a puberdade, que são impregnados de conflitos, são mediados pelas instituições. Mesmo assim, podemos perceber dois fenômenos bastante distintos que são a *história pessoal* e a *história pública*. O jornalismo vai se posicionar entre esses dois modos de atividade e vai transformar os fatos que se destacaram na afirmação ou negação das condutas e realizações institucionais em notícias, reportagens e sentimentos.

A história pessoal de cada um de nós começa a delinear-se pela socialização que consiste em a criança aceitar o mundo como o seu mundo. Como isso se processa é explicado por Berger e Luckmann (2004:77-98) e que resumimos a seguir: Toda atividade humana que se torna hábito precede uma institucionalização, que por sua vez refletem tipificações que são partilhadas e acessíveis a todos os membros do grupo social. No passo seguinte cria-se uma historicidade e um controle de ações padronizadas previamente definidas de conduta. Nas fases iniciais de socialização a criança não distingue bem a objetividade dos fenômenos naturais e a objetividade dos fenômenos sociais. Como os pais, pelo menos teoricamente, já são socializados, eles aumentam essa objetividade na socialização dos filhos. No entanto, no decorrer da formação infantil, a nova geração pode recusar a socialização, então a saída é a sanção. “As crianças devem aprender a comportar-se e, uma vez que tenha aprendido, precisam ser mantidas na linha.” A partir daí, os

indivíduos executam ações separadas institucionalizadas no contexto de sua biografia / história pessoal. E qualquer desvio radical da ordem institucional toma caráter de um afastamento da realidade. “Este desvio pode ser designado como depravação moral, doença mental ou simplesmente ignorância crassa.” A alienação da realidade ou o afastamento do mundo objetivo institucional é o que vamos mostrar narrando a história de uma notícia chamada *menino-aranha*.

II

A história de Tiago João da Silva² é a história de uma notícia que inicia em 1997 e termina em 2005. É a história de uma criança que cria fama e ganha uma perífrase de *menino-aranha* por escalar edifícios para roubar. Torna-se famoso pelas inúmeras fugas que realizou das várias instituições de amparo à criança e adolescente. E assim, a cada ano, a cada mês esse itinerário se repetiu. Mas, ao completar 18 anos foi assassinado. No seu enterro estavam o seu pai, três assistentes sociais e quatro curiosos. *Menino-aranha* morreu como viveu:só.

1997 / 9 anos



² A história de Tiago está baseada nas notícias publicadas nos seguintes interesses: Jornal do Commercio: www.jc.com.br. Diário de Pernambuco: www.dpnet.com.br. Folha de Pernambuco: www.folha.pe.com.br.

³ A única imagem conhecida pelos leitores é esta silhueta sombria que tenta evocar o gesto de escalar prédios como um “menino-aranha”. (Foto: Beto Figueiroa / JC Imagem)

Tiago nasceu no dia 03 de dezembro de 1988. Portanto, tinha 9 anos quando em agosto de 1997, a polícia registrou sua primeira ação: escalou o edifício Ticiania, na Madalena, zona oeste do Recife, de onde levou dinheiro e celulares. Começou assim a saga de Tiago João da Silva. E vieram mais edifícios escalados e mais roubos no bairro de Piedade em Jaboatão dos Guararapes, Região Metropolitana do Recife. Nasceu, neste momento, a fama e a notoriedade do personagem *menino-aranha*. Ao completar 10 anos tentou roubar a casa de um militar, mas foi detido e levado ao Conselho Tutelar de onde fugiu no mesmo dia. No final de dezembro, a tentativa de roubar eletrodomésticos da casa de uma promotora de Justiça no bairro de Candeias em Jaboatão dos Guararapes, novamente foi preso e encaminhado ao abrigo da Fundação de Amparo a criança e adolescente (Fundac) na cidade Vitória de Santo Antão, zona da mata do Estado de Pernambuco. Após três dias preso, executou sua 5ª fuga do abrigo⁴, porém foi recapturado no mesmo dia. Sua vida já estava delineada por roubos, prisões e fugas. Até a morte.

1998 / 10 anos

No ano seguinte (1998), TJS, que é assim nomeado como exige o Estatuto da Criança e do Adolescente por ser menor de 18 anos, já é conhecido pelos pernambucanos como *menino-aranha*, continuou a escalar prédios (edifícios Sobrado de Boa Vigem, Ipê, Costa do Mar e outros) e a roubar os apartamentos. Preso foi levado agora para Diretoria da Polícia da Criança e do Adolescente (DPCA). Em algumas de suas ações estava acompanhado do irmão mais novo AJS, 10 anos, que não subia nos prédios e ficava aguardando embaixo. Quando foram presos, cheiravam cola de sapateiro e levavam R\$ 7

⁴ Como os jornais não noticiaram todas as suas fugas e prisões, a soma delas é imprecisa; o que importa aqui é ressaltar a total falta de controle das instituições sobre o garoto.

nos bolsos. Ficaram apenas 3 horas no Conselho Tutelar e fugiram. No final de dezembro, era o irmão mais velho MJS, 13 anos, que estava com ele quando foi, mais uma vez, preso.

TJS era franzino e conversava pouco. Respondia às perguntas balançando a cabeça e olhando em outra direção. Não pára de roer unha. O pai, o amolador Antônio da Silva, 54 anos, chorava quando fala do filho: “É muita humilhação. Só queria que um juiz prendesse ele e só deixasse sair com 18 anos”. Segundo o pai, TJS começou a dar trabalho após a morte da mãe, há sete anos. Já nas palavras do José Rufino, conselheiro tutelar, TJS quase sempre se comportava bem quando vinha para o Conselho Tutelar, mas às vezes ficava muito nervoso e já chegou a atirar pedras nas pessoas. Acrescentou que TJS estava gostando de ser notícia e se sentia um herói. Essa notoriedade aumentou depois que ele se especializou em fugir de abrigos e instituições destinadas à proteção de criança em situação de risco. O juiz Luiz Carlos temia “que tanta popularidade terminasse por decretar a sentença de morte desse garoto. Alguma medida precisava ser tomada, antes que ele aparecesse morto em algum terreno baldio.” No entanto, o juiz Bartolomeu Bueno tinha uma posição diferente quando sentenciava: “Esse *menino-aranha* não pode ser considerado inimputável. Ele tem potencial de periculosidade real e subjetivo que precisa ser considerado.” A promotora Laíse Queiroz apareceu com uma terceira posição sobre TJS, quando afirmava que o problema estava na ausência de políticas preventivas que conseguissem evitar realidades tão cruéis como a do menino-aranha. “A sociedade falhou por não ter conseguido garantir a esta criança condições mínimas de sobrevivência. Esse garoto foi adotado pelas ruas e seus atos são consequência desse abandono.”

Em todos esses anos, TJS quase não foi ouvido e nunca entrevistado pelos repórteres, mesmo assim algumas de suas declarações, dadas enquanto estava sob custódia do Estado, foram publicadas ainda em 1998. Na sua primeira declaração, TJS eliminou

qualquer dúvida quanto ao início de sua carreira e declarou que invade apartamentos desde os 9 anos. Todavia, a polícia não acreditou nisso e mandou fazer um exame da arcada dentária dele. TJS gostava de alardear suas façanhas e parecia sentir prazer com isso. Ele contava que no início era preso porque perdia a hora da invasão e os moradores já estavam acordando. “Geralmente subo nos prédios por volta das 4 horas da madrugada. Nesse horário, todo mundo está dormindo. Para subir no edifício uso o pára-raios e aproveito para entrar quando vejo uma janela aberta e, depois, saio pela porta da frente, descendo pelo elevador. Nessa hora, o porteiro está sempre cochilando. Acrescentou que tem coragem de matar, mas nunca matou ninguém. E deixou claro o que quer e qual a sua posição no mundo: Não quero sair das ruas, não quero parar de roubar e não quero estudar. Gosto de brinquedos e se pudesse ganhar um presente de natal queria uma bicicleta.

1999 / 11 anos

No início de janeiro TJS tentou roubar uma casa da Imbiribeira – bairro do Recife, mas foi preso e levado para o Batalhão Dias Cardoso, no bairro de San Martin, e no dia seguinte reconduzido para o Centro de Ressocialização Santa Luzia, no bairro da Iputinga. Ali, ele passou 11 meses e por ter demonstrado bom comportamento foi enviado, de volta, à sua família. Fugiu dias depois. TJS estava quase diariamente na mídia. Já havia comentário do tipo *só tem jeito matando*. O magistrado Eduardo Guilliod Maranhão moderava quando dizia que “ele ainda não tem condições de escolher o que é melhor para sua vida.” Por outro lado, a imprensa tentava ressaltar os sinais de recuperação de TJS em relação ao início da internação, como a participação no campeonato de natação, onde ganhou três medalhas. Recebia acompanhamento psicológico e costumava ir, de ônibus, a consultas médicas fora do centro, acompanhado apenas de um educador.

2000 / 12 anos

Agora (18 de janeiro) TJS voltou a freqüentar a Pracinha de Boa Viagem. Foi encontrado dormindo pelos moradores de rua, que chamaram a polícia. Ao seu lado, foi localizado um tubo de cola. Em setembro assaltou edifícios em Piedade e Casa Forte. E como sempre acontece, foi preso e deve “sofrer nova medida sócio-educativa”. Ficou no Casarão de Semi-Liberdade, no bairro da Várzea, onde deveria comparecer para dormir todas as noites, obrigatoriamente. Mas fugiu e estava desaparecido.

2001 / 13 anos

TJS ficou detido na Fundac na cidade de Abreu e Lima. Passou por um tratamento de desintoxicação no Centro Eulâmpio Cordeiro, no bairro do Cordeiro.

2002 / 14 anos

Quando saiu do Centro Eulâmpio Cordeiro, passou a viver nas ruas, dormindo em Peixinhos, Olinda, onde era alimentado por uma moradora. Foi preso quando tentava arrombar, com um canivete, um veículo para roubar o toca-fitas, no estacionamento do Conjunto Residencial João Paulo II, em Cajueiro, zona norte da capital. Com ele se encontrava um rapaz chamado “Pirro”, de maior idade. Novamente, foi recapturado quando se encontrava na garagem do Ed. Vivenda das Orquídeas, no bairro da Torre. TJS estava agora roubando residências e automóveis. “Parei de escalar prédios. Roubo, agora, apenas casas que costumo entrar à noite, quando as pessoas dormem. Muitas vezes entrei pelo basculante. Outras vezes passei pela varanda. Levava as bolsas para a sala e fugia sem ninguém me ver. Só fui preso dessa vez porque os seguranças viram a gente tentando tirar o toca-fitas. TJS contou ainda que deixou de cheirar cola e passou a fumar maconha. Diz que mora com o pai, mas de vez em quando vai para a rua porque em casa “é ruim”. Para Ivan Porto, presidente da Fundac, o problema de TJS é emocional. “Em outras oportunidades em

que ele esteve na Fundac foi submetido a um exame psiquiátrico e o especialista verificou graves problemas emocionais. Ele começou a assaltar depois que a mãe morreu e o pai alcoólatra não estaria sabendo cuidar dele. Enquanto o menino não tiver acompanhamento de um especialista não irá se recuperar.”

2003 / 15 anos

Carta de um leitor do Diário de Pernambuco: *O menino-aranha, face às suas proezas em escalar edifícios e praticar roubos, já integra o folclore da nossa cidade.[...] Esse entre e sai do DPCA faz parte do processo de ressocialização, ou é por conta de suas inúmeras fugas? Por que, então, não deixar esse garoto vinte e quatro horas sob guarda daquele órgão, para tentar soerguê-lo com um trabalho mais efetivo, já que pelos seus atos, ele demonstra ser um perigo para nossa sociedade.*(09.07.2003 - Luiz Guimarães Gomes de Sá)

2004 / 16 anos

(não encontramos nenhum registro nos jornais locais)

2005 / 17 anos



A invasão de quatro apartamentos em edifício no bairro de Boa Viagem fez a polícia acreditar que o autor seria o *menino-aranha*, já que ele fugiu no início de maio da

⁵ Tiago João da Silva só teve sua foto publicada depois do dia 03 de dezembro de 2005 quando completou 18 anos, quinze dias antes de ser assassinado. (Foto: Andréa Rego Barros / Folha de Pernambuco)

Fundac que fica no bairro de Casa Amarela e por causa de denúncias anônimas que afirmavam ter visto o TJS no bairro de Prazeres, Jaboatão dos Guararapes, no grande Recife. Ressalve-se que até esse momento a polícia nem os jornais dispunham de foto do *menino-aranha*. Contudo, em meados de maio, ele foi encontrado embaixo da cama do quarto de serviço abraçado com um aparelho de DVD, do apartamento 402 de um edifício na beira-mar de Piedade. Ele tinha escalado e invadido o prédio por volta das 1h30 da madrugada. Preso, foi enviado para a delegacia da GPCA e depois encaminhado para a Fundac de onde fugiu aproveitando uma rebelião que aconteceu no final do mês de novembro, e foi se esconder na casa de uma tia. No limiar de completar 18 anos, entre 1 e 5 de dezembro, TJS escalou mais um edifício na zona sul do Recife. O delegado Luiz Andrey quis provar que o roubo se deu depois do dia 3 e sendo assim, já com 18 anos, Tiago João da Silva, cometeu não um ato infracional, mas um crime. O certo é que desta vez Tiago não foi preso. Dias depois, deu entrada, com duas perfurações de bala, no Hospital da Restauração (HR), o principal Pronto Socorro da região metropolitana do Recife, com o nome falso de Rafael da Silva. Tiago disse que teve uma desavença com traficantes da favela do Veloso, no bairro de Boa Viagem, e na troca de tiros foi baleado na mão direita e na barriga. Acrescentou que foi comprar pedras de crack quando foi baleado pelo traficante por causa de uma rixa. No dia 9 de dezembro, Tiago foi recapturado pela polícia no hospital e levado para GPCA. Depois foi apresentado à Vara da Infância e Juventude para ser encaminhado a Fundac no Cabo de Santo Agostinho, grande Recife.

18 de dezembro – Última fuga

Nove dias após ser capturado, vamos encontrar Tiago internado no setor de traumatologia do HR, enfermeira 601, para se submeter a uma cirurgia. A operação precisava ser autorizada por um responsável e a Fundac localizou o pai de Tiago. João

Antonio da Silva, o pai, foi levado ao HR para liberar a cirurgia, mas não pode decidir pelo filho porque chegou completamente bêbado ao hospital. Tiago estava achando que os médicos iam amputar a mão dele e não queria passar pela cirurgia da mão. O pai não teve condição nenhuma de ajudar o filho. O certo é que na noite do dia 18, um dos policiais da vigilância faltou e o outro, durante a madrugada, algemou Tiago na maca e foi ao banheiro. Quando voltou o paciente não estava mais lá. O agente deu por falta de Tiago à 0h30 do domingo, mas só registrou a fuga dele no plantão da delegacia de Santo Amaro, às 10h22. Foi a 39ª fuga de Tiago João da Silva e também a última. Às 3h foi visto numa gafeira. Às 4h30 o Plantão de Homicídios foi informado que havia um corpo com 14 perfurações de balas de pistolas calibre 380 e nove milímetros numa praça em Boa Viagem. Os tiros foram na cabeça, no tórax e nas mãos. Meninos de rua reconheceram o corpo como sendo de Tiago. A delegada Ivonete Silva, do Núcleo de Homicídios, contou que as características do assassinato sinalizavam a vontade de exterminá-lo. “Queriam acabar com a fama dele. Contamos seis tiros numa mão”, observou. Segundo testemunhas, no momento do crime, Tiago estava dormindo na praça junto com uma mulher (namorada?). Dois homens, em uma moto, teriam abordado-o e efetuado os disparos. O corpo de Tiago João da Silva foi levado às 7h para IML (Instituto de Medicina Legal) do Recife e foi identificado por uma assistente social da Fundac já que nenhum parente compareceu ao IML.

20 de dezembro / *Enterro solitário*

Tiago João da Silva, 18 anos, conhecido como menino-aranha, foi enterrado, ontem à tarde, numa cova rasa do Cemitério de Santo Amaro, na área central do Recife. Na morte, o mesmo abandono que teve na vida. Não houve velório, choro, reza e nem coroa de flores. Da família, apenas o pai, João Antônio da Silva, acompanhou o enterro. No cortejo solitário, recebeu abraços de alguns estranhos. Quando o caixão chegou ao cemitério, por

volta das 13h, abriu o visor e fechou rapidamente após olhar o rosto do filho. Um pouco antes, ainda no Instituto de Medicina Legal (IML), desabafou. “Estou aliviado. O meu filho agora está guardado. Antes, ele estava preso mas não estava guardado. Estou sossegado.”

(Jornal do Commercio – Caderno Cidades, p.3. 21.12.2005)

Um paletó azul vestia o corpo já sem vida de Tiago João da Silva, 18 anos. O anti-herói que escalou como uma aranha dezenas de prédios da Zona Sul do Recife desde a infância morreu como muita fama, mas sem qualquer admirador por perto. Na hora do seu enterro, ontem, no Cemitério de Santo Amaro, às 13h20, apenas o pai, o amolador de tesouras João Antônio da Silva, 62, três funcionários da Fundac, uma amiga e quatro curiosos que estavam no cemitério por acaso. [...] Tiago ou “Menino-aranha” foi capa de jornal, noticiário de televisão e muito comentado entre as rodas da classe média e alta, a quem tanto incomodou com suas escaladas, mas não teve nem velório. Mais ainda, não teve oração para encomendar o corpo ou mesmo uma plaquinha ou flores em cima da cova rasa, na qual foi enterrado. (Diário de Pernambuco – Caderno Vida Urbana, p.B10. 21.12.2005)



De forma bastante melancólica, Tiago foi enterrado ontem, por volta das 13h30, na quadra 36 do Cemitério de Santo Amaro. Apenas o pai dele, João Antônio da Silva, 62,

⁶ O pai, de chapéu, acompanha o solitário enterro do filho. (Foto: Miva Filho / Folha de Pernambuco)

três assistentes sociais da Fundac e quatro curiosos acompanharam o pequeno cortejo. Quando estava perto da cova, João Antônio abriu o caixão e colocou um pequeno ramallete de flores dentro dele. Bastante emocionadas, as assistentes sociais da Fundac acompanharam o sepultamento de longe. (Folha de Pernambuco, 21.12.2005)

Alguns comentários de leitores na Folha de Pernambuco Digital: *Stock* – Esse foi tarde demais, deixaram ele viver muito; *Luiz Carlos* – Graças a Deus. Já que a polícia não age, que assim seja o fim de todos os bandidos. Isso seria nossa redenção; *Mauro* – Já vai tarde. A diretora da Fundac que lamentou sua morte deveria ter levado ele para sua casa e adotado o bichinho; *Sérgio* – É uma alma sebosa a menos...Joga o corpo dessa peste no lixo e toca fogo; *Leonardo Chopp* – Ainda bem que morreu, menos um para atormentar a nossa vida.

II

O que levaria jornais, rádios e televisões manterem por longos 9 anos uma história de um menino que escalava prédios para roubar e fugia sempre quando preso? Tentarei levantar algumas hipóteses e pressupostos para chegar a uma compreensão melhor do fenômeno.

1º - Como se viu anteriormente, as instituições existem para que o homem possa servi-las e com isso construir sua própria identidade que o habilita, no mundo institucional, a coexistência com o outro. Ora, parece ter havido, no caso em análise, um indivíduo de nome Tiago, que recusou os valores apresentados pela família, principalmente depois da morte da mãe, e não encontrou guarida em outras instituições responsáveis pela sua educação. E o final trágico dessa história me faz supor que estamos convivendo e participando da degeneração do tecido social e até mesmo do apodrecimento das instituições do Estado. Logo, como um percurso inevitável, Tiago foi “adotado pelas ruas”,

isto é, apresenta a configuração de um indivíduo que optou pela ruptura adotando comportamento anti-social. Esse seu modo de ser é explicado por Searle (1995:96) como um “status” que não possui a função. O status de *menino-aranha* é puramente honorífico e carrega uma honra negativa. Esse status negativo da sua *história pessoal*, somado a ausência ou inexistência das instituições, realimentou o interesse do leitor até que uma das partes fosse eliminada.

2º - Tiago João da Silva, ou melhor, o *menino-aranha*, apareceu para a sociedade com um modo de ser totalmente diverso do que é esperado de uma criança. E o que se espera de uma criança? Merleau-Ponty, no curso *Filosofia e Linguagem* que deu na Sorbonne entre 1949-1952, (1990:97-118), traça um quadro da criança onde filósofos, pedagogos, historiadores e antropólogos apresentam suas teorias. Em resumo, é dito que a “criança é o que acreditamos que ela seja, o reflexo do que queremos que ela seja.” Ela aparece como nossa propriedade, continuação e encarregada de realizar nossas esperanças. A criança é livre, mas não tem o poder. A liberdade, portanto, não tem sentido para ela, pois nenhuma autonomia lhe é possível. Ora, Tiago, ao sair do ninho familiar, aparece assumindo uma liberdade por conta de um “poder” marginal que o afasta de ser a esperança do adulto. Outra questão colocada diz respeito à importância que tem a imagem especular para a criança. Merleau-Ponty (1990:101) explica o fascínio da imagem para a criança:

“A contemplação de sua imagem tem para a criança algo de fascinante. Ela experimenta o contraste entre a visão do seu corpo tal como é visto de fora, tal como o outro o vê, e a imagem que ela própria tem do corpo (o contraste entre eu como objeto e eu como consciência vivida.)

A recusa da socialização por parte de Tiago é compensada pela imagem especular de *menino-aranha* que escala altos prédios sem ser notado e que lhe traz fama e é objeto de

notícias. Mesmo sendo um menino franzino de 1,60m de altura, suas proezas lhe conferem uma estatura simbólica de herói ou anti-herói. Na sua imagem refletida nos jornais e televisão ele se reconhece e sente uma correspondência entre as mudanças observadas na sua aparência visual e na sua auto-estima. Em todo caso, diz Merleau-Ponty (1990:118): “A imagem especular permite à criança confirmar sua posição no mundo, sua “paixão de ser homem”, “essa loucura pela qual o homem se crê um homem”; ela limita e suprime na criança o elemento de superação de sua condição humana.” No entanto, na sua jornada até a morte Tiago foi uma criança segregada do mundo. Os poucos elos que o ligavam à família e à sociedade não lhe trouxeram apoio, apenas reafirmaram sua vida marginal. O pai, que é um elemento dos mais duráveis e dos mais fortes na vida de uma criança, podia ajudá-lo a posicionar-se no mundo, também falhou. Sua identificação com o pai não pode ser construída, já que a paternidade é um laço institucional criada pela vida comum. E Tiago não teve essa vida comum, nem João Antônio da Silva, por ser alcoólatra, foi capaz de lhe oferecer um caminho de uma realização humana. A ressonância da história de Tiago na emoção do leitor é muito grande, evoca na memória sentimentos relacionados à vida de cada um como pai ou como filho ou ambos.

3º -Seguindo o pensamento de Giambattista Vico (séc.18), expresso na obra *Princípios de (uma) ciência nova*, o homem cria as instituições e estas retroagem sobre o homem que as criou. Por conseguinte, só é possível conhecer as instituições conhecendo os homens e vice-versa. Em outros termos, as decisões dos homens são determinadas pelo sistema de instituições. O caráter das instituições do homem determina assim a sua atividade social. Os produtos conceituais não são resultados dos indivíduos, mas da sociedade como um todo. Assim, um sistema dado será fecundo não por episódios particulares, mas pelo conjunto dos fatos de uma determinada época histórica com seus

costumes, religiões, mitos e fábulas. Ora, adotando esses princípios de Vico, poderei dizer que a história pessoal de Tiago, na verdade, é a história das instituições que lhe dizem respeito: família, escola, proteção do Estado etc. Portanto, o leitor estaria interessado em saber que suas instituições fracassaram e não apresentaram sinais de recuperação porque os homens refletem a realidade degenerativa da sociedade e se acobertam sob um véu retórico. Mas, o dia-a-dia de violência e de desrespeito aos direitos mais elementares do homem empurra os leitores / cidadãos a adotarem posturas opostas de ethos como a pura e simples eliminação de bandidos. Esse comportamento é alimentado de forma indireta pela imprensa, pelo menos no caso específico da história de Tiago, quando em nove anos de cobertura, um mesmo texto é veiculado com pouquíssimas variações e nenhuma contextualização.

4º - Minha última constatação ou pressuposto é que a mídia apresentou e validou abstrações da história pessoal de Tiago, o que significou destruir a própria realidade. Em nenhum dos 45 textos pesquisados foi encontrado o que Adelmo Genro (1989:191) postula como “um equilíbrio entre a singularidade do fato, a particularidade que o contextualiza e, com base nessa relação, uma certa racionalidade intrínseca que estabelece seu significado universal.”.O próprio fato da criação da perífrase *menino-aranha* levou a abstração para o grau máximo de fantasia enfraquecendo e debilitando o raciocínio. E o espanto, diz Vico (§ 35) “é filho da ignorância; e quanto maior o efeito admirado, tanto mais, proporcionalmente, cresce o espanto.” Então, tudo fica na esfera dos sentidos e da emoção. Durante todos esses 9 anos, foi a história pessoal do *menino-aranha* e não de Tiago João da Silva que prendeu a atenção dos leitores e espectadores e ajudou a criar uma insensibilidade diante do sofrimento humano e a sugerir soluções fora dos limites da moral institucional. É

como bradou Sergio mais acima: *É uma alma sebosa a menos...Joga o corpo dessa peste no lixo e toca fogo.*

Referências bibliográficas

BERGER, Peter L. & LUCKMANN, Thomas. *A Construção social da realidade: Tratado de sociologia do conhecimento*. 24ª ed. Trad. Floriano de Sousa Fernandes. Petrópolis: Vozes, 2004.

GEHLER, Arnold. *Moral e Hipermoral – Uma Ética Pluralista*. Trad. Margit Martincic. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. 2ª ed. Porto Alegre:Ortiz, 1989.

MERLEAU-PONTY, Maurice. *Merleau-Ponty na Sorbonne: resumo de cursos: 1949-1952: Filosofia e Linguagem*. Trad. Constança Marcondes César. Campinas, SP: Papyrus,1990.

_____.*L’Institution La Passivité: Notes de cours au Collège de France (1954-1955)*. Paris: Éditions Belin, 2003.

SEARLE, John R. *The Construction of Social Reality*. New York: The Free Press edition, 1995.

SILVA, Marconi Oliveira da. *Mundo institucional e Jornalismo*. CD dos Anais do II Encontro Nacional da SBPjor. Salvador, 2004.

VICO, Giambattista. *Princípios de (uma) Ciência Nova: acerca da natureza comuns das nações*.3ª ed. Trad. Antonio Lázaro de Almeida Prado. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

Considerações sobre a redundância na expressão jornalismo investigativo

Maria Alice Lima Baroni ¹

Resumo: Quando nos colocamos a pensar sobre a expressão jornalismo investigativo, inevitavelmente, nos perguntamos se a prática jornalística, por si mesma, não pressupõe investigação, se todo jornalismo não é investigativo. Mas, se todo jornalismo é investigativo e pressupõe investigação, qual o motivo da existência do termo, qual a pertinência da redundância? Pretendemos, na verdade, abandonar o lugar do senso comum a partir da análise das múltiplas vozes de teóricos da comunicação e jornalistas que pensam essa questão ou exercem o ofício do jornalismo. Iremos, desse modo, realizar uma travessia, que se inicia pela pergunta: o que é jornalismo investigativo?

Palavras-chave: jornalismo investigativo, fato, informação, apuração, reportagem

Introdução

A expressão jornalismo investigativo, inevitavelmente, traz consigo a pergunta: o jornalismo não é investigativo? Sendo a resposta afirmativa, qual o porquê de o diferenciarmos em novas expressões como jornalismo investigativo, grande reportagem, jornalismo ativo. Pretendemos, portanto, ir ao longo do texto trilhando caminhos que nos levem a compreender o que é o jornalismo investigativo.

Nosso objetivo é abandonar o lugar do senso comum, tomando como ponto de partida a análise de múltiplas vozes de teóricos da comunicação e jornalistas, que pensam a questão ou exercem o ofício do jornalismo. Esperamos, por fim, ao contrário

¹ Mestranda em Comunicação Social, PUC-Rio. MBE, Master in Business Economics, Analista Internacional, UFRJ. Graduação em Comunicação Social. Habilitação em Jornalismo, UCB-DF.

de atingir o ponto final, alcançar um lugar de maior esclarecimento, mas, de modo algum, pretendemos encerrar o assunto. Lembrando a frase do jornalista Ricardo Noblat, para quem a “imaginação no jornalismo serve para que você tente enxergar além do óbvio. Para que você diga mais sem dizer demais,” (NOBLAT, 2005, p. 80) tentaremos buscar o que está além da redundância presente na expressão jornalismo investigativo.

Investigando o termo

Nos *Cadernos de Jornalismo*, da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), jornalistas como Carlos Castello Branco, Carlos Chagas, Hamilton Almeida Filho, Ronaldo Junqueira, Joel da Silveira, entre outros, discutiram o tema jornalismo investigativo. Para Chagas, (1990, p. 20) “desde Gutenberg, todo jornalismo é, ou deveria ser investigativo. (...). Mas, investigação não quer dizer apenas polícia, cadeia”.

Ronaldo Junqueira (1990, p. 26) entende que o “jornalismo investigativo da tradição americana foi traduzido no Brasil como jornalismo de escândalo”.

Outra é a versão de Joel da Silveira (1990, p. 28), pois para ele “no Brasil, precisamos muito do jornalismo investigativo, que é o que vai trazer à tona as verdadeiras versões dos episódios de nossa história que só foram contados pela elite, pelas classes dominantes”.

Para o jornalista Hamilton Almeida Filho,

O jornalismo saiu do investigativo para o serviço ou para a pseudo-análise. Porque o repórter investigativo faz tudo: investiga, dá o serviço e faz a análise. De 70 para cá, as universidades formaram um monte de jornalistas que, por falta de espaço, foram para as assessorias de imprensa. Então aumentou muito a oferta de notícia pronta na mesa do editor. Na verdade, hoje os jornais precisam muito mais de copidesques, de caras para fechar, do que de repórteres. (ALMEIDA FILHO, 1990, p. 23). .

Num enfoque político, Carlos Castello Branco vincula a investigação jornalística com o Estado democrático de Direito.

No regime capitalista quem não competir perde espaço. Mas o jornalismo investigativo só é possível em uma sociedade democrática. Em uma ditadura, seja socialista ou fascista, o jornalismo investigativo é rigorosamente impossível. O pressuposto do jornalismo investigativo é a liberdade de informação, de publicação e divulgação. Agora, não se pode confundir jornalismo investigativo com jornalismo denunciativo. Este jornalismo denunciativo coloca notícias com leviandade. (CASTELLO BRANCO, 1990, p. 15).

O jornalista Alberto Dines em *O Papel do Jornal: uma releitura* aponta que o jornalismo investigativo não é sensacionalismo ou jornalismo de escândalo. O jornalismo investigativo “relaciona-se com o jornalismo interpretativo ou analítico, pois, ao inquirir sobre as causas e origem dos fatos, busca também a ligação entre eles e oferece a explicação da sua ocorrência” (DINES, 1986, p. 92). A prática do jornalismo investigativo, entretanto, não obriga o jornalista a realizar uma denúncia. O repórter pode sim ter uma postura grave, “estudiosa e, sobretudo, responsável” (Idem, 1986, p. 92).

O leitor de hoje, segundo Alberto Dines, não quer apenas saber o que se passa, mas deseja estar dentro dos acontecimentos. Para isso, é necessário fazer o enquadramento da informação, que ocorre a partir dos seguintes elementos: “a dimensão comparada, a remissão ao passado, a interligação com outros fatos, a incorporação do fato a uma tendência e a projeção para o futuro” (DINES, 1986, p. 90). Essas características aproximam a reportagem investigativa de uma matéria interpretativa. A “boa reportagem”, para o jornalista, é a que apresenta duas perspectivas, uma pró e outra contra, com equidistância. Para ele, além desses imperativos, deve ter sido realizada com objetividade jornalística e ética profissional.

Segundo Nilson Lage, a base do melhor jornalismo está na pesquisa. Para o jornalista, “toda reportagem pressupõe investigação e interpretação” (LAGE, 2005, p.

134). Em *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*, o autor expõe o que compreende por jornalismo interpretativo e investigativo.

O jornalismo interpretativo consiste, grosso modo, para o autor, “em um tipo de informação em que se evidenciam conseqüências ou implicações dos dados” (LAGE, 2005, p. 136). Imprescindível em coberturas científicas e econômicas, também podendo ser utilizado em cobertura de temas políticos.

No entanto, Lage (2005, p. 138) compreende o jornalismo investigativo como uma “forma extremada de reportagem”. Nesse caso, é necessário tempo para a realização da investigação e também esforço por parte do repórter para o levantamento do tema. Geralmente, o repórter escolhe um assunto que o tenha deslumbrado. O jornalismo investigativo também pode ser compreendido “como um esforço para evidenciar misérias presentes ou passadas da sociedade, injustiças cometidas; contar como as coisas são ou foram ou como deveriam ser ou ter sido” (LAGE, 2005, p. 139).

A concepção de uma reportagem investigativa pode ser iniciada, segundo Nilson Lage, por fatos curiosos ou inexplicáveis, por pistas dadas por informantes ou fontes regulares, a partir de leituras, notícias novas, ou mesmo, pela observação direta da realidade. O segundo passo é a realização de um estudo de viabilidade, que inclui os documentos disponíveis, as fontes acessíveis, os recursos, a disposição de tempo e os possíveis resultados. O terceiro passo é a familiarização do tema, com a realização da pesquisa e a consulta das fontes secundárias. O quarto passo é o plano de ação, com os custos, o método de arquivamento e o cruzamento de informações. O quinto passo é a realização do plano, com a escuta das fontes e a consulta aos documentos. O sexto passo é a reavaliação do material apurado e o preenchimento dos vazios de informação. As etapas seguintes são a avaliação final, a redação, a revisão, a publicação e o seguimento ou suíte da matéria.

Para nos ajudar a esclarecer a tensão que existe na expressão jornalismo investigativo, seguem as apreciações de experientes repórteres brasileiros a respeito do assunto. Segundo Dirceu Fernandes Lopes, três são os elementos que precisam existir em uma reportagem para ser considerada investigativa. Em primeiro lugar, o jornalista deve ter feito a investigação. A informação não pode ter sido elaborada por outras áreas, como a polícia ou as assessorias de imprensa. Em segundo, a investigação deve versar sobre assunto de interesse público, ao invés de se restringir aos interesses de determinados setores. Por fim, deve existir um interesse de pessoas e/ou instituições em manter a informação oculta. Desse modo, o jornalismo investigativo “pode ser definido como a busca da verdade oculta ou mesmo como uma reportagem em profundidade” (LOPES, 2003, p. 12).

Para Raimundo Pereira, todo jornalismo pressupõe investigação. Segundo o jornalista, a prática jornalística em sua função de informar o público obriga o jornalista a transitar em todas as áreas do conhecimento, levando-o a pesquisar e investigar. Mas, considera um erro conceitual grave aproximar ou associar o jornalismo investigativo à polícia, como se o jornalismo de investigação se resumisse a saber se os suspeitos estão ou não a falar a verdade. O repórter necessita sim de condições para ir a campo, como tempo suficiente para conhecer e investigar o assunto e recursos para a realização do trabalho. O jornalismo, assim, aproxima-se da ciência, segundo Raimundo Pereira.

Com o intuito de alcançar a verdade dos fatos, Percival de Souza, diz que é a partir dos fragmentos, das pistas, que o jornalismo investigativo vai fazer o seu papel de construir, tecer, encontrar conexões, interpretar para poder produzir o enredo. Em suas palavras, “Investigação é usar a cabeça para descobrir. Você precisa saber conversar. Descobrir as pessoas e os lugares certos” (SOUZA, 2003, p. 44).

O ponto de partida da investigação pode ser algo insólito, que não pode ser perdido de vista ao longo do trabalho. Ocorre de o jornalismo investigativo desenvolver uma matéria, que passou a muitos despercebida. Segundo Percival de Souza, o jornalismo investigativo é a reunião de sorte, paciência e persistência. O jornalista também tem de saber convencer as pessoas a falar, pois, muitas vezes, é a partir do pronunciamento delas que se encontram documentos históricos de grande importância, “que não estavam, não estão e jamais estarão em qualquer arquivo do Estado” (SOUZA, 2003, p. 44).

Outro ponto de vista é o do jornalista José Arbex Jr., para quem não deveria existir o jornalismo investigativo, pois todo jornalismo deveria ser investigativo. Segundo o jornalista, a cisão cria um problema na concepção do jornalismo. Jornalismo investigativo, para José Arbex Jr., é uma deturpação produzida pela indústria cultural. Pois um jornalismo destituído de pesquisa, crítica e profundidade não deveria ser chamado de jornalismo. O que é chamado por muitos de investigativo, por pressupor jornalismo apurado, revelador do lado oculto da notícia, nada mais é para Arbex Jr. (2003, p. 62) que o “bom jornalismo” ou “jornalismo como deveria ser”.

O jornalista Bob Fernandes também não aceita a expressão jornalismo investigativo, por considerá-la um instrumento de marketing. Segundo Fernandes, a expressão é utilizada para distinguir um veículo de outros, para o destaque de profissionais; funcionando também como um “verniz de seriedade às reportagens” (CHRISTOFOLETTI, 2003, p. 74). Bob Fernandes defende que é preciso conhecer o universo em que se atua, sendo função do jornalismo investigar e apurar. “Para mim, jornalismo é jornalismo. Tem que investigar, comparar versões, pesquisar. Se não tiver isso, é outra coisa, passatempo, entretenimento. Acho pernóstico dizer Jornalismo Investigativo” (FERNANDES, 2003, p. 74).

Segundo o jornalista Antonio Carlos Fon, muitos textos na imprensa identificados como reportagens investigativas são, na verdade, textos oriundos de outros modos de se fazer jornalismo, de reportar a realidade. O jornalismo investigativo é muito raro. Presenciamos sim o jornalismo de denúncia, de dossiê, “de leitura de relatório de CPI” (FON, 2003, p. 86). O jornalismo investigativo surge do interesse do jornalista de ir em busca de uma visão holística a partir de um fato ou “fragmento de informação”.

A reportagem investigativa inicia-se com a produção da pauta. O jornalista deve buscar outras fontes e não as de sempre. É preciso sorte para apurar, para encontrar as fontes certas. O que diferencia o jornalismo investigativo de outras formas de se fazer jornalismo como, por exemplo, o jornalismo de denúncia e o “jornalismo de CPI” (FON, 2003, p. 86) é o processo de busca, de novas fontes e informações.

Fernando Rodrigues diz que o profissional que exerce o ofício do jornalismo investigativo deve reunir paciência, persistência, obstinação e organização. No entanto, o termo jornalismo investigativo soa para Rodrigues pleonástico, apesar de perceber que em nossos dias o jornalismo investigativo vem adquirindo um significado distinto. Reportagens investigativas são aquelas que demandam um esforço além do comumente realizado pelos repórteres. São reportagens que exigem tempo de apuração, que exigem a realização de muitas entrevistas, viagens, pesquisa, muita leitura. Reportagens que exigem “disposição por parte dos proprietários dos meios de comunicação para que o Jornalismo Investigativo tenha vez e voz” (MOREIRA, 2003, p. 106).

O jornalismo investigativo, segundo Mario Sérgio Conti, tem papel primordial em uma democracia. Mas o jornalismo investigativo não pode se reduzir a algo que se aproxime da polícia. No que diz respeito aos métodos de investigação, Conti não vê

nenhuma aproximação entre os métodos jornalísticos e os policiais. A investigação pode chegar ou não a uma coisa criminosa ou irregular.

O jornalista investigativo, para Mario Sérgio Conti, deve ser isento, desconfiado e trabalhador. A reportagem investigativa começa com a curiosidade do jornalista. A pauta surge da concordância do editor e com o repórter em realizar a matéria, em como produzi-la. Após isso, inicia-se o processo de “apuração, checagem; apuração e recheagem” (CONTI, 2003, p. 113). O jornalismo investigativo tece-se pela detalhada coleta de informações, demandando muita pesquisa, entrevistas, coleta de diários, cartas, fitas de áudio etc. A boa reportagem investigativa, segundo Conti, reúne curiosidade, boa coleta e fronteiras éticas. “A receita jamais ficaria completa sem um tempero indispensável: conferir, checar à exaustão a confiabilidade das fontes e das informações” (HASWANI, 2003, p. 114).

Para o jornalista Audálio Dantas, o jornalismo investigativo tem relação íntima com o desenvolvimento das sociedades. Pois, à medida que as relações políticas, econômicas e sociais se intensificam surge a necessidade de se discutir novos temas. Essa discussão vai ocorrer na mídia, através do jornalismo investigativo, que realiza o processo de construção da realidade social e leva à opinião pública o conhecimento do inexplicado.

O jornalismo investigativo, todavia, é confundido com o jornalismo de denúncia, que é aquele em que “o sujeito faz uma acusação e vai provar” (DANTAS, 2003, p. 118). Às vezes prova, mas, uma vez comprovada a denúncia, a investigação se encerra. O jornalismo investigativo, ao contrário, necessita transpor a denúncia, devido ao seu compromisso com a investigação exaustiva do assunto tratado. O resultado deve trazer à opinião pública informações confiáveis, que foram checadas e confirmadas.

Para Audálio Dantas, apesar de haver semelhanças entre a investigação policial e o jornalismo investigativo, este não pode ser confundido com aquele, mesmo que o jornalismo de investigação esteja tratando de assunto policial.

Ouvir os acusados é também muito importante no Jornalismo Investigativo. Mas uma matéria investigativa que começa ouvindo um acusado, logo no início da apuração, corre o risco de ‘morrer no vertedouro’, uma vez que fontes acusadas podem se articular para dar respostas a tudo, ou mesmo cercar outras fontes paralelas (HERACLITO, 2003, p. 128).

Dantas aponta que uma reportagem, para ser realizada com rigor profissional, requer tempo. Se a necessidade não for respeitada, não é jornalismo investigativo, ou mesmo, jornalismo realizado com seriedade ética.

A prática do Jornalismo Investigativo não é para qualquer profissional e nem qualquer meio de comunicação. O profissional tem que ter alguns anos de experiência e muito fôlego. Já o meio tem que ter amparo de seus dirigentes em todos os níveis, principalmente para saber driblar possíveis sanções econômicas, como reflexo de matérias investigativas. (HERACLITO, 2003, p. 122).

A reportagem investigativa pode surgir de uma informação simples, corriqueira. Cabe ao repórter saber olhar o fato, desejar aprofundá-lo. O repórter, todavia, ao receber a informação, especialmente se tratando de uma denúncia, deve primeiro verificar se a fonte é legítima. Mas, é necessário abrir o leque, reunir o maior número possível de fontes, e, claro, ir fazendo a checagem da apuração. O repórter também deve trabalhar com fontes bem localizadas em relação ao objeto da investigação.

A essência da atividade jornalística, para Jamildo Melo, traduz-se no jornalismo investigativo. Para o jornalista, a atividade jornalística exige paciência, preparo e persistência, além de muita leitura e muito cuidado com o trato da informação. “O processo de apuração e levantamento dos dados revela a preocupação do jornalista em levar ao leitor matérias que, através do processo de checagem, não dêem nenhuma margem a contestação” (ALVES; QUEIROZ, 2003, p. 133).

Segundo Jamildo Melo, a base da reportagem investigativa é a pauta, que pode surgir de uma boa leitura, pesquisa, observações quotidianas ou a partir de conversas casuais. A reportagem investigativa não pode, para Melo, surgir de uma denúncia anônima, porque “para montar uma matéria, é preciso buscar comprovações, indícios, fatos e, para isso, é necessário um interlocutor” (MELO, 2003, p. 133). As fontes são de extrema importância no processo de construção da matéria investigativa.

É muito difícil conciliar o interesse jornalístico com os interesses comerciais dos meios de comunicação, no jornalismo investigativo. Sem a aprovação da empresa jornalística, nada pode ser realizado. “Não se faz jornalismo investigativo sem apoio editorial. Você às vezes é punido por fazer um bom jornalismo” (MELO, 2003, p. 135).

O jornalismo investigativo, segundo Willian Waack, se expressa pela capacidade do jornalista em revelar fatos cujos envolvidos desejam manter ocultos. Assim, o jornalismo investigativo surge do olhar do jornalista, de sua capacidade de análise.

A matéria investigativa surge de fatos do quotidiano, de uma conversa ou de uma nota de jornal. Pode surgir de uma denúncia, desde que o jornalista saiba quem a fez e quais são os seus interesses. Pois, as informações devem ser muito bem checadas com as fontes. “Toda boa matéria investigativa vai até um ponto em que um fato ou uma fonte estarão protegidos e o repórter precisa ter credibilidade suficiente para garantir a seriedade e a existência da fonte” (WAACK, 2003, p. 143).

De acordo com Waack, o jornalismo investigativo pode ser de dois tipos: calcada na História, em arquivos, ou em fatos vivos, que acontecem no momento da investigação. A reportagem investigativa não necessariamente deve trazer fatos novos ou revelar uma informação oculta. A matéria investigativa pode realizar o papel de aumentar o conhecimento dos cidadãos, de “ser capaz de retratar um microcosmo, revelando a partir do microcosmo uma realidade social muito mais ampla que contribui

para aumentar a contextualização e o conhecimento a respeito de determinados fatos” (WAACK, 2003, p. 152). Mas, o jornalismo investigativo não é investigação policial, apesar de aproximar-se da prática, em alguns momentos.

O grande empecilho para a produção de matérias investigativas no Brasil diz respeito aos custos. Não é conhecida a existência de matérias investigativas em departamentos de jornalismo das TVs estatais educativas e de rádios MEC estatais. Paradoxalmente, esse tipo de matéria é realizado por empresas privadas, que visam o lucro.

A inquietação é o que move o jornalista investigativo, diz Roberto Cabrini. Para o jornalista, o repórter deve fugir das primeiras aparências para se tornar um jornalista investigativo.

Em se tratando da expressão jornalismo investigativo, Cabrini questiona: não seria todo jornalismo investigativo? Não seria redundante a expressão? Não seria dever do jornalista desconfiar, checar as informações, ir além das fontes oficiais? O que vem sendo praticado no Brasil, todavia, é o jornalismo “chapa-branca” (CABRINI, 2003, p. 154), cujos profissionais podem ser divididos em três tipos: os preguiçosos, os ingênuos e os mal-intencionados.

Roberto Cabrini aponta que o jornalista deve checar todas as informações recebidas, pessoalmente ou por telefone, verificar a sua veracidade. Caso sejam de interesse público, pode ter início um bom trabalho.

Ao comparar a investigação policial à jornalística, Cabrini diz que o jornalista sai em vantagem em relação à polícia porque o jornalismo está inserido nos meios de comunicação de massa. Isso faz com que as pessoas se sintam motivadas a falar. Com o intuito de esclarecer os fatos, às vezes, revelam informações que deveriam estar em

segredo. Já a polícia, que se presta a prender e a punir, encontra maior resistência por parte das pessoas, apesar de possuir muito mais estrutura em sua rotina de trabalho.

Para o jornalista Caco Barcelos, o repórter investigativo deve reunir perseverança, garra e insistência. O repórter, ao contrário, não deve usar de sua credibilidade para persuadir a opinião pública. Barcelos destaca que o jornalismo investigativo é confundido com o jornalismo de “dossiê”. Neste, o jornalista recebe as informações, checa e publica. Esse processo não pode ser compreendido como jornalismo investigativo. Pode sim ocorrer de uma informação recebida se iniciar uma investigação. Mas, é preciso saber quem enviou as informações e quais são os seus interesses com a denúncia. Em se tratando de jornalismo investigativo e grande reportagem, Caco Barcelos aponta que as diferenças são irrelevantes.

A grande reportagem reúne curiosidade e investigação, independentemente da editoria. Quanto maior a curiosidade do repórter maior a possibilidade de encontrar algo interessante.

Segundo Caco Barcelos, os métodos utilizados pela investigação jornalística não se assemelham aos utilizados pela polícia. “Os métodos deveriam ser parecidos, eu queria que fossem. Mas o que acontece é que no Brasil, a polícia não investiga. Ela é muito mais adepta da brutalidade do que da investigação científica” (BARCELOS, 2003, p. 162).

A pauta pode surgir de denúncias feitas pela população, da observação pessoal ou do noticiário. Feita a pauta, a chefia de reportagem deve analisá-la decidindo ou não pela construção da notícia. Somente após esse processo tem início o trabalho do repórter.

Segundo Caco Barcelos, não há regras no jornalismo investigativo. Mas o repórter não deve interferir para gerar o acontecimento de um fato. Considera sim

legítimo que o repórter interfira no caso de um não acontecimento, de uma morte, por exemplo. Exatamente, por acreditar que o cidadão deva vir sempre antes do profissional.

A expressão jornalismo investigativo para Caco Barcelos não tem sentido. Pois, para o jornalista, o mote do jornalismo investigativo está na ação do repórter. Assim, Barcelos (2003, p. 162) prefere denominar esse modo de se fazer jornalismo de “Jornalismo Ativo”.

Não há como fazer jornalismo sem construir a notícia a partir do acontecimento. A reportagem ainda está no cerne da produção jornalística e sem investigação, não se faz uma reportagem, diz Mônica Teixeira.

Investigar é um dos fundamentos do jornalismo, um é inerente ao outro, não se separam nunca. A gente bota muitos nomes e sobrenomes em jornalismo, mas jornalismo é só jornalismo. Na minha opinião Jornalismo Investigativo é a grande reportagem (TEIXEIRA, 2003, p. 170).

Para a jornalista a “reportagem repleta de investigação tem pouco espaço e tempo na mídia”, devido à demanda por notícias a serem publicadas, segundos após o acontecimento do fato. “A rapidez acaba fazendo com que escapem das mãos do jornalista certos fundamentos básicos e tradicionais no exercício da atividade” (PERIAGO, 2003, p. 170).

Para se produzir uma boa matéria investigativa, de acordo com a jornalista Mônica Teixeira, não existe um ponto de partida. Mas, o jornalista precisa ter sensibilidade para perceber a discrepância no fato. Precisa inquietar-se com o acontecimento. A pauta deve ser técnica, objetiva e direcionada para o que é impertinente no fato. Deve servir como um elemento orientador e não limitador, para o repórter.

Segundo a jornalista Mônica Teixeira, a denúncia mata a novidade do fato, além de ser imbuída de segundas intenções de quem a fez. Devido a isso, Teixeira não se interessa por denúncias.

A jornalista aponta que o repórter deve buscar o novo, ter a capacidade de se “espantar com a história” (TEIXEIRA, 2003, p. 174). O profissional precisa de experiência, conhecimento acumulado, para ser capaz de discernir o relevante do trivial.

“O Jornalismo Investigativo tem que ser preciso, não pode haver lacunas que possam levar ao erro na informação” (PERIAGO, 2003, p. 176). Não pode ser confundido com o sensacionalismo, que incorre em imprecisão devido ao exagero. Não pode ser confundido com a investigação policial. Segundo a jornalista Mônica Teixeira, a reportagem investigativa deveria mostrar à opinião pública os caminhos percorridos pela investigação e não, simplesmente, os seus resultados.

Atualmente, de acordo com Agostinho Teixeira, existe uma tendência à homogeneidade no que é produzido e veiculado pela imprensa. O jornalismo investigativo nesse contexto aparece como um diferencial “na prática do jornalismo comum” (RÉGIS; OROSCO, 2003, p. 180).

O jornalismo investigativo, segundo Teixeira, requer observação, comprovação in loco, comprovação documental, paciência e postura ética. O jornalismo investigativo, todavia, não pode ser confundido com o jornalismo de denúncia. Este veicula informações vazias, sem fundamento, exatamente, o contrário do jornalismo investigativo, que é fundamentado em fatos concretos.

Considerações finais

Após termos percorrido grande número de apreciações a respeito do tema jornalismo investigativo, podemos traçar os pontos de coesão e oposição nos discursos apresentados. Como oposição, está a prática do jornalismo de escândalo, de denúncia, de dossiê ou de transcrição de relatórios de investigação de CPI. Ficou-nos também bastante claro o engano em associar o jornalismo investigativo à prática policial, apesar de em alguns momentos assemelharem-se. Traçar os pontos de coesão, todavia, requer um pouco mais de cuidado.

O que move o jornalismo investigativo é a inquietação, como disse Roberto Cabrini, pois uma investigação jamais terá o seu início se o repórter não se sentir desconfortável com o fato. É preciso ter a capacidade de se espantar com a história, como disse Mônica Teixeira. Pois, é da inquietação que se inicia a pesquisa. Inicia-se a busca por novas fontes, por documentos. Mas, é claro que a pesquisa apenas terá o seu início se o fato a ser investigado for de interesse público. No entanto, a produção de uma matéria investigativa requer tempo, dedicação, persistência, sorte, incentivo por parte da empresa jornalística, recursos financeiros, pois se assim não for, nada poderá ser realizado.

Segundo Willian Waack, o jornalismo investigativo não necessariamente precisa trazer a público informações não reveladas. O jornalismo investigativo pode, muito bem, exercer o papel de ampliar o conhecimento dos cidadãos, oferecendo à sociedade uma compreensão mais ampla de seu microcosmo.

Não podemos nos esquecer também do que disse Percival de Souza a respeito da reportagem investigativa. Percival de Souza, disse que é a partir dos fragmentos, das pistas, que o jornalismo investigativo vai fazer o seu papel de construir, tecer, encontrar conexões, interpretar para poder produzir o enredo. Assim, o jornalista precisa de experiência, conhecimento acumulado, para ser capaz de discernir o trivial do relevante.

A reportagem investigativa pode surgir da observação direta da realidade, do noticiário, de uma denúncia, de uma conversa despreziosa. A reportagem investigativa, na verdade, pode surgir de qualquer acontecimento que interpele o jornalista a buscar esclarecimento, algo que não lhe pareça claro. A sensibilidade é primordial para o surgimento de uma matéria investigativa. Pois, se não houver sensibilidade não vai haver a presença desse modo bastante peculiar de olhar para o mundo. Modo que aponta desorganização quando tudo parece estar como sempre esteve.

Ao longo do texto, também podemos perceber que não há regras para a prática do jornalismo investigativo. Há sim sigilo, pois o silêncio é fundamental para o sucesso do trabalho do jornalista. Podemos perceber que o jornalismo investigativo apesar de ser considerado por muitos jornalistas redundante em sua expressão vem se diferenciando não, simplesmente, enquanto expressão, mas também como prática. Assim, o jornalismo investigativo delinea-se como um modo de se fazer jornalismo, um processo, que se inicia pela construção da pauta. Que se desenvolve a partir do tempo, indeterminado, se estamos falando de uma reportagem investigativa. Que escapa ao controle do jornalista, no mais das vezes, inserido na rotina produtiva.

Bibliografia

LOPES, Dirceu Fernandes; PROENÇA, José Luiz. (Org.). **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma releitura**. 8ª ed. São Paulo: Summus, 1986.

BRANCO, Carlos Castello. Jornalismo investigativo, só com democracia. **Cadernos de Jornalismo 1**, v.1, n.1, p. 14-15. 1990.

FILHO, Hamilton Almeida. O jornalismo vive a ressaca da ditadura. **Cadernos de Jornalismo** 1, v.1, n.1, p. 23-24. 1990.

SILVEIRA, Joel da. Jornal não é entretenimento, é informação. **Cadernos de Jornalismo** 1, v.1, n.1, p. 28-29. 1990.

JUNQUEIRA, Ronaldo. Imprensa cobre o Estado, não a sociedade. **Cadernos de Jornalismo** 1, v.1, n.1, p. 26-27. 1990.

CHAGAS, Carlos. Tecnologia serve à empresa, não à imprensa. **Cadernos de Jornalismo** 1, v.1, n.1, p. 20-21. 1990.

LOPES, D. F. Caminhos do jornalismo investigativo em busca da verdade oculta. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 09-26.

SIQUEIRA, N. V. de; SANTOS, R. M. R. Investigar faz parte do jornalismo. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 27-39.

ALMEIDA, E. Um peregrino paciente. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 41-52.

PADILHA, S. Uma visão além do pragmatismo. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 61-70.

CHRISTOFOLETTI, R. Olhos de Lince. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 71-81.

MERKX, A. Investigação comprometida com o interesse público. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 83-91.

ROVAI, R. Além da mesa do bar. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 93-101.

MOREIRA, S. O olho da sociedade. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 103-109.

HASWANI, M. Memória e descoberta. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 111-116.

HERACLITO, E. A busca da informação confiável. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 117-130.

ALVES, M. C; QUEIROZ, R. Entre o desafio e a coragem. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 131-139.

ASSIZ, A. L. R. de. Um país rico em boas histórias. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 141-152.

BIAZOTO, S. Exercício de psicologia e dedicação. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 153-159.

KONOPCZYK, S. Jornalismo ativo. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 161-167.

PERIAGO, F. R. Investigação é fundamento do jornalismo. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 169-177.

RÉGIS, L. V; OROSCO, S. P. Rádio também tem repórter investigativo. In: **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003, p. 179-191.

Chiquinha Gonzaga: transgressão, sucesso e memória; a relação entre a compositora e a teoria social do escândalo

Maristela Rocha ¹

Resumo: Tomando como referencial a obra *Media Scandals: Morality and Desire in the Popular Culture Marketplace*, editada por James Lull e Stephen Hinerman, defendemos que é o conjunto da atuação de Chiquinha Gonzaga, compositora, maestrina e pianista carioca (1847-1935), pioneira em vários aspectos, que a fez chegar ao século XXI, não só como a excelente compositora que é, mas também por sua personalidade ousada e contestadora, muito à frente da maior parte das mulheres de seu tempo. Propomos, nesse sentido, uma articulação entre as características teóricas essenciais enunciadas, principalmente, por Thompson no ensaio *Scandal and Social Theory* e a trajetória da compositora, evidenciando, a partir desse estudo de caso, que os escândalos midiáticos, que atingiram o apogeu no século XX, iniciaram-se no século XIX.

Palavras-chave: Transgressão, escândalo, mídia, sucesso, memória.

A história da humanidade é repleta de casos de escândalos na esfera política, social, cultural, religiosa, esportiva, e trazem sempre consigo uma forma de desconstrução e uma oportunidade para colocar em discussão as ideologias sociais vigentes. Podemos considerar o escândalo como a presença explícita de uma indignação causada por uma ação ou palavra indecorosa, uma ofensa, uma injúria ou, por que não, uma inadequação aos limites éticos e estéticos de seu tempo? O escândalo ocorre em diferentes setores sociais, e suas características variam de um contexto histórico social para outro, entretanto exige, sempre, ruptura e contestação.

¹ Mestre em Comunicação e Cultura pela ECO/ UFRJ, graduada em Comunicação Social pela UFJF. Coordenadora dos cursos de Comunicação Social e Cinema na Universidade Salgado de Oliveira, campus Juiz de Fora, e do Programa de Pesquisa em Comunicação.

As informações tendenciosas iniciaram-se no século XIX e continuam a alimentar a mídia. Bordieu se refere à espetacularização da mídia eletrônica. Ele aponta, sobretudo, o aumento do peso simbólico da televisão, bem como a concorrência, fatores que estimulam a busca do sensacional, do espetacular, do extraordinário só encontrado na contraposição às “normalidades” instituídas como tal. Levadas pela concorrência por fatias de mercado, as televisões recorrem, cada vez mais, aos velhos truques dos jornais sensacionalistas, conforme afirma Bordieu:

As notícias de variedades, têm por efeito produzir o vazio político, despolitizar e reduzir a vida do mundo à anedota e ao mexerico (que pode ser nacional ou planetário, com a vida das estrelas ou das famílias reais), fixando e prendendo a atenção em acontecimentos sem conseqüências políticas, que serão dramatizados para deles “tirar lições”, ou para os transformar em “problemas de sociedade”...²

Para Stephen Hinerman, em *(Don't) Leave me alone*, é virtualmente impossível discutir a natureza do estrelato na mídia, hoje, sem levar em consideração o escândalo e a mídia impressa. Os shows televisivos e os jornais sensacionalistas são penetrantes, sempre retratando a narrativa das estrelas como seus focos principais. Essas mídias exibem a vida privada das estrelas, suas aventuras públicas e os seus conflitos secretos.

A própria sociedade midiática impõe mutação dos mitos, ou seja, o tempo mítico não perdura perante a constante mutação do tempo cotidiano. Nesse sentido, não seria exagero de nossa parte considerar Chiquinha Gonzaga como uma estrela no tempo e espaço em que viveu. Poderíamos ainda considerá-la um mito. Segundo Mircea Eliade, todo mito é “cosmogônico” por enunciar uma nova situação que se torna um paradigma para o futuro.

Quando exemplificamos Chiquinha Gonzaga como mito, referimo-nos, em especial, ao que Joseph Campbell denomina de “mitologia sociológica”, que nos remete a uma sociedade em particular, com os mitos variando de um lugar para outro. Para Roland Barthes, tudo pode ser um mito:

² BORDIEU, P. (1997), p.124.

Cada objeto do mundo pode passar de uma existência fechada, muda, a um estado oral, aberto à apropriação da sociedade, pois nenhuma lei, natural ou não, pode impedir-nos de falar das coisas.³

Ainda segundo Roland Barthes, o mito não esconde nada, tem como função deformar, marcar presença. Barthes afirma que “a imprensa encarrega de demonstrar todos os dias que, a reserva dos significantes míticos é inesgotável”. Além disso, explica que “o mito não esconde nada e nada ostenta também: deforma; o mito não é nem uma mentira nem uma confissão: é uma inflexão”.⁴

Ainda que a sociedade carioca do tempo de Chiquinha Gonzaga se esforçasse por mostrar que a maestrina era um péssimo exemplo a ser seguido, quando as suas composições começaram a ser publicadas, causaram grande curiosidade por parte dos jovens pianistas, inclusive as moças, que queriam aprender as músicas de Chiquinha, ou seja, as músicas da moda.

Convencidos de que a ocorrência do escândalo envolve a transgressão de certos valores, normas ou códigos morais, conforme ressalta John B. Thompson, em *Media Scandals*, lembramos que a compositora, maestrina e instrumentista, realmente, transgrediu os valores da sociedade da segunda metade do século XIX. A boa conduta, a obediência ao pai e, posteriormente, a submissão ao marido, a religiosidade, as boas maneiras nas requintadas festas sociais eram os principais valores, sobretudo na camada social à qual a menina Francisca Edwiges obliquamente pertencia, apenas por mérito do pai, o responsável e honrado militar Basileu.

Percebemos, então, como a jovem senhora, Francisca Edwiges, rompeu com uma tradição familiar, que se iniciava com a mestiçagem, passando a freqüentar a boemia carioca ao lado de artistas, tornando-se a primeira pianista de choro e a pioneira no teatro musicado. Afinal, aos vinte e nove anos já se fizera, pela transgressão, uma mulher livre para ter

³ BARTHES, R. (1995), p. 105.

⁴ Id, p. 106

os relacionamentos amorosos que quisesse, embora isso fosse inadmissível para uma mulher “honrada”. É o que ressalta Michelle Zimbalist Rosaldo em *A mulher, a cultura e a sociedade: uma revisão teórica*:

Onde as atividades masculinas são justificadas e racionalizadas por uma classificação social, por um sistema de normas aprovando suas diversas atividades, as mulheres são classificadas em conjunto e seus objetivos específicos são ignorados. Do ponto de vista de um sistema social amplo, elas são vistas como desviadoras ou manipuladoras porque os sistemas de classificação social raramente concedem um lugar para seus interesses; elas não são publicamente compreendidas.⁵

Outra característica essencial para o escândalo é o conhecimento público do fato transgressor da norma, a denúncia, propriamente dita. Dessa forma, ele envolve o grau do conhecimento público de ações ou eventos, que deveriam ser secretos, privados. Cabendo, então, ao público não participante, o processo de tornar visível o fato.

Quanto a isso, a ativa participação de Chiquinha Gonzaga nos meios artísticos, boêmios, políticos e até policiais, numa cidade que não ultrapassava 400.000 habitantes, fazia dela uma figura pública exposta a toda espécie de comentários: de elogios na imprensa às focas cochichadas na rua do Ouvidor, sussurradas pelas famílias e difundidas pelos pasquins. As difamações tinham uma importante função moralizadora: que o seu comportamento não servisse de exemplo para outras mulheres.

João do Rio faz o seguinte comentário sobre a “má língua”:

o fenômeno interessante é que quanto mais notável é o sujeito, mais atacado e caluniado. O grande homem do Rio seria aquele de que toda gente, mesmo sem o conhecer, dissesse horrores. Ter talento, ter capacidade, agir, brilhar, mostrar uma figura impressionante, é aumentar a lista dos desafetos gratuitos, dos espíões de nossos gestos, dos pobres-diabos que, não podendo negar um esforço sério e superior, atiram-se, ferozmente, contra o bandido capaz de ser melhor. O mundo não muda, e afinal, ao menos nisso, o Rio parece Atenas que desterrava Aristides apenas por ele ser bom demais.⁶

A confirmação do escândalo requer, ainda, a investigação da veracidade dos fatos. Isto porque ele não somente pressupõe somente o conhecimento público do fato, mas a insatisfa-

⁵ ROSALDO, M. (1979), p.48.

⁶ RODRIGUES, A. (2000), p. 24.

ção pública diante do acontecido. Isto quer dizer que as pessoas têm que desaprovar a ação, sentirem-se chocadas, agredidas pelo evento.

Ainda segundo Thompson, o desagrado público não é o suficiente para o desenrolar do escândalo. É preciso que a insatisfação seja manifestada, expressa de alguma forma. O próprio postulado acerca do escândalo é constituído por dois aspectos: *os atos da transgressão* e a *resposta pública* sob diversas formas de expressão. Resumindo: sem respostas não há escândalo. Em conformidade com o postulado, Chiquinha Gonzaga foi, muitas vezes, ridicularizada através da chamada imprensa libertina com paródias e quadrinhas anônimas que circulavam oralmente pelas ruas. Atestando essas observações, usamos o registro da biógrafa Edinha Diniz:

No Rio de Janeiro de 1877 o nome de Chiquinha Gonzaga foi cantarolado em maldosas quadrinhas satíricas pelas ruas. Este era o preço que ela pagava por romper as normas sociais e perturbar o funcionamento da ordem social. (E.D., p.104)

Isso nos faz retornar à questão do escândalo, observando com Thompson que, quando a condenação destas ações compromete a reputação dos envolvidos, ele fica, ainda, mais caracterizado. Não existe, neste caso, a menor dúvida sobre o peso das condenações sociais na vida de Chiquinha Gonzaga, que teve o desprezo da família e sofreu constrangimentos de todo tipo por causa de sua conduta. A Francisca Edwiges, que freqüentava as festas da corte, transformara-se em Chiquinha Gonzaga e, depois, em Chica Polca, um percurso nítido de decadência escandalosa.

As conseqüências do escândalo são perigosas porque o indivíduo e sua problematização passam da esfera privada para a esfera pública, disseminando o fato em questão para toda a sociedade na qual o indivíduo está inserido. Um exemplo significativo foram os acontecimentos que envolveram Chiquinha por causa do contagiante maxixe, que desencadeou muita polêmica, como pudemos constatar. Segundo Dalva Lazoni, a Igreja fazia apelos contra a

dança e os ministros aproveitavam os sermões e as aulas de catecismo para alertar sobre os “perigos do maxixe”⁷:

- O maxixe não é uma dança de família. Ao contrário, deve ser evitada pelas meninas e meninos que querem crescer sadios e sem problemas mentais para o futuro. É uma dança que perverte.(D.L., p. 446)⁸

Além da repercussão brasileira, o maxixe foi o primeiro ritmo brasileiro a alcançar sucesso na Europa, em especial pelo trabalho dos dançarinos Gaby e Antonio Lopes de Almeida Dinis, o “Duque”. Dalva Lazaroni explica que, antes da reação negativa das bases eclesiásticas, o então Ministro da Guerra, Marechal Hermes da Fonseca, declarara o maxixe indigno de ser tocado pelas bandas militares de todo o Brasil e proibia que fosse executado em solenidades oficiais.

A interpretação do maxixe na Itália causou indignação no clero e até no Papa. Lazaroni registra que a Igreja romana publicou uma bula papal, condenando o maxixe ao inferno e amaldiçoando seus criadores:

Demônio, capeta, maxixe, mulher diabo, eram palavras que, quando ditas, vinham acompanhadas de sinais da cruz e mãos postas e erguidas aos céus.

O pobre coitado do cardeal Arcoverde, do Rio de Janeiro, foi convocado às pressas para dar maiores detalhes sobre o assunto que comprometia a família européia e colocava em risco a honra e os bons costumes mundiais.

De todas essas manifestações do clero, depois de longos debates, chegou-se a uma conclusão: o maxixe era maldito, devia ser excomungado. (D.L., p.452)⁹

A irreverência carioca deu à bula papal, como relata Edinha Diniz, “o tratamento habitual: a gozação”. Popularizou-se, então, uma quadrinha, com leve alteração do *Maxixe aristocrático* composto por Chiquinha, em 1904, para a revista *Cá e Lá* de Tito Martins e Bandeira de Gouvêa:

Se o Santo Padre soubesse
O gosto que o tango tem,
Viria do Vaticano

⁷ Referimo-nos a um estilo de dança brasileira que utiliza o ritmo binário da polca e do tango, ou seja, no maxixe há uma predominância da dança, da coreografia sobre a música. É caracterizado pelo caráter lascivo da dança, pela sincopação, pela vivacidade rítmica da música, pela influência dos elementos do batuque e pela utilização da gíria carioca, quando cantado. Apenas no final do século XIX as casas editoriais o consideraram um gênero musical, imprimindo as músicas com essa qualificação.

⁸ Essa frase é atribuída ao cardeal Arcoverde.

⁹ A mulher a que se refere a citação é a própria Chiquinha Gonzaga.

Dançar maxixe também. (E.D., p.203)

Dalva Lazaroni relata ainda que, logo após excomungar o maxixe, em 1914, o papa Pio X faleceu e a versão dada pelos cariocas foi a seguinte:

Pio Décimo morreu
por culpa da Zeferina
fez o papa maxixar
sem que fosse dançarino. (D.L., p.453)¹⁰

Segundo a museóloga e memorialista Cleusa de Souza Millan, na obra *A memória social de Chiquinha Gonzaga*, a compositora sofreu a ação da censura, em sua longa trajetória musical, de uma forma direta e de uma forma indireta. Na época da Revolta da Armada, por exemplo, quando a cidade do Rio de Janeiro foi bombardeada por navios revoltosos, ocasionando o estado de sítio, Chiquinha sofreu uma censura de forma direta. A cançoneta *Aperte o botão*, considerada ousada pelo governo Floriano Peixoto, foi apreendida, a edição inutilizada e a autora recebeu ordem de prisão. Entretanto, devido ao seu parentesco com pessoas ilustres, nada sofreu.

Cleusa de Souza Millan explica ainda que Chiquinha foi censurada indiretamente ao longo do final da década de 1910 e no início de 1920, quando a 2ª Delegacia Auxiliar da Polícia do Distrito Federal e a Comissão de Censura do Conservatório Musical de São Paulo censuraram parte dos textos de peças teatrais musicadas pela maestrina. A memorialista ressalta que, como as músicas se relacionavam, em cada cena, com os diálogos dos personagens censurados, é evidente que, também as músicas foram censuradas, sendo incorporadas mais tarde ao acervo do DIP, durante o Estado Novo:

Constam as seguintes peças teatrais musicadas por Chiquinha Gonzaga: *Juriti*, de Viriato Corrêa; *Estrela d'Alva*, de Mário Monteiro, e *Conspiração do amor*, de Avelino Andrade. Na Seção de Manuscritos da Fundação Biblioteca Nacional identificou-se mais uma peça musicada por Chiquinha Gonzaga, com texto censurado: *Nu e cru*, de Antonio Quintiliano.¹¹

86 Zeferina é a sensual mulata, personagem de Forrobodó.

¹¹ MILLAN, C. (2000), p. 128. Após a desativação do DIP, o acervo de peças censuradas fez parte do Ministério da Indústria e Comércio (MIC) que, então, doou-o ao Arquivo Nacional, onde está arrolado nas pastas SDA 021 (Peças Teatrais- Índice); SDA 022 (Peças Teatrais. 1) e SDA 022 A. (Peças Teatrais. 2.).

Na peça *Nu e cru*, foram censurados, por exemplo, muitos trechos do ato 1, como o Quadro 1, cena 1, no diálogo entre os personagens “coro dos chapéus”, “chapéu armado” e “chapéu de entradas”:

- “coro de chapéus” -
“Faladas chapeletas
Boas, boas chupetas”
- “chapéu armado” -
“Ora essa. Porque sou armado; ando sempre armado e a minha armadura nunca fica mole... é dura de virar”.
- “Chapéu de entradas”-
“Duvidas? Vou te apresentar dois companheiros nossos, os quais te farão ficar ainda mais mole do que já és.. Trata-se de uma comprida e de um curto. Ei-los (entram a “cartola e o “claque”) (...)”¹²

Por todas essas censuras e críticas sociais ao “desvio moral da filha”, os pais de Chiquinha sentiram-se muito humilhados; além disso, a filha de Francisca, Maria, teve seu noivado rompido porque o noivo não queria mais se envolver com a sua família difamada. Além das brigas do filho em defesa da mãe, que era alvo de mexericos populares, a afronta maior foi para o seu pai, o severo militar Basileu, que assim se referiu à filha:

Esta moça para mim está morta! Morta para todos nós da família Neves Gonzaga! Seu nome está proibido de ser pronunciado, sob qualquer hipótese, por qualquer membro de nossa família. Quem quiser ser meu inimigo é só mencionar o nome daquela... daquela... (D.L., p.256)

Os comentários maledicentes aumentavam na mesma proporção que o sucesso da compositora, e isto era considerado normal para a época porque, normalmente, “essas quadrinhas e a caricatura revelavam a contribuição do humor às questões públicas”, afirma Edinha Diniz, e:

O cidadão anônimo a enviava aos jornais, a enunciava publicamente, às vezes ganhava música e se divulgava mais, ou simplesmente a utilizava diretamente sobre o fato condenável, quando se tratava de um serviço público deficiente.(E.D., p.72)

Além da publicação de quadras nos jornais, no tempo dos assobios, as cartas anônimas agrediam, como os antigos pasquins. A “Chica Polca” foi vítima, várias vezes, dessas maledicentes formas de comunicação. Afinal, a fama, a irreverência e a produção musical de Chiquinha serviam de repúdio a muitas pessoas. Por isso, a independente compositora começou a receber cartas anônimas com ameaças à sua integridade física. Uma das muitas cartas que foram deixadas por baixo da porta de sua casa, terminava assim, segundo Dalva Lazaroni:

...A senhora representa o que há de mais nocivo na sociedade brasileira. É um perigo não só para as outras mulheres, mas também para to-

¹² Id. p. 131. Outros trechos censurados são encontrados na obra *A Memória social de Chiquinha Gonzaga*, p.131-7.

das as famílias de bem... um mau exemplo. E o que lhe é mais suave é a morte. (D.L., p.262)

A trajetória de vida da compositora, que transcorreu entre 1847 e 1935, possibilitou-lhe acompanhar o advento do fonógrafo, do disco, do rádio no Brasil. Também pôde acompanhar as inovações jornalísticas, sobretudo com Paulo Barreto, o João do Rio, um verdadeiro cronista da cidade do Rio de Janeiro de seu tempo. Acompanhou, da mesma forma, o início, propriamente dito, da imprensa feminina na corte, o *Jornal das Senhoras*, em 1852, e das articulações dos afro-brasileiros em jornais pioneiros, como foi o caso de *O Menelick*, em 1915.

O período que vigorou até 1850 significou o início, propriamente dito, da história da imprensa brasileira, embora a produção fosse ainda artesanal e com distribuição restrita sem qualquer caráter empresarial. Em 1844, os serviços de correios passavam a entregar a correspondência a domicílio e só na década de 1870 os jornais começavam a circular nos quiosques. Já a partir dos anos 1880, durante as campanhas abolicionistas e republicanas, surge uma imprensa mais sólida, associada a uma tipografia mais aparelhada, ao início da organização empresarial e ao trabalho assalariado. Chiquinha Gonzaga esteve presente nos meios jornalísticos, acompanhando toda essa trajetória.

No período da *Belle époque*, a grande imprensa continuava o seu processo de modernização. Transformava-se, gradativamente, numa empresa capitalista que visava ao lucro. A imprensa procurava adequar-se ao gosto de seus leitores, sem deixar de atender aos interesses das elites que a sustentavam, evidenciando a cordialidade da nação e confirmando o Estado paternalista. Entretanto, surgia a literatura social, em especial com Lima Barreto, colocando em discussão as condições do trabalho livre e a denúncia da prepotência escravocrata, ainda presente na mentalidade elitista do Brasil.

A informação jornalística passava a observar melhor a realidade, priorizando a coleta de informações por meio de entrevistas, chegando ao aprofundamento do contexto e, às vezes, da reconstituição histórica. A reportagem é priorizada agora, ao invés dos artigos, aumentan-

do a cobertura policial e iniciando a esportiva. Dessa forma, Paulo Barreto, o João do Rio, renovava o jornalismo carioca, evidenciando o que a modernização escondia e estabelecendo uma visão crítica da sociedade. Críticas que já vinham germinando desde o século anterior.

Essas últimas observações sobre o jornalismo têm o objetivo de ressaltar, não só o quanto as novas tecnologias geram novos produtos de consumo, mas também o quanto possibilitam o resgate da História da Cultura. Isso aconteceu também com o deslumbramento carioca perante o cinema. A pioneira Chiquinha Gonzaga assustou-se com o sucesso da sétima arte e sua concorrência com o teatro. Afinal, a popularização dos discos já obrigava o teatro a empreender mudanças. Tratavam-se de modificações que estavam angustiando a maestrina, no final de sua trajetória de vida.

No que se refere à imprensa libertina, essencialmente humorística, eram produzidas paródias que, uma vez impressas, circulavam pelas ruas. Da obra de Edinha Diniz retiramos essa paródia ao Navio Negreiro, de Castro Alves, relativa às estrangeiras, à prostituição e à preocupação com a saúde pública. A biógrafa encontrou-a nos arquivos de Chiquinha, numa publicação intitulada *Esculhambações*:

Ó deuses do paganismo,
VÊNUS E APOLO! – vocês
Digam-se se é priapismo¹³
Foder assim: que hediondez!
CLOTO! Por que não salpicas
Com a esporra de tuas cricas
Os caralhos sem tesão?
Putas! Sacanas! Donzelas
Que fodeis às furtadelas,
Vou pôr a porra em leilão!....

E a tolerância o seu lençol empresta
Pra cobrir tanta infâmia e putaria!
E deixa-o transformar nesta festa
Em *camisa de Vênus* noite e dia!

Madame CASTERA! Que coisa é essa?
Pois há tanta tristeza na alegria?
Musa! Acaba com isto.. e grita tanto
Que as fêmeas fujam, a trêmulas de espanto!

¹³ Gostaríamos, ainda, de recordar que Príapo é um personagem da mitologia grega que se esconde atrás dos arbustos da floresta para agarrar as ninfas que passam pelo bosque. No âmbito da Psicologia do século XX, denomina-se priapismo a doença psicológica que tem por característica comportamental a “tara” sexual.

Que vieram fazer na minha terra
As mulheres da Bélgica, da França,
Da Alemanha, da Itália, da Inglaterra,
Todas aqui, num colossal *avança...*
Mensajeiras da sífilis, que aterra
Pelo horror do contágio, além da herança,
Antes vos enforcásseis na toalha
Com que enxugais a esporra que se espalha!

Putaria fatal, que a porra esmaga!
Engalica de vez o cono imundo
Daquelas que a SUSANA mais afaga
Por meter a língua mais no fundo...
... Mas é infâmia demais! CHICA GONZAGA!
Faze dançar as almas do outro mundo...
DEIRO! Arranca o teu pendão colosso!
SUSANA! Fecha-o dentro do teu poço.(E.D., p.143-4)

“Madame Susana de Castera, citada ao lado de Chiquinha, era a personagem mundana mais famosa da cidade, quase uma instituição”, como explica a biógrafa Edinha Diniz. Com base nessa realidade, podemos dizer que esta paródia ao *Navio Negreiro* não tinha o intuito de ofender a maestrina. Nossa afirmação parece estar em conformidade com a concepção de Edinha Diniz que diz:

Assim como Susana personificava a prostituição, Chiquinha Gonzaga representava a dança. Numa fase em que a música é basicamente música de sala de visitas, e a dança é um grande ornamento da vida social, ninguém conhecia melhor que ela a fórmula do sucesso no gênero de dança de salão. Só ela era mesmo capaz de fazer “dançar as almas do outro mundo”.(E.D., p.145)

Entretanto, não poderíamos deixar de reafirmar que a popularidade de Chiquinha, até então, vinha acompanhada de uma vulgaridade sarcástica, evidenciando que a sua postura de vida colocava-a no nível social das prostitutas, das cocotes francesas. Como Susana de Castera que era admirada, desejada, mas também era proprietária de uma casa artística que explorava, além dos shows, a prostituição.

A intriga vem acompanhando, desde sempre, a trajetória da comunicação. Segundo Umberto Eco:

... O gossip, a intriga, a fofoca. Estamos de frente a este fenômeno universal pelo qual o objeto maior da imprensa de informação está se tornando o gossip. Este é um grande problema, ligado ao problema da de-

mocracia. Porque quando a primeira finalidade dos meios de comunicação se torna o gossip, vale dizer que uma sociedade está doente.¹⁴

Tantas intrigas foram acirrando o repúdio da família com relação à transgressora Chiquinha. O pai não a perdoou nem nos últimos momentos de vida. Por ocasião da sua morte, Chiquinha Gonzaga teve que acompanhar o cortejo à distância, esperando o sepultamento do pai do lado de fora do cemitério. Ela sentia, mais uma vez, o peso de suas atitudes irreverentes perante os costumes em voga. A própria família, indiretamente, deu um exemplo de condenação pública, mandando queimar as partituras da compositora e prender os moleques apregoadores.

Sabemos que a violência doméstica não acontecia apenas nas camadas mais pobres, que absorviam o interesse e o comportamento da elite. Muitas mulheres, como a própria Chiquinha Gonzaga, receberam punições, castigos a cada afrontamento ao pai ou ao marido. Por sinal, naquela época, desrespeitar o pai, o marido ou uma norma social vigente era praticamente a mesma coisa.

Chiquinha Gonzaga não foi a única, nem a primeira a se manifestar contra as contradições do seu tempo. Entretanto, a pianista foi além dessas possibilidades sociais e deixou na história brasileira o registro exemplar de muitas mulheres que, como ela, enfrentaram os costumes sociais em busca da realização de suas aspirações. Se elas não tiveram o talento artístico para se tornarem conhecidas, Chiquinha teve, e deixou seu testemunho de coragem na vida social e brilhantismo na carreira musical. Por ser uma figura pública e tendo legado uma vasta obra para a história da música brasileira, tornou-se um ícone, uma expressão do seu tempo e espaço.

Ela comunicou, com pertinência, através de suas atitudes escandalosas e de seu legado artístico, o que era capaz de realizar no tempo e espaço da sociedade carioca do século XIX. Confirmada essa proposição, podemos ressaltar que a escandalosa Chiquinha Gonzaga foi

¹⁴ ON LINE. Texto disponível na Internet. www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos

reveladora de muitos segredos que poderiam ter ficado guardados, numa época em que a mulher era, acima de tudo, uma dama do lar, seguidora da Igreja Católica e dos princípios morais vigentes.

Acreditamos que Chiquinha não tinha idéia da extensão de suas atitudes, que resultaram na posterior admiração por parte de tantas mulheres. Não podemos, então, afirmar, hoje, 159 anos após seu nascimento, que ela cumpriu todos os seus objetivos, tornando-se, por exemplo, precursora do feminismo no Brasil. Mas podemos, seguramente, afirmar que o seu espírito insatisfeito, revolucionário, sua coragem e perseverança, enfim, sua vida marcada pelo escândalo social foi essencial para sua entrada na história brasileira.

No que se refere à sua carreira musical, a respeitabilidade da obra da compositora vem mesmo pelo teatro, em especial pelo gênero teatro de costumes regionais; do ponto de vista social, a respeitabilidade de Chiquinha acontece apenas nos últimos 20 anos de vida, coincidentemente quando a maestrina apresentava comportamento mais adequado aos padrões vigentes: mais recatada e sempre acompanhada do pretense “filho” Joãozinho.

Encontramos, então, uma importante contradição na trajetória de vida da irreverente e transgressora maestrina. Pela primeira vez, ela cedia às regras sociais e preferia não tornar pública a sua vida íntima com um rapaz 36 anos mais jovem que ela. Chiquinha, certamente, já sabia do peso da condenação social dessa união. Tanto que os filhos, mais tarde, desconfiaram da filiação e instauraram verdadeiros inquéritos privados para averiguarem a quem pertenceria a possível “fortuna” de Chiquinha, deixando-a ainda mais amargurada. Entretanto, a compositora soube preservar sua privacidade com Joãozinho, com quem viveu até o fim da vida, às 18 horas do dia 28 de fevereiro de 1935.

O que acabamos de afirmar também é bem explicado por Thompson, observando-se que as conseqüências do escândalo envolvem a reafirmação do *status quo*, ou seja, são rituais de absolvição coletiva: momentos em que a sociedade se confronta com as transgressões dos

indivíduos e, trabalhando através de processos, denúncias e “desforras” acaba por reforçar as normas, convenções e instituições que constituem a ordem social.

Foi justamente o que aconteceu com Chiquinha Gonzaga. Talvez ela estivesse exausta de seus próprios envolvimento em episódios transgressores, mas o fato é que ela não se desvencilhou de seu relacionamento com Joãozinho, mas teve o recato de não evidenciá-lo perante a sociedade. Pela primeira vez, ela parecia ceder às imposições sociais.

Chiquinha Gonzaga escreveu cerca de 2000 músicas. Não podemos indicar o número preciso, porque nem todas foram catalogadas. Mais de 70 peças são destinadas ao teatro, entre burletas, operetas, comédias musicais e revistas, obras relevantes para a história desses gêneros no país. Os músicos dessa fase pioneira, como Chiquinha e Costa Júnior, tentaram adaptar sua formação semi-erudita ao gosto das camadas mais amplas da cidade.

Desde a morte de Chiquinha, muitos projetos musicais, espetáculos teatrais, programas radiofônicos e televisivos, muitas reportagens, homenagens, bem como as pesquisas da folclorista Mariza Lira, autora de *Chiquinha Gonzaga, grande compositora popular brasileira*, e do jornalista e biógrafo Geysa Boscoli, autor da obra *A pioneira Chiquinha Gonzaga*, vêm contribuindo para a divulgação da vida e da obra da compositora. Entretanto, há muito ainda a se falar sobre Chiquinha Gonzaga. Apesar de toda a celebração ocorrida na imprensa, a memória de Chiquinha Gonzaga não ocupa ainda um lugar adequado na memória coletiva do povo brasileiro.

Assim também registra a memorialista Cleusa de Souza Millan, que ressalta o antagonismo em que se situa a memória de Chiquinha Gonzaga nos dias atuais: *memória-conhecimento*, da elite, e *memória-desconhecimento*, do povo brasileiro:

A maioria desse povo guarda apenas da obra de Chiquinha Gonzaga músicas como “Ó Abre Alas”, “Atraente”, “Lua Branca”, “Forrobodó”, “Corta-Jaca”, “Casa de Caboclo” e mais alguns maxixes, polcas e valsas. Se alguém identifica em suas composições a característica musical brasileira da transição

dos séculos XIX e XX, é inevitável a confusão com a obra musical de Ernesto Nazareth, seu contemporâneo.¹⁵

A própria Academia musical deixa a desejar quanto ao estudo e a divulgação da sua obra, já que Chiquinha Gonzaga possui uma característica marcante que emerge dos estudos da música erudita e absorve elementos da música popular.

Em janeiro de 1999 estreou na Rede Globo de Televisão a minissérie *Chiquinha Gonzaga*, de Lauro César Muniz, com direção de Jayme Monjardim e trilha sonora de Marcus Viana, intensificando ainda mais a divulgação da vida e da obra da compositora. A série foi baseada, principalmente, no romance *Chiquinha Gonzaga: sofreu e chorei, tive muito amor*, de Dalva Lazaroni.

A produção televisiva é a maior responsável pela popularização da maestrina. A minissérie global evidenciou a imagem feminina de Chiquinha, bem como as suas transgressões sociais, em prol da trajetória profissional que tanto almejava. Entretanto, a obra adaptada romanceou demais a história em detrimento, por exemplo, da divulgação da obra musical da maior compositora brasileira, que se apresentava, na maioria das vezes, desvinculada do enredo.

Todos os trabalhos publicados sobre a compositora acabam por reforçar a força psicológica da compositora que rompeu com as normas fundadas no preconceito e na injustiça social, revelando, justamente, uma sociedade que justifica as atitudes masculinas e confirma a submissão das femininas. Por isso as mulheres que não acatavam as determinações sociais eram causadoras de escândalo. Eram diminuídas perante a grandeza, a superioridade masculina. No caso de Chiquinha, a história teve um cálculo diferente. O escândalo, aliado a uma importante obra, teve como resultado a repercussão da vida e da obra da maestrina.

¹⁵ MILLAN, C. (2000), p.171.

ALENCASTRO, Luiz Felipe de. Vida Privada e Ordem Privada no Império In: *História da vida privada no Brasil. Império: a corte e a modernidade nacional*. vol. 02. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. p.11 - 94.

ARAÚJO, Emanuel. A arte da sedução: sexualidade feminina na Colônia. In: *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2000. p. 45-77.

BARTHES, Roland. O mito, hoje In: *o poder do mito*. Manville Avalon (pesquisa e organização). Coleção O poder do poder, nº 29. São Paulo: Martin, Claret, 1995.

BORDIEU, Pierre. *Sobre a televisão. A influência do jornalismo. Os Jogos Olímpicos*. Trad. Maria Lúcia Machado. Jorge Zahar Editora : Rio de Janeiro, 1997.

Boletim da SBAT. ANNO II, MAIO 1925, NUM 11.

_____. ANNO II, MARÇO 1925, NUM. 9.

_____. ANNO IV, MAIO 1927, NUM 35.

_____. ANNO V, OUTUBRO 1928, NUM 52.

_____. ANNO VI, OUTUBRO 1929. O exemplar consultado na sede da SBAT não apresentava o número.

CAMPBELL, Joseph e MOYERS, Bill. O mito e o mundo moderno In: *O poder do mito*. Manville Avallon (pesquisa e organização). Coleção O poder do poder. São Paulo: Martin Claret, 1995.

COELHO, Maria Claudia Pereira. *A experiência da fama: individualismo e comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

CONNOR, Steven. *Cultura Pós-Moderna. Introdução às teorias do contemporâneo*. Trad. Adail Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Edições Loyola, 1993.

CUNHA, Maria C. P. *Ecos da folia: uma história social do carnaval carioca entre 1880 e 1920*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DINIZ, Edinha. *Chiquinha Gonzaga: crianças famosas*. São Paulo: Callis, 2000.

_____. *Chiquinha Gonzaga uma história de vida*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1991.

ECO, Umberto. Capturado em 29.10.97. ON LINE. Disponível na Internet.
<http://www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos /jd200798f.htm>

ELIADE, Mircea. A função dos mitos In: *O poder do mito*. Manville Avalon (pesquisa e organização). Coleção O poder do poder. São Paulo: Martin Claret, 1995.

FRASER, Nancy. Que é crítico na teoria crítica? O argumento de Habermas e o gênero. In: *Feminismo como crítica da modernidade*. Trad. Nathanael da Costa Caixeiro. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1987.

HARVEY David. A experiência do tempo e do espaço In *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 1993.

JORNAL O SÉCULO (1911). Publicação do Jornal do Brasil de domingo, 12 de novembro de 2000.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Trad. Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: EDUSC, 2001.

LAZARONI, Dalva. *Chiquinha Gonzaga. Sofri e chorei. Tive muito amor*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

LEITE, Miriam Moreira (org.). *A condição feminina no Rio de Janeiro. Século XIX: antologia de textos de viajantes estrangeiros*. São Paulo: Editora HUCITEC da Universidade de São Paulo, 1993.

LIRA, Mariza. *Chiquinha Gonzaga, grande compositora popular brasileira*. Rio de Janeiro: Funarte, 1997. p.125.

LOPEZ, Luiz Roberto. *Cultura Brasileira. De 1808 ao pré-modernismo*. Rio Grande do Sul: UFRGS, 1988.

LULL, James e HINERMAN, Stephen. *Media Scandals*. New York: Columbia University Press, 1997.

MARIZ, Vasco. *História da música no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

MAUAD, Ana Maria. Imagem e auto-imagem do Segundo Reinado In: *História da vida privada no Brasil. Império: a corte e a modernidade nacional*. Vol. 02. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. p. 181-231.

MILLAN, Cleusa de Souza. *A memória social de Chiquinha Gonzaga*. Rio de Janeiro: a autora, 2000.

MOTT, Maria Lúcia e MALUF, Marina. *Recônditos do mundo feminino*. História da vida privada no Brasil. Vol.03. São Paulo: Companhia, 1998. p. 368 – 421.

OLIVEIRA, Lucia Lippi. *Cultura urbana no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: uma cidade na história*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

PAIVA, Raquel e BARBALHO, Alexandre (orgs). *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus, 2005.

RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade. *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2000.

Rebeldes Brasileiros. Homens e mulheres que desafiaram o poder. Zumbi – Chiquinha Gonzaga. Fascículo n 1 da coleção Caros Amigos. Coordenador Pedagógico István Jancsó. São Paulo: Casa Amarela, 2000.

RODRIGUES, Antonio Edmilson Martins. *João do Rio: a cidade e o poeta – olhar de flâneur na belle époque tropical*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

ROSA, Mário. *A era do escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

ROSALDO, Michelle Zimbalist e LAMPHERE, Louise (coordenadoras). *A mulher, a cultura e a sociedade*. Trad. Cila Ankier e Rachel Gorenstein. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

SALIBA, Elias Thomé. A dimensão cômica da vida privada na República. In: *História da vida privada. República: da Belle Époque à era do rádio*. Organizador do volume Nicolau Sevcenko. São Paulo : Companhia das Letras, 1998.

SCHÜLER, Donaldo e GOETTEMS, Miriam Barcellos (orgs.) *Mito ontem e hoje*. Porto Alegre: UFRGS, 1990.

SEVCENKO, Nicolau (org.). A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio In: *História da vida privada no Brasil*. Vol. 03, págs 513 a 619. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Trad. Grupo de estudos sobre Ideologia, comunicação e representações sociais da pós-graduação do Instituto de Psicologia da PUCRS. Petrópolis: Vozes, 1995.

_____. *O escândalo político. Poder e visibilidade na era a mídia*. Trad. Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002.

TINHORÃO, José Ramos. *História social da música popular brasileira*. São Paulo Editora 34, 1998.

_____. *Música popular: do gramofone ao rádio e TV*. São Paulo: Ática, 1981.

VASCONCELOS, Ary. *Raízes da Música Popular Brasileira*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.

WEGUELLIN, João Marcos. Rio de Janeiro através dos jornais, 1888-1969. Capturado em 19.11.2000. ON LINE. Texto disponível na Internet. www.uol.com.br/rionosjornais/

A ficcionalização da realidade cotidiana da experiência factual do *New Journalism*

Maura Oliveira Martins ¹

Resumo: o presente artigo visa discutir acerca das estratégias textuais do *New Journalism*, vertente jornalística que, nos anos 60, promoveu a aproximação do texto documental do jornalismo a estratégias da literatura, motivando polêmicas ao concretizar um certo apagamento das fronteiras entre o real e o ficcional. Tendo em vista conceitos provenientes da Teoria dos Signos conceituada por Charles S. Peirce e a metáfora de polifonia desenvolvida por Mikhail Bakhtin, pretende-se compreender de que forma o *New Journalism* traz reconsiderações tanto ao que diz respeito dos preceitos e procedimentos jornalísticos quanto à possibilidade de uma multiplicidade de formas discursivas para realizar tal empreendimento.

Palavras-chave: *New Journalism*; semiótica; polifonia; fronteiras discursivas.

Ao começar os anos sessenta, um novo e curioso conceito, vivo o bastante para inflamar os egos, havia começado a invadir os confins da esfera profissional da reportagem. Esse descobrimento, a princípio modesto e humilde, poderíamos dizer, consistia em tornar possível um jornalismo que... pudesse ser lido igual a um conto (Wolfe, 1976, p. 18).

De forma quase singela, Tom Wolfe² assim relata o início do *New Journalism*, um dos mais conhecidos empreendimentos com pretensões de produzir relatos híbridos entre o jornalismo e a literatura. Surgido nos anos 60, o *New Journalism* logo mostrou que sempre iria passar longe da ingenuidade empregada por Wolfe em sua introdução. Oriundos de um contexto em que os movimentos de contracultura estavam em ebulição nos Estados Unidos – tais como a revolução sexual, os Panteras Negras, a geração *beatnik*, o movimento feminista da década de 70 e o movimento ambientalista – os Novos Jornalistas

¹ Jornalista formada pela UFSM (2001), Mestre em Ciências da Comunicação pela UNISINOS (2005). Atualmente, professora colaboradora da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

² Tom Wolfe pode ser considerado o porta-voz e teórico da vertente, assim como um dos seus principais representantes. Ph.D. em estudos literários americanos pela Universidade de Yale, tem entre suas obras *O teste do ácido do refresco elétrico* (*The electric kool-aid acid test*), *Décadas*

tiveram a seu dispor uma das mais extraordinárias décadas na história da América no que diz respeito às mudanças nos costumes e éticas, nos modos de viver e nos cenários políticos. Puderam, assim, explorar em seus relatos o surgimento de grupos minoritários, o abandono das normas e todas as demais modificações que vieram a determinar o mundo no século XXI.

Restabelecem com seu estilo uma relação que sempre será de conflito entre literatura e jornalismo³. Sua configuração discursiva, portanto, esteve sempre vinculada a uma tentativa de transgressão ao jornalismo convencional que, em decorrência de diversos fatores como os prazos de entrega, a atualidade da notícia e a linha editorial do meio de comunicação, concretizava em sua prática uma tendência a reprimir os intuítos criativos do repórter. A experiência do *New Journalism* foi perpassada por uma espécie de sentimento de crise e frustração quanto aos valores e práticas do jornalismo tradicional, proporcionando assim o impulso para que certos jornalistas pudessem tentar estruturar novos estilos diferenciados de tratamento das notícias. Há aqui a reflexão sobre a relatividade do discurso jornalístico, entendido não como um processo natural, mas sim como um estilo culturalmente construído, conforme certos parâmetros e necessidades; sendo assim, legitimaria-se a busca de estilos diferenciados de relato factual não necessariamente mais adequados para essa tarefa, mas que observariam nuances talvez não inclusas na fala comum do jornalismo.

Novas técnicas narrativas – transgredindo as “convenções de Genebra do pensamento”

A experiência do *New Journalism* caracterizou-se por uma constante procura por novas configurações tanto de formato narrativo quanto de discurso – rompendo especialmente com os paradigmas do jornalismo, mas também com os

púrpuras (The purple decades) e Radical chic e o terror dos RPs (Radical chic & mau-mauing the flak catchers).

³ Não se considera o *New Journalism* como um marco inaugural no jornalismo literário, mas sim como um dos momentos (ou mesmo o principal evento histórico) em que este estilo discursivo esteve em destaque. Como explica Resende, “o jornalismo literário já era recurso utilizado nos primórdios da imprensa, mas, dessa vez, parecia acontecer uma retomada mais consciente e que deixava transparecer um confronto mais diário entre os dois campos” (2002, p. 28).

modelos já consagrados na literatura. Priorizavam uma imersão na realidade de suas personagens, a fim de captar mais recursos, para melhor enquadrá-las em suas novas formas de narração. Com o apuro de suas técnicas de captação, seria possível mesmo reproduzir monólogos interiores com exatidão – sendo essa técnica uma das principais críticas que o estilo sofreu em seu surgimento.

Imaginei que já era hora de que alguém violasse o que Orwell chamava de “as convenções de Genebra do pensamento”... um protocolo que havia encerrado o jornalismo e de forma mais geral a não-ficção em um tedioso cárcere durante tanto tempo. Descobri que coisas como os sinais de exclamação, as letras cursivas, as mudanças bruscas, as sínopes e os pontos contribuíam para criar a ilusão de que uma pessoa não só falava mas também de que uma pessoa pensava (Wolfe, 1976, p. 36)

A possibilidade de transgredir essas “convenções” passava por procedimentos comuns, seguidos com relativa frequência por todos os Novos Jornalistas – como a construção cena por cena; o diálogo realista como a forma mais completa de mostrar a fala do personagem ao leitor; a observação e o retrato de detalhes simbólicos dentro de uma cena, como costumes, gestos cotidianos, hábitos, estilo de comer, comportamentos, estilo de andar.

Ao focar esses novos procedimentos de tratamento da informação, Tom Wolfe chama a atenção para uma nova forma de *recorte* do real experimentado nessa vertente, ponto crucial a ser trabalhado em seu tipo de relato:

A relação de gestos cotidianos, hábitos, modos, costumes, estilos de mobília, de vestir, de decoração, estilos de viajar, de comer, de lidar com a casa, modos de comportamento com as crianças, empregados, superiores, inferiores, iguais, além das diversas aparências, olhares, passos, estilos de andar e outros detalhes simbólicos que podem existir no interior de uma cena. *Simbólicos do quê? Simbólicos, em termos gerais, do status de vida das pessoas, empregando este termo no sentido amplo do esquema completo de comportamento e bens através do qual as pessoas expressam sua posição no mundo (...)*. A relação de tais detalhes não é meramente um modo de adornar a prosa. Encontra-se tão perto do núcleo da força do realismo como qualquer outro procedimento da literatura (Wolfe, 1976, p. 52).

O que Wolfe chama de “detalhes simbólicos” talvez deva ser entendido, segundo a teoria semiótica desenvolvida por Charles S. Peirce, como detalhes

icônicos (visto que, no caso, são notações qualitativas, imediatas ou, em categorias peirceanas, de primeiridade) e indiciais (já que guardam uma fundamental relação de existência com seu objeto, sem o qual não existiriam) que tendem a evoluir à categoria simbólica, como forma de construir uma cenografia plausível e completa dos fatos em foco. Dessa forma, operam como elementos que funcionam quase como índices visuais retratados por palavras.

O interesse dessa vertente, como explicita Wolfe em sua fala, está em dar ênfase ao esmero na representação de detalhes (considerados determinantes nesse tipo de narrativa), que apresentam aqui duplo propósito: possuem função estética marcante, embora não sejam usadas simplesmente como um procedimento mecânico de preencher lacunas textuais (“não é meramente um modo de adornar a prosa”); por outro lado, apontam a um intuito de apresentar o objeto em si, sem mediações (o “núcleo da força do realismo”), propósito que é trabalhado pelo *New Journalism* através da exploração de um novo verossímil, que permite associar a exigência do real com todo tipo de jogos de linguagem, como a ironia e a jocosidade. Assim, tenta-se causar um efeito quase visual, possibilitando que o leitor esteja perto de enxergar as personagens e os cenários em que elas se inserem.

Mesmo as técnicas jornalísticas corriqueiras de captação de dados foram colocadas à prova pelos Novos Jornalistas. Truman Capote⁴ acreditava que a visão de um bloco ou de um gravador inibia qualquer tipo de franqueza e que as pessoas só se revelavam em conversas aparentemente casuais⁵. Embora nos interesse aqui o entendimento do *New Journalism* como texto midiático concreto, convém lembrar que suas modificações ultrapassavam as fronteiras discursivas para infiltrar-se nos próprios parâmetros de captação e tratamento da realidade.

⁴ Inicialmente conhecido como escritor de literatura, é considerado precursor do estilo pela publicação de *A Sangue Frio*, lançado em 1966 e anunciado como um romance de não ficção.

⁵ Durante o trabalho em *A Sangue Frio*, Capote e Nelle Harper Lee, sua auxiliar, separavam-se e registravam no papel o que haviam conseguido. Cada um escrevia sua versão das entrevistas feitas durante o dia; à noite, comparavam suas anotações, num método desgastante, mas, conforme acreditavam, mais produtivo (Clarke, 1993).

Gay Talese⁶ criticou o impacto das novas tecnologias de comunicação no exercício do jornalismo. Em entrevista recente, questiona as conseqüências de novos recursos de documentação dos fatos no jornalismo contemporâneo: “a reportagem se tornou muito tática, confiando em *e-mail*, telefones, gravações. Não é cara a cara. Quando eu era repórter, nunca usava o telefone. Queria ver o rosto das pessoas (...). Isso é muita tecnologia para o jornalismo. Não se anda na rua, não se pega o metrô ou um ônibus, um avião, não se vê, cara a cara, a pessoa com quem se está conversando” (Talese *apud* Dias, 2003, p. A23). Tais facilidades tecnológicas estimulariam uma conduta incompetente por parte dos jornalistas e motivariam o surgimento de fraudes. Em seu posicionamento, expressa-se uma idéia conservadora que, de certa forma, contrasta com as modificações propostas ao texto: é preciso, sim, inovar os métodos de descrição e interpretação dos fatos como forma de realizar uma aproximação mais completa ao real, mas tal objetivo só pode ser buscado através das mais antigas técnicas de captação.

Nota-se ainda a tentativa de rompimento com outro princípio básico da atividade jornalística, concernente à própria temporalidade da profissão e ao conceito de atualidade: para os Novos Jornalistas, seu tipo de relato demandava de um envolvimento com os fatos por prazos estendidos, desvinculando-se dos prazos do jornalismo diário. Explicita-se a busca por registrar o que não pode ser registrado, o inefável; trata-se, portanto, de assumir uma postura mais livre como jornalista, podendo documentar – e assumir – suas impressões pessoais (através de imaginações, abduções, abstrações, associações metafóricas) como interpretantes legítimos para a aproximação do fato. Marca-se ainda uma quebra do mito do repórter imparcial, insinuando que apenas a proximidade às personagens possibilitaria o conhecimento verdadeiro do fenômeno em seu contexto, que se revelaria através de relações de intimidade e cumplicidade com os entrevistados. O produtor do discurso passaria também a ser um dos participantes do evento –

⁶ Gay Talese é considerado pela crítica o Novo Jornalista de estilo mais sofisticado e elegante. Ex-repórter do jornal *The New York Times*, tem entre suas obras *A Mulher do Próximo* (*Thy Neighbor's Wife*), *O Reino e o Poder* (*The Kingdom and the Power*), *Aos Olhos da Multidão* (*Fame and Obscurity*) e *Honrados Mafiosos* (*Honor thy father*). Recentemente, a revista americana *Esquire*, numa edição comemorativa de 70 anos da publicação, considerou seu artigo *Frank Sinatra está resfriado* (*Frank Sinatra has a cold*, publicado em *Aos Olhos da Multidão*,

questionando assim os lugares convencionais da enunciação jornalística. Resende argumenta que esse manifesto contra a pretensão da imparcialidade tornaria o relato mais sincero.

O fato é comunicado com eficácia, e, no entanto, o repórter não tem que se fingir ausente ou imparcial, e nem o texto é, necessariamente, menos objetivo. O que esse tipo de texto certamente possibilita, pelo menos de forma mais transparente do que o texto jornalístico tradicional, que procura recalcar a figura do repórter, é uma maior transitoriedade – portanto um campo de significância mais amplo, que não permite uma análise unilateral do ato comunicativo (Resende, 2002, p. 76).

Aborda-se aqui a idéia jornalística da associação do texto objetivo ao repórter que busca concretizar um relato no qual seu ponto de vista como autor não se expressa ou não é assumido. Com sua experiência, os Novos Jornalistas tentam provar que é possível organizar um texto verídico que ao mesmo tempo assumam a intervenção subjetiva que perpassa a construção de todo o tipo de discurso configurado por um indivíduo. Remete à argumentação proposta por Peirce (1868) ao reconhecer que o mundo se apresenta para nós como uma manifestação sêmica de nós mesmos e de algo externo; assim como o arco-íris é, ao mesmo tempo, a manifestação do sol e da chuva (*id*), percebemos os fenômenos simultaneamente como uma manifestação de nossa capacidade (para captá-los e interpretá-los) enquanto sujeitos intérpretes e como algo relativo ao mundo exterior, que existe independentemente de toda consideração. Nesse sentido, os escritores dessa vertente reconhecem em sua prática jornalística que essa característica duplamente mediada e direta de todo tipo de percepção dos objetos do mundo não impede que se possa relatá-los de forma objetiva.

O estilo trabalhado pelo *New Journalism* teve parte de sua força no uso da ironia – um artefato que possibilitava a constituição de um jogo discursivo sutilmente estruturado, no qual valores morais socialmente estabelecidos podiam ser expostos e transgredidos através da marcação da contrariedade entre a voz do autor e o sentido do que é dito. O uso do discurso de duplo sentido – que não se

reeditado no Brasil em 2004 sob o nome de *Fama e Anonimato*) – no qual constrói um perfil de Frank Sinatra sem entrevistá-lo – como a melhor história curta já contada.

refere apenas ao objeto identificado de modo imediato, mas também ao discurso objetificado ou representado, que se remete ao contexto do outro e que não está explícito nas palavras concretizadas na fala, como entende Bakhtin (1997/ 1929, p. 186) – foi um dos principais pontos explorados na experiência dos Novos Jornalistas. Como confirma Tom Wolfe, queriam “mostrar ao leitor *a vida real* – Venha aqui! Veja! Assim é como vivem as pessoas nesses dias! Essas são as coisas que fazem! – tendendo a isso de forma espontânea” (Wolfe, 1976, p. 53).

Na base da experiência do *New Journalism* encontra-se a busca de uma expressão das mais diferentes vozes sociais retratadas com semelhante ênfase. Mas como ocorre o engendramento dessas vozes no discurso concretizado por essa corrente jornalística? O entendimento dessa questão – que nos traz pistas sobre as formas em que o real será apresentado em sua narrativa – parece apontar à necessidade da recuperação dos conceitos de Bakhtin e suas reflexões sobre dialogismo e polifonia nos produtos culturais de sua época.

A dinâmica das diferentes vozes no discurso do *New Journalism*

Para Bakhtin, toda forma lingüística sempre se apresenta em contextos ideológicos precisos⁷, pois “na realidade, não são palavras o que pronunciamos, mas verdade ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis” (1995/ 1929, p. 95). A análise do material discursivo deveria passar, portanto, por uma atenção ao seu contexto cultural e histórico, assim como as condições ideológicas marcadas em seu texto concreto.

Para a análise de Bakhtin interessa o momento em que surge o diálogo: quando o discurso se materializa e se torna enunciado (sua unidade mínima) e ganha um autor, ainda que coletivo, inserido em contextos sociais que vão definir diferentes condições de interpretação. Sendo o enunciado a unidade do discurso privilegiada por Bakhtin, convém ressaltar que sua existência é situacional, pois

⁷ Em sua visão, o signo é entendido como o espaço de reflexão e refração no qual a luta de classes ocorre. Para Bakhtin, as palavras estão sempre carregadas de carga ideológica precisa, refletindo as condições sócio-econômicas que cercam a existência de seu enunciador na sociedade. Esse caráter ideológico de seu pensamento o faz postular que a consciência humana existe sempre enquanto fato social, marcado por relações de poder.

ocorre quando a fala se individualiza numa situação de emprego, entrando em contato com a realidade e com outros enunciados que o precedem ou sucedem e gerando necessariamente uma atividade responsiva do outro, mesmo que não imediata.

A metáfora do diálogo é adotada por Bakhtin para representar o funcionamento do universo da cultura, estabelecido como um sistema de enunciados e respectivas respostas. O conceito não remete a uma idéia de consenso ou entendimento, mas justamente a uma forma de englobar os confrontos e dissonâncias das relações humanas concretizados na esfera discursiva. A idéia contida nesse conceito é a de que todos os enunciados guardam algum tipo de relação dialógica entre si. Para Bakhtin, todos sabemos reconhecer essas faces dialógicas da fala no discurso cotidiano, na vida real. Para ele, “na prática cotidiana, ouvimos de modo muito sensível e sutil todas essas nuances nos discursos daqueles que nos rodeiam, nós mesmos trabalhamos muito bem com todas essas cores da nossa paleta verbal” (1997/ 1929, p. 202). Seu interesse, portanto, é o de sistematizar um conhecimento de domínio social e analisar sua ocorrência na fala literária.

Na aplicação empírica do conceito sobre a literatura, Bakhtin conclui que a obra do escritor russo Fiodor Dostoiévski seria a única a concretizar a sua idéia de polifonia, construindo situações humanas ricas em ângulos dialógicos: há sempre no mínimo duas vozes que dialogam na fala de cada personagem que povoa seus romances e contos. A concretização do diálogo em sua obra atende aos pressupostos do conceito, ou seja, não se refere apenas à interação de duas pessoas, mas a um discurso interior, no qual a voz do outro está presente de forma inseparável e aparentemente invisível do pensamento do sujeito. Para o pensador, nos romances de Dostoiévski “tudo se reduz ao diálogo, à contraposição dialógica enquanto centro. Tudo é meio, o diálogo é o fim (...). Duas vozes são o mínimo de vida, o mínimo de existência” (1997/ 1929, p. 257).

Assim, para Bakhtin, a questão central é entender de que modo a fala do autor se configura e revela através das falas das personagens nos tipos de discurso que emprega. No discurso literário convencional, a voz do autor é apresentada de forma simples: através da reunião de diferentes vozes, o autor organiza o texto de

forma a se apresentar como um fio condutor, como o dominador a quem as falas das personagens refletem e estão submetidas. A inovação de Dostoiévski é abrir mão desse paradigma da literatura e realizar exatamente o oposto disso, ou seja, deixar suas personagens falarem orientadas para diversos fins, por si próprias, apresentando-se não apenas como objetos do discurso do autor, mas como os sujeitos desse discurso diretamente proferido pelos seus próprios sujeitos – causando, por fim, um efeito de independência do autor. Em sua obra, Dostoiévski “deve ser visto como o orquestrador das vozes de personagens que estão a seu lado em completa liberdade, e capazes de discordar de seu criador e até de rebelar-se contra ele” (Stam, 1992, p. 36-37). Essa seria a razão maior de seus romances: dar espaço à multiplicidade de vozes sem que estejam interligadas por sua vontade e intuito finais, concretizando, afinal, a metáfora polifônica de Bakhtin.

Torna-se pertinente observar de que forma essa dinâmica de vozes ocorre no discurso do *New Journalism*, pois em sua experiência há o exercício da expressão da consciência das personagens – a fala do autor deveria aparecer no texto implicitamente (assim como normalmente ocorre no jornalismo), como um fio condutor que amarrasse as falas sem afetá-las ou alterá-las, para que o leitor pudesse tirar suas próprias conclusões de forma mais autônoma. Para Joe David Bellamy, em seu texto “Wolfe nunca nos diz exatamente no que acreditar; em vez disso, nos mostra exemplos da boa e (com mais frequência) má conduta. Sempre apresentou estas perspectivas humanísticas e morais em seus temas” (*apud* Wolfe, 1989, p. 12). A dissimulação do posicionamento moral do autor não significa, porém, a ausência de seu ponto de vista no relato. Porém, muitas vezes ele não se expressa no recorte feito nas falas das personagens, e sim em comentários sutilmente irônicos que costuram o texto e terminam por conduzir a história.

Em seus textos, Wolfe explora com constância o recurso do *skaz* – segundo Bakhtin (1997/ 1929), estilo bastante utilizado por Dostoiévski –, um tipo de narrativa em primeira pessoa em que a voz autoral simula a fala da personagem numa linguagem coloquial. Trata-se de um discurso bivocal que é introduzido precisamente em função da voz do outro: o autor do texto simula essa voz, socialmente determinada, portadora de certos pontos de vista, geralmente de um narrador de classes sociais mais baixas, que traz consigo o discurso popular. É

como se o autor entrasse na pele da personagem; mesmo com a aparentemente fusão entre as falas, há uma situação de conflito entre as duas vozes, que se expressa sob a forma da paródia, pois expressa “o emprego irônico e todo emprego ambíguo do discurso do outro (...), revestindo-a (*a afirmação de outro interlocutor*) de novo acento e acentuando-a a seu modo com expressões de dúvida, indignação, ironia, zombaria, deboche, etc” (*id.*, p. 195). Conforme argumenta, interessou-se pela “idéia de começar um artigo fazendo com que o leitor, através do narrador, falasse com os personagens e os xingasse” (Wolfe, 1976, p. 29). Assim, Wolfe tenta tomar a voz da classe que retrata, revestindo essa fala com uma ironia que muitas vezes é velada – necessitando uma chave (a experiência colateral⁸ com o contexto focado na história, ou mesmo o conhecimento do caráter atrevido e petulante do texto de Wolfe) para que o duplo sentido desse discurso seja captado.

Um exemplo desse recurso de estilo é observado na reportagem *Radical Chique* (publicada no livro *Radical Chique & O Terror dos RPs*), na qual Tom Wolfe retrata uma elite nova-iorquina do final dos anos 60, cuja moda intelectual em vigor era expressar o apoio a causas radicais emergentes do ambiente de contracultura dessa década. O movimento apoiado pela elite representada pelo milionário casal Leonard e Felicia Bernstein é o *Panteras Negras*, um dos mais violentos grupos de valorização da cultura afro-americana surgidos na sequência da luta pelos direitos civis dos negros. O ápice dessa relação é observado (e retratado por Wolfe, presente no evento) na festa oferecida pelo casal Bernstein

⁸ Proveniente da semiótica, o conceito de experiência colateral, segundo Peirce, “constitui o pré-requisito para conseguir qualquer idéia significada do signo. Por observação colateral, refiro-me à intimidade prévia com aquilo que o signo denota” (*apud* Santaella, 1995, p. 50). Trata-se de uma idéia fundamental para reconhecer a que gênero de discurso um texto está referindo. O exemplo trazido por Bergman (2004, p. 11) é esclarecedor: se uma pessoa A diz “George Bush é um idiota” para uma pessoa B, tal sentença só fará sentido se B possui alguma experiência com os objetos envolvidos. Se B não conhece George Bush, ou nunca conheceu um idiota, os signos escolhidos não atingirão seu propósito de comunicação – que só ocorrerá quando A referir a objetos dos quais B possui experiência. Da mesma forma, o conhecimento colateral dos objetos colocará limitações no entendimento desses signos: por exemplo, se B tiver alguma idéia sobre George Bush (que será, assim, seu objeto imediato nessa semiose), não poderá interpretar esse signo como “uma pessoa que chegou recentemente de Marte”. Assim, a experiência colateral comprova que a interpretação dos signos não é arbitrária; caso não haja qualquer familiaridade com a informação veiculada pelo signo, “o veículo desse tipo de informação não será, nesse contexto, denominado signo” (Peirce, 1975, p. 97).

em seu apartamento duplex na Park Avenue, na qual *socialites* e *Black Panthers* convivem tensamente e simulam uma aparente naturalidade cercada de razões hipócritas: o comportamento *radical chique*.

Nessa reportagem, o que se observa é a tentativa de apresentação das personagens através de algumas nuances expressas no registro cotidiano e fidedigno de suas falas. No seguinte trecho, Wolfe introduz a elite *radical chique* através de padrões notados em seus componentes e que denotam seu estilo de vida:

Custasse o que custasse, a pessoa devia sempre ter um endereço decente, uma decoração decente e empregados domésticos (...). Não há opção. A pessoa tem de ter empregados. Ter empregados se torna uma necessidade psicológica de tal ordem que há muitas mulheres na Sociedade hoje que reclamam, com toda a honestidade, da dificuldade de encontrar uma babá diarista para cobrir a folga da babá regular. Há a famosa Sra. C. – uma das viúvas mais ricas de Nova York, proprietária de um duplex de dez peças em Sutton Place, a parte mais fina de Sutton Place em oposição à parte que lembra Miami Beach, entenda-se, mas que por alguma razão é veneno para os empregados e onde não se consegue conservar nenhum, exceto diaristas, e constantemente se ouvem pessoas a lamentar: “De que adianta todo o dinheiro do mundo se voltamos para casa à noite e não tem ninguém para pendurar nosso casaco nem nos preparar um drinque?” *Há uma verdadeira angústia por trás desse comentário!*⁹ (Wolfe, 1997, p. 38-39).

Mesmo que as vozes falem soltas, há uma voz maior que se posiciona moralmente quanto a elas – um posicionamento do autor que se expressa nem sempre de modo explícito ou facilmente reconhecível. No caso observado, essa voz do autor opera como um fio condutor do texto, oferecendo, de modo sutil, formas de entendimento dessas personagens: no trecho final, Wolfe abre mão da voz das figuras retratadas (cujo ponto de vista era reproduzido em todo o parágrafo – como se Wolfe fosse ele mesmo um *radical chique*) para tomar novamente sua voz como autor-personagem no comentário irônico que sugere uma interpretação de ridículo e de comicidade no comportamento dessas pessoas.

Predomina em seu texto o discurso bivocal, visto por Bakhtin como o único tipo de discurso verdadeiramente dialógico, pois remete sempre a dois

⁹ Grifos nossos.

contextos, ao objeto (o que se diz) e ao discurso do outro (cujo diálogo vai determinar o que se diz). As vozes retratadas por Wolfe falam sempre em diálogo com vozes distintas, agindo por determinação do julgamento pré-reconhecido do outro. Essa preocupação com o discurso alheio aparece na própria observação das roupas usadas pelos convidados da festa de Lenny Bernstein, meticulosamente escolhidas para atingir o ideal *radical chique*:

Obviamente ninguém quer usar uma roupa frívola e pomposamente cara, como um vestido de festa de Gerard Pipart. Por outro lado ninguém quer chegar de pobretão, vestindo uma ridícula blusa de gola rulê e um jeans boca de sino comprados na rua Oito Oeste, como se fosse “*funk*” ou pertencesse ao “povão” (...). Felicia Bernstein parece compreender melhor as coisas. Olhem só Felicia. Está usando o pretinho mais despojado que se pode imaginar, sem o menor enfeite, exceto um colar de ouro simples. É perfeito. Digno mas sem nenhum simbolismo classista explícito (Wolfe, 1997, p. 15).

Dessa forma, as figuras da elite *radical chique* observadas na reportagem homônima agem constantemente por antecipada reação aos seus convivas – e a Wolfe interessa explicitar de que forma a crítica do outro está prevista na fala (e atos) de suas personagens. Sua voz é notavelmente distinta da voz de suas personagens, mas, mesmo contendo posicionamentos claros e nunca aparecendo em fusão com a voz de seus heróis, ela não impõe direcionamentos significativos ao discurso; após a leitura de tal reportagem, pode-se de fato tomar o sentido de ridículo como certo (esse parece ser o sentido predominante oferecido pelo texto), mas ainda assim é possível questionar a posição de Wolfe e a pertinência do retrato moral que aqui concretiza. As diferentes vozes presentes no texto podem ser entendidas ou julgadas de diversas formas, mesmo que haja o reconhecimento claro da opinião do autor; o interesse das obras do *New Journalism* parece ser, assim como já foi dito sobre Dostoiévski, em “forçar visões de mundo aparentemente incompatíveis a dirigirem-se umas às outras no espaço de um mesmo livro, resultando numa nova mistura de vozes, num novo diálogo” (Stam, 1992, p. 37). Esse novo diálogo é observado tanto entre as personagens enfocadas (pois o que se nota nos relatos dessa vertente é o constante encontro de grupos antes antagônicos, como alta sociedade e *Panteras Negras*, pornógrafos e

puritanos, celebridades e anônimos) quanto entre as personagens e a voz autoral que as apresenta.

Nos casos em que a voz do autor tem tom mais informativo que opinativo, o que se observa é o mesmo interesse em deixar que as personagens falem independentemente, sem a costura de um sentido unificador do discurso, de forma que o leitor possa interpretá-las de acordo com seu próprio julgamento. No livro-reportagem *A Sangue Frio*, de Truman Capote, um dos assassinos da história, Perry Smith, recorda sua infância:

Nossa, que frio! Papai e eu dormíamos abraçados, envoltos em cobertores e peles de urso. Antes que o sol raiasse, de manhã, eu arrumava café, biscoitos de mel, carne frita. Depois a gente ia cavar a vida. Teria sido bom, se eu não tivesse crescido. Quanto mais velho ficava, menos apreciava papai. Sabia tudo, por um lado, mas por outro não sabia nada. Papai não sabia nada de uma porção de coisas a meu respeito. Não compreendia um til. Como eu consegui tocar logo da primeira vez que peguei numa gaita. E guitarra também. Eu tinha um jeito enorme para música. Papai não reconhecia isso. Nem se importava. Eu gostava de ler. Melhorar meu vocabulário. Compunha canções. E desenhava também. Mas nunca me incentivara; nem ele, nem ninguém. Eu ficava acordado de noite, em parte tentando controlar minha bexiga, em parte porque não conseguia parar de pensar. Sempre que fazia muito frio, de não se poder respirar, eu pensava no Havai. Um filme que eu vi. Com a Dorothy Lamour. Lá é que eu queria ir. Onde fazia sol. E só se usa grama e flores (Capote, 1975/, p. 153).

Pode-se dizer que o retrato descrito no trecho em pouco parece com a apresentação de um assassino conforme costuma ocorrer no jornalismo convencional, que tende a gerar relatos maniqueístas no qual se recorta apenas traços indubitavelmente maus ou ambíguos do acusado. Mas não há aqui um entendimento correto a ser desenvolvido sobre Perry Smith: o que sua fala significa? Um índice do cinismo e da calculada dissimulação de uma mente meticulosa? Ou a evidência de que se tratava antes de uma vítima social do que realmente um culpado? Essas respostas não parecem estar contidas no texto, e sim no espaço a ser preenchido ativamente pelo leitor, que participa do relato como um “leitor-investigador” (Resende, 2002, p. 111), que coleta dados de sua própria experiência para completar o sentido da história.

Dessa forma, observa-se na experiência do *New Journalism* um esforço consensual para a concretização de um relato polifônico, no qual a dinâmica de vozes se realize de forma conflitante – entre as personagens, entre o autor e as personagens e, principalmente, entre o texto e seu público leitor – de modo a deixar vir à tona não uma síntese das idéias apresentadas, mas justamente a dissonância entre as diversas consciências que se cruzam nesse processo.

A desfronteirização dos limites do discurso na experiência do *New Journalism*

No final dos anos 70, com o fechamento do contexto histórico de contracultura ao qual se vinculava, o *New Journalism* perde boa parte de sua força. Não parecia mais tão interessante escrever sobre *hippies* nômades ou grupos que viviam em casamentos coletivos, se esses comportamentos já pareciam culturalmente assimilados pela sociedade à qual escreviam, dissolvido o impacto do choque inicial. Seu legado histórico está difundido nos espaços abertos aos relatos autorais, às experiências jornalísticas que rompem com os padrões da notícia normalmente reconhecidos tanto pela instância produtiva quanto pelo público leitor. O dilema levantado por essa vertente, porém, segue vivo, gerando discussões até hoje: quais seriam os limites do relato jornalístico? Até que ponto o exercício criativo do autor pode ser executado sem que se perca o vínculo com a primeira premissa do jornalismo, o compromisso com a verdade? E – questão, para nós, considerada mais interessante – será que os limites entre o jornalismo e a ficção são facilmente ultrapassados, como acreditavam os críticos do *New Journalism* e atualmente postulam os defensores das idéias pós-modernas¹⁰?

Algumas pistas podem ser encontradas na fala dos próprios jornalistas organizadores desse gênero discursivo híbrido. Um propagado embaralhamento das barreiras entre o real e o ficcional é negado por eles, visto que seu trabalho

¹⁰ Pois essa vertente teórica acredita que na contemporaneidade, nas palavras de Steven Connor em *Cultura pós-moderna* (1993), “os signos são libertos por inteiro de sua função de referir-se ao mundo, o que produz a expansão do poder do capital no domínio do signo, da cultura e da representação” (p. 45). Na concepção dos autores pós-modernos, as barreiras discursivas estariam rompidas, o que possibilitaria a existência de signos sem respaldo na realidade e, conseqüentemente, a impossibilidade de uma diferenciação concreta entre textos reais e falsos.

obedeceria aos mesmos parâmetros rígidos do discurso jornalístico convencional. Gay Talese assim define a natureza de seu relato:

O *New Journalism*, embora possa ser lido como ficção, não é ficção. É, ou deveria ser, tão verídico como a mais exata das reportagens, buscando embora uma verdade mais ampla que a possível através da mera compilação de fatos comprováveis, o uso de citações diretas, a adesão ao rígido estilo mais antigo. O *New Journalism* permite, na verdade exige, uma abordagem mais imaginativa da reportagem e consente que o escritor se intrometa na narrativa se o desejar, conforme acontece com frequência, ou que assuma o papel de observador imparcial (Talese, 1973, p. 9).

A expressão de auto-consciência na fala de Gay Talese traz relevantes pistas para o entendimento dessa vertente jornalística. Assim, o *New Journalism* teve como base funcional de sua experiência um movimento de reflexão sobre o jornalismo conforme é tradicionalmente entendido. A importância desse tipo de relato passa pela busca de uma “verdade mais ampla que a possível através da mera compilação de fatos comprováveis”, entendida aqui como uma aproximação maior ou mais completa ao objeto dinâmico ao qual se refere (o fato em si, fora dos limites de sua representação) e que só poderia ser obtida pela atenção aos elementos subjetivos que circundavam as personagens e os eventos enfocados e pela documentação de outros objetos dinâmicos no relato, que normalmente seriam periféricos, supérfluos (como a apresentação das roupas e das gestualidades) – o que não impossibilitaria a autenticidade do texto, que poderia ser “tão verídico como a mais exata das reportagens”. Está sempre presente no *New Journalism*, portanto, a idéia de um discurso que sempre remete à reconsideração do próprio jornalismo.

Sendo assim, nossa constatação é que essas fronteiras discursivas são menos permeáveis do que acreditam seus críticos¹¹. A natureza de um relato não se modifica necessariamente através do tratamento ficcional pelo qual é

¹¹ Inicialmente, essa crítica foi manifesta pelo próprio Tom Wolfe, que reagiu combativamente ao ler o artigo *Joe Louis: o rei na meia-idade*, no qual Gay Talese narra diálogos íntimos entre um lutador e sua mulher: “minha reação foi instintiva, de defesa, fui pensar que o homem havia adornado, inventado o diálogo, talvez inventado cenas inteiras, o mentiroso sem escrúpulos... o engraçado desse caso é que foi precisamente essa minha reação que incontáveis jornalistas e intelectuais literários expressaram durante os nove anos seguintes em que o *New Journalism* adquiriu impulso” (Wolfe, 1976, p. 21).

trabalhado, pois o compromisso de um texto é antes com a esfera discursiva a que se encontra submetido (por exemplo, as regras às quais as práticas jornalísticas se submetem para serem comprovadas enquanto discurso factual), além da elaboração estilística pela qual é concretizado (Carroll, 1996, p. 231). A nosso ver, torna-se necessário rediscutir os conceitos de objetividade e subjetividade conforme são comumente considerados no jornalismo, e mesmo o entendimento comum sobre as idéias de realidade e ficção. O conceito de ficção, por outro lado, deve ser discutido em relação à idéia de representação – pois caso possa-se consentir que toda linguagem representa (no sentido de ser sempre mediada pela subjetividade humana, um recorte do real muitas vezes distorcido), não se pode concordar que toda linguagem seja ficcional. É apenas sobre essas bases de definição que é possível diferenciar o discurso verdadeiro do discurso falso, assim como entender as possibilidades de estruturação estilística de um texto sem que se perca sua relação com o comprometimento à verdade. Nesse sentido, a reflexão sobre a experiência do *New Journalism* revela-se essencial ao entendimento dos processos jornalísticos, esclarecendo novas possibilidades à prática de construção de um discurso que seja tanto comprometido com os preceitos do relato factual quanto com os valores (normalmente entendidos como literários) de riqueza de estilo.

BAKHTIN, M. (1929) **Marxismo e filosofia da linguagem**. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 1995.

_____. (1929) **Problemas da poética de Dostoiévski**. Trad. Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

BERGMAN, M. *C. S. Peirce on interpretation and collateral experience*. Arisbe, The Peirce Getaway. Disponível em http://www.abo.fi/fak/hf/filosofi/fsemi/papers/02_10_07.html. Acesso em 20 de junho de 2006.

CAPOTE, T. **A sangue frio**. Trad. Ivan Lessa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.

CARROLL, N. **Theorizing the moving image**. New York: Cambridge University Press, 1996.

- CLARKE, G. **Capote: uma biografia**. São Paulo: Globo, 1993.
- CONNOR, Steven. **Cultura Pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1993.
- DIAS, R. **Talese liga caso ‘NYT’ a pobreza jornalística**. Folha de São Paulo. São Paulo, 8 junho 2003, p. A23.
- PEIRCE, C. **Semiótica e filosofia**. Trad. Octanny Silveira da Mota e Leonidas Hegenberg. São Paulo: Cultrix/ USP, 1975.
- _____. (1868) *Some consequences of four incapacities*. Disponível em <http://www.peirce.org/writings/p27.html>. Acesso em 15 de janeiro de 2005.
- RESENDE, F. **Textuações: ficção e fato no novo jornalismo de Tom Wolfe**. São Paulo: Annablume/ Fapesp, 2002.
- SANTAELLA, L. **A teoria geral dos signos: semiose e autogeração**. São Paulo: Ática, 1995.
- STAM, R. **Bakhtin: da teoria literária à cultura de massa**. Trad. Heloísa Jahn. São Paulo: Ática, 1992.
- TALESE, G. **Aos olhos da multidão**. Trad. Aurea Weissenberg. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1973.
- WOLFE, T. **Décadas púrpuras**. Trad. Luiz Fernando Brandão. Porto Alegre: L&PM, 1989.
- _____. **El nuevo periodismo**. Trad. José Luis Guarner. Barcelona: Editorial Anagrama, 1976.
- _____. **Ficar ou não ficar**. Trad. Paulo Reis. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- _____. **Radical chique & o terror dos RPs**. Trad. Lia Wyler. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

A espetacularização da morte no jornalismo televisivo: uma análise do Linha Direta

Michele Negrini ¹

Resumo: O estudo da morte no programa Linha Direta da Rede Globo é o foco desta pesquisa. Com a utilização do suporte metodológico da Análise do Discurso de linha francesa, analisamos como a morte é abordada no discursivo do programa. Observamos quatro enunciadores principais no Linha Direta, os quais, na maioria das vezes, falam sob o mesmo ponto de vista e remetem à mesma formatação no momento que atuam na construção da imagem da morte. Como objeto, selecionamos nove casos, os quais foram mostrados em cinco edições do programa.

Palavras-chave: televisão, jornalismo, discurso, espetacularização, morte

Introdução

Na programação televisiva, é comum a apresentação de programas que misturam jornalismo com dramaturgia e que trabalham com problemas sociais não resolvidos por instituições como a polícia e a Justiça. Tais programas, que podem ser exemplificados pelo Linha Direta, podem ser tratados como híbridos de jornalismo e dramaturgia: quanto à forma, muitas vezes, parecem-se com programas de auditório; quanto ao conteúdo, as pautas abordadas, na maioria das vezes, limitam-se a focar acontecimentos que possam ter repercussão e causar polêmica.

Focando-se especificamente na televisão brasileira, percebe-se que a apresentação de programas com características espetaculares não é uma tendência recente. Ao falarmos de programas híbridos de jornalismo e dramaturgia, remetemo-nos ao extinto Aqui Agora, que estreou no dia 20 de maio de 1991, no horário das dezoito horas, apresentado pelo SBT

¹ Jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria; bacharel em Sistemas de Informação pelo Centro Universitário Franciscano; mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; docente do Centro Universitário Franciscano de Santa Maria.

(Sistema Brasileiro de Televisão). De acordo com Thiago M. Garcia (2004), foi o *Aqui Agora* que originou uma série de jornais policiais que estão no ar até hoje em diversas emissoras.

O Linha Direta constitui-se no capítulo atual de uma recente história de produtos jornalísticos fundamentados na espetacularização da violência. Antes dele, programas como *O homem de sapato branco*, *O povo na TV*, *Aqui Agora*, *Cidade Alerta*, *Cadeia 190* e *Na Rota do crime* já se utilizaram, de diferentes maneiras, deste recurso. O programa também re-elabora elementos de uma tradição radiofônica presente nos horários mais populares, como o *Plantão da Cidade*, na Rádio Globo, ou o programa de Gil Gomes, no dial paulista, cujo excesso e tradição garantiram ao apresentador o passaporte para o extinto *Aqui Agora*, do SBT (MENDONÇA, 2002, p.56).

O *Linha Direta* mescla elementos de programas norte-americanos, como o *60 minutes* e o *48 hours*, com aspectos do *Globo Repórter* (ARAÚJO, SILVA e CARVALHO, 2005). O programa teve sua primeira versão na década de 90. Era apresentado por Hélio Costa, que também teve passagens pelo *Fantástico*. Já na primeira versão, o programa tinha o formato híbrido, unindo jornalismo e dramaturgia. O incentivo à delação era a marca do programa.

Na versão atual, são mantidas essas características e ainda existe a possibilidade de interação do público com a produção do programa, via Internet, para fazer denúncias. Esta versão, que iniciou em maio de 1999, é veiculada semanalmente, às quintas-feiras, geralmente apresentando o relato de dois crimes², recheados por elementos discursivos tanto do jornalismo quanto da dramaturgia. Fortemente ancorado no recurso das simulações, o programa inicia com trechos do primeiro crime do dia, intercalados por depoimentos emocionados de pessoas ligadas à vítima. O que se vê é um misto de dramatização, depoimentos gravados e intervenções do apresentador em estúdio. Na transição do primeiro para o segundo caso, na maioria das vezes, o procedimento inicial é

repetido. Ao final de cada episódio é exibido o “resultado” efetivo do programa: o criminoso preso após as denúncias de telespectadores³, sendo feita uma retrospectiva da sua conduta e da sua “vida criminosa”. Como diz Bucci:

Baseado na reconstituição de casos policiais não-resolvidos, fisga o telespectador pela compaixão, pelo suspense e pelo ritmo de filme de ação. Ali, servida na tela, está a dor dos que perderam os filhos ou irmãos assassinados. Ali, também, está a angústia que todos externam por não saber onde está o criminoso, ou por não ter havido punição. Ali está o enigma (BUCCI, 2004, p.117).

Os casos apresentados no programa não são uma questão de atualidade, eles são quase arquetípicos: o marido mata a esposa, o filho mata o pai, o ex mata o atual. E, também, são casos que apresentam características com riquezas de detalhes para dramatização.

No Linha Direta as fronteiras entre jornalismo e espetacularização são fluidas, o que dificulta sua inserção em um gênero e faz tratá-lo como um híbrido. A simulação de diálogos entre os personagens e a encenação de fatos, somadas ao recurso da sonorização, caracterizam mais a teledramaturgia e o espetáculo que propriamente o jornalismo.

A morte é o principal bem simbólico ofertado ao consumo do telespectador. É uma morte com autoria, reveladora do que pode haver de mais estarrecedor na espécie humana: a capacidade de matar por qualquer motivo que não seja o da sobrevivência.

Assim, a variedade de particularidades do Linha Direta e do seu discurso fazem dele um objeto interessante, intrigante e também único para estudos, pois ele acopla dramaturgia, jornalismo e espetáculo, e, ao mesmo tempo, disponibiliza ao telespectador

² Mendonça (2001) separa os casos apresentados no programa em três tipos: casos que já foram julgados pela Justiça e cujos criminosos se encontram foragidos; casos que ainda se encontram em aberto na Justiça; casos em que não há pistas de quem realizou o crime e em que situação ocorreu.

³ No início ou no final de cada episódio, são exibidos os nomes do responsável pela reportagem e pelo roteiro da dramatização; e, no final, o endereço eletrônico do “Linha Direta” (www.globo.com/linhadireta), o endereço para correspondência e o telefone para denúncias, sempre reforçados pelo apresentador, Domingos Meirelles. O apelo à participação do telespectador é constante: Meirelles, ao evidenciar a foto do criminoso, convida quem tiver alguma pista acerca do seu paradeiro a ligar para o número do programa.

uma trama com detalhes sensacionais expostos sutilmente, que não remetem o telespectador aos conhecidos programas de auditório. É sobre a forma como a morte é abordada no Linha direta que recai o nosso interesse neste estudo, e é com base em alguns conceitos da Análise do Discurso francesa que vamos analisar o programa.

A morte para os humanos

A morte é um tema cujas idéias, hipóteses, argumentos e interpretações, fora do campo biológico, têm amplas relações com as características de cada cultura e com cada período histórico. Também as crenças religiosas, muitas vezes, ditam concepções sobre a finitude humana. Assim, a morte é um dos temas mais delicados e controversos da história cultural da humanidade.

A morte é um perigo constante, é um acaso que surge no cotidiano humano, que aparece nas transformações do mundo e com o decorrer da vida: “De qualquer modo, *a morte penetra, enraíza-se no mistério que é simultaneamente o mistério da Matéria e da Vida*. Para o homem, a morte faz parte da teia do seu mundo, do seu ser, do seu espírito, do seu passado e do seu futuro”. (MORIN, 1988, p.325; grifo do autor). Separar o homem da morte é um desejo alienado (MORIN, 1988). Mas a idéia de suprimir a morte é presente entre os humanos.

Para analisar a morte, é interessante o conhecimento do imaginário do homem acerca deste tema:

[...] é necessário inverter a ótica, inverter as evidências, procurar a chave onde se julgava estar a fechadura, bater às portas do homem antes de bater às portas da morte. É necessário revelar as paixões profundas do homem para com a morte, considerar o mito na sua humanidade e considerar o próprio homem como guardião inconsciente do segredo. Então, e só então, poderemos interpelar a morte desnudada, lavada, desmaquilhada, desumanizada, e dissecá-la na sua pura realidade biológica (MORIN, 1988, p. 19).

É difícil conhecer o ser humano sem entender a morte, pois é nela que o homem se mostra ao mundo. É nas atitudes diante da morte que o ser humano explicita suas diferenças em relação aos outros seres vivos. A morte é a imagem do homem, e quando este vai olhá-la, ele observa a si próprio (MORIN, 1988).

A existência da cultura, isto é, dum patrimônio coletivo de saberes (saber fazer, normas, regras organizacionais, etc.) só tem sentido porque as gerações morrem e é constantemente preciso transmiti-la às novas gerações. Só tem sentido como reprodução, e este termo assume o seu sentido pleno em função da morte (MORIN, 1988, p. 10-11).

O momento em que o homem se dá conta de que vai morrer é fundador para a cultura. A partir daí, as atitudes humanas são associadas com a ultrapassagem da morte. Com a morte, os hábitos, costumes e conhecimentos dos povos são transmitidos e conservados. “O cruzamento de nossas gerações, devido à longevidade humana, favoreceu à transmissão cultural e, portanto, à sua expansão” (RUFFIÉ, 1988, p.222).

Os humanos constituem a única espécie que tem a certeza da morte presente durante a sua existência e que pratica ritos fúnebres. Assim, a essência do homem está associada às suas crenças perante a morte. As formas de viver têm amplas relações com o fim.

A prática de ritos fúnebres e o não abandono dos cadáveres demonstram a crença dos humanos na imortalidade da alma. O funeral é visto, em algumas culturas, como um marco entre o momento da morte e a aquisição da imortalidade. O destino da alma é concebido de acordo com as culturas e religiões de cada povo.

A morte é, portanto, à primeira vista, uma espécie de vida, que prolonga, de uma forma ou de outra, a vida individual. De acordo com essa perspectiva, não é uma idéia, mas sim uma imagem, como diria Bachelard, uma metáfora da vida, um mito se quisermos. Efetivamente, a morte, nos vocabulários mais arcaicos, não existe ainda como conceito: fala-se dela como de um sono, de uma viagem, de

um nascimento, de uma doença, de um acidente, de um malefício, de uma entrada para a morada dos antepassados, e, o mais das vezes, de tudo isto ao mesmo tempo (MORIN, 1988, p.25).

O morrer não é apenas uma decisão exterior da existência, um acidente, mas essencial ao homem. A morte é um fenômeno que faz parte da vida humana e de sua cultura. “A relação que o ser humano mantém com o morrer é então constitutiva de seu próprio ser e primeira no que se refere a todas as suas outras determinações” (DASTUR, 2002, p.71).

É a impotência diante da morte que leva o homem a crer na sua imortalidade e, muitas vezes, embora conhecendo a morte e tendo certeza de sua chegada, vive cego frente a ela, como se a morte só existisse longe de suas relações. Para Loureiro (1998), a angústia da perspectiva da morte existe, mas está mascarada pela perspectiva que os homens têm de sua imortalidade. O ser humano tem consciência de sua finitude, mas, ao mesmo tempo, ilude-se com a idéia ser imortal.

Por outro lado, é dessa fundamental impotência que ele tenta escapar quando pretende ver na morte um “acidente” que acontece certamente “todos os dias” mas somente com os outros, e quando ele identifica de maneira inautêntica o morrer com o simples falecimento. Pois, fazendo da morte um acontecimento que lhe sobreviria do exterior e que lhe aconteceria a partir do mundo, o Dasein se arma de uma segurança contra ela, desde que, enquanto ela não está ali, ele pode se acreditar imortal. É dessa imortalidade provisória que vivemos a princípio e o mais das vezes, o que implica que a vida humana não pode se estender largamente a não ser na medida em que ela se esquiva da morte e em que é capaz de transformar em acontecimento futuro aquilo que é o próprio fundamento da existência (DASTUR, 2002, p. 76).

A visão da imortalidade não significa o desconhecimento da morte (MORIN, 1988), mas o reconhecimento de sua chegada. “Assim, a mesma consciência nega e reconhece a morte: nega-a como aniquilamento, reconhece-a como acontecimento” (MORIN, 1988, p. 26). É a individualidade humana que tenta negar a morte, elaborando o

mito da imortalidade. A consciência da morte não nasce com o homem, mas é adquirida no decorrer da sua existência.

O homem está aberto ao mundo devido a estar relacionado com a morte, pois é só existindo que o ser humano se faz testemunha da morte e, na maioria das vezes, se arma contra ela e tenta vencê-la.

Análise do Discurso Francesa

A Análise do Discurso (AD) de perspectiva francesa, que surge especialmente a partir das sistematizações de Michel Pêcheux sobre conceitos fundadores de Mikhail Bakhtin e Michel Foucault, é uma linha de investigação que tem por objeto *textos*, que são ao mesmo tempo lingüísticos e históricos. O discurso articula a língua com a história, sendo ele mesmo um “efeito de sentidos” – que existiam antes dele e que vêm conformá-lo naquele contexto específico, enunciado por aqueles atores determinados, naquele momento histórico.

O texto como objeto de pesquisa implica que se tome a Análise do Discurso como um quadro de referência conceitualmente organizado, mas metodologicamente aberto. É preciso ouvir com atenção o que dizem – e como dizem – os textos que o analista tomou como objeto. A AD tem uma preocupação que ultrapassa a hermenêutica. É preciso ir além da interpretação dos sentidos de um texto: é preciso entender como o discurso funciona. Que lógica o movimenta, que elementos são repetidos, que elementos são silenciados; onde este discurso tem lugar, que posições de sujeito são ocupadas, como os atores se movimentam nessas posições ideologicamente definidas; quem fala, que espaços ocupa.

Os sentidos de um texto variam conforme as estratégias postas em funcionamento na construção do discurso, a constituição dos sujeitos que falam e dos sujeitos que lêem⁴, o meio em que este texto se materializa lingüisticamente, as relações de poder aí conformadas. As formações discursivas, estas regiões de sentido que se definem nas suas relações com outras formações discursivas, são reflexos das relações entre sujeito e ideologia, e, quando localizadas, permitem ao analista estabelecer regularidades no funcionamento do discurso. A construção dos sentidos, portanto, está intimamente relacionada aos interlocutores do discurso, ao que fala e ao que lê.

A linguagem é tratada por Bakhtin como inerentemente dialógica. A figura do *outro* é imprescindível na construção do discurso, pois não se pode pensar o homem fora de suas relações. “Toda palavra serve de expressão a *um* em relação ao *outro*. Através da palavra, defino-me em relação ao outro, isto é, em última análise, em relação à coletividade. A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros” (BAKHTIN, 1986, p. 113).

O diálogo é a condição da linguagem e do discurso, mas existem textos monofônicos e polifônicos, de acordo com as estratégias discursivas empregadas.

Nos textos polifônicos, os diálogos entre discursos mostram-se, deixam-se ver ou entrever; nos textos monofônicos eles se ocultam sob a aparência de um discurso único, de uma única voz. Monofonia e polifonia são, portanto, efeitos de sentido, decorrentes de procedimentos discursivos, de discursos por definição e constituição dialógicos. Nos textos polifônicos escutam-se várias vozes, nos monofônicos uma apenas, pois as demais são abafadas (BARROS, 1999, p. 36).

Ducrot utiliza-se da noção de polifonia de Bakhtin para diferenciar um sujeito enunciador de um locutor. Para ele (1987, p. 182), o locutor é “um ser que é, no próprio sentido do enunciado, apresentado como seu responsável”. Já o enunciador é a figura

⁴ Considerando-se todo receptor, independentemente do veículo, como “leitor”, e a leitura como um ato de produção de sentidos.

responsável pela produção de sentidos no enunciado, que mostra *o ponto de vista de onde se posiciona o locutor*.

A morte no Linha Direta

A morte no programa linha Direta é apresentada de forma linear, independentemente do caso apresentado, o desenrolar da trama é semelhante e a dramatização dos detalhes do crime é sempre esmiuçada. Estamos diante da apresentação de crimes que se destacam pelos seus detalhes e pelas relações existentes entre as pessoas envolvidas.

Para a realização da análise do Linha Direta, selecionou-se como amostra nove casos, apresentados em cinco edições do programa, levadas ao ar nos meses de outubro e novembro de 2004. Foram excluídas do corpus de análise as edições especiais do “Linha Direta Justiça” que foram mostradas no período.

É notável a presença de quatro pontos de vista principais no discurso do Linha Direta: a perspectiva da emissora – evidenciada nas falas do apresentador do programa e do narrado (E1); a perspectiva favorável à vítima – por meio das pessoas ligadas à vítima (E2); a perspectiva favorável ao criminoso – evidente nas falas de pessoas ligadas ao criminoso ou do próprio criminoso (E3); perspectiva legal ou testemunhal – por meio das falas de pessoas ligadas à Justiça ou testemunhas do crime (E4).

Observamos, neste estudo, o posicionamento dos locutores presentes no programa a partir de determinada formação discursiva: há uma idéia principal, a qual reduz a morte

como um ato violento e praticado por vingança e inveja. Não há uma problematização mais apurada sobre o tema.

A concretização da morte por parte do criminoso, no programa Linha Direta, é a elevação do mal perante o bem, a vitória dos instintos humanos de destruição sobre a preservação da espécie. Para falarmos da morte apresentada no programa Linha Direta, vamos remeter à idéia de Morin (1988), que salienta que o homicídio não é somente realizado para que o criminoso tenha o seu desejo de matar satisfeito, é também para a realização do desejo de matar *um homem*. No caso do Linha Direta, o homicídio ocorre para destruição dos desafetos, das pessoas que desagradaram os criminosos nas suas formas de conduta. Quando falamos da mulher que mata a esposa do seu amante, de um irmão que mata outro ou de uma mulher que mata o marido para receber o seu seguro de vida, percebemos que não estamos tratando de mortes comuns, mas de homicídios cercados de detalhes pitorescos pertencentes às relações humanas.

A morte apresentada no Linha Direta pode ser analisada de acordo com a Formação Discursiva que trata de uma morte direcionada. Na maior parte dos casos do programa, o assassino tem o foco específico em alguém de suas relações, seja familiar, amorosa ou profissional. Os sentidos principais que demarcam a morte no programa podem ser evidenciados através de características como **morte violenta; morte motivada por vingança e inveja**. Essas características vão ao encontro da idéia de um homicídio praticado para que o criminoso possa acabar com quem esteja perturbando os seus planos.

A *violência* faz com que a vítima tenha momentos de sofrimento antes de morrer: “Segundo a polícia, Jubson e Helton [assassinos] ainda retornaram ao local onde deixaram José Reis [vítima]. **Eles vão arrastá-lo para a beira da estrada como que se quisessem que o corpo fosse encontrado**. Em seguida, abandonaram o carro e foram para casa

dormir” (E1); **“Em seguida Eurico [o assassino] atira na cunhada [vítima].** Trancada no quarto com o menino, a criada ouve tiros. **Eurico descarrega a arma no irmão [vítima] e na cunhada [vítima].** Depois de matar o irmão e a cunhada, Eurico encontra uma tia na rua. Ele diz apenas uma frase: fiz uma desgraça e foge. Quarenta minutos depois a babá sai do quarto com o filho dos patrões no colo” (E1); **“O novo ataque de Machado [assassino de Jaciara] foi na pequena cidade de São Francisco do Sul, a cento e noventa e um quilômetros da capital Florianópolis. Machado, que continuava viajar vendendo livros, escolheu a adolescente Jaciara Rosane Ramos de quinze anos como vítima. Jaciara não conseguiu escapar com vida” (E1);** “Perto de um posto de salva-vidas distante da festa, **o homem [o assassino] domina Jaciara [vítima]. Ela reage, mas não consegue se livrar do maníaco. Depois de estuprada, ela é morta (E1);** “Enquanto todos comemoram a passagem de ano, o homem [assassino Machado] **estupra e mata uma adolescente de apenas quinze anos [vítima Jaciara]” (E1);** “O aposentado José Reis do Amaral, ou José Reis [vítima], era conhecido como um homem bom, alegre e sem ambições. Aos 57 anos, ele se dividia entre a família, uma pequena fazenda e os amigos. **Mas José Reis foi morto de uma forma covarde e brutal.** O assassino, Helton Viana. Um jovem que ele viu crescer e para quem arranjou até um emprego. O preço da traição: quarenta e cinco reais e o revólver, objetos pessoais e três passarinhos” (E1); “Ele [o assassino Billy Kid] saiu diretamente do local onde ele estava, **e começou a furar o Ildelmar.** E o Ildelmar pedindo socorro” (E1); “Aí **pegaram meu irmão [vítima da chacina de Vigário Geral] pela gola e quiseram arrastar** e ele falou: não vou, não, não. **Ah, você vai vir sim negrinho, vai vir sim. Olha o documento aqui e começou a mandar tiro” (E1);** “E ela [vítima Rita] dizia: não faça isso não, que eu não mereço Buguelo. Não me faça isso não que eu não mereço. **E ele furando ela, furando ela” (E2);**

“**Os policiais** [assassinos de Vigário Geral] **invadiram o bar e fuzilaram todas as pessoas**. Jadir e Ubirajara [vítimas] se fingiram de mortos e sobreviveram. Jadir levou cinco tiros e esperou mais de duas horas por socorro, debaixo do corpo do amigo” (E2); “Num único dia este homem [o assassino Buguelo] consegue aterrorizar uma cidade **ao atacar de forma cruel a própria mulher** [a vítima Rita]” (E2); “O da pracinha fui eu, eu. O Carlão falou pra mim: Esse cara tava na parada. **Aí, eu sai estalando ele, ele caiu, eu estalando, estalando, estalando e parei com a pistola aberta (E3)**”; “**Agressões, bofetadas** e também por um tipo de [Inaudível]. Ela [vítima Jaciara] foi morta por asfíxia” (E4).

Vingança e inveja são razões que motivam a realização dos crimes apresentados no Linha Direta. Por motivos de instabilidade nas relações, os criminosos acabam aniquilando a sua vítima de forma violenta e brutal: “O bebê que escapou da morte é filho deste casal, o administrador de empresas Clóvis Monteiro e a mulher dele, Lúcia Helena. Casados e apaixonados, os dois foram mortos pelo irmão mais velho de Clóvis, o veterinário Eurico Monteiro. O motivo? Dinheiro. **Os dois irmãos brigavam na Justiça por causa da herança da família**. [a inveja pelo sucesso do irmão é um dos fatores ressaltados no programa como motivo do assassinato]” (E1); “Dos nove amigos [vítimas da chacina de Vigário Geral], **só dois iriam sobreviver à fúria dos policiais vingadores**” (E1); “Ao tentar proteger a mulher e a filha, **Edimilson** [vítima da Chacina de Vigário Geral] **provoca a fúria de um dos policiais**. Desesperada, a família assiste a morte do jovem. A irmã do jovem só é salva porque a arma do matador... [os policiais fizeram inúmeros assassinatos na favela para vingar a morte de colegas, que foram assassinados por traficantes]” (E1); “Como o portão da frente está fechado, **Eurico** [assassino de Clóvis, chagando na casa da vítima] **entra por um buraco na parede dos fundos**. Ele quebra o portão feito para

segurança do bebê [filho da vítima] e invade o apartamento. **Para Eurico, é o dia do acerto de contas com o irmão**” (E1); “Na entrada da favela, o jovem Fábio Pinheiro Lau, dezoito anos, é confundido com um traficante. **O policial descarrega a pistola contra ele.** Fábio é a vigésima primeira vítima [da chacina de Vigário Geral]. [os policiais fizeram inúmeros assassinatos na favela para vingar a morte de colegas, que foram assassinados por traficantes]” (E1); “**Os policiais** [assassinos de Vigário Geral] **ainda executaram friamente mais dois moradores:** Cléber 23 anos. Hélio, 38. Eles estavam caminhando nas ruas da favela. Depois de assassinar vinte pessoas, os cavalos corredores, como os policiais eram conhecidos, deixaram o local. **Mas não pararam de matar** [os policiais fizeram inúmeros assassinatos na favela para vingar a morte de colegas, que foram assassinados por traficantes]” (E1); “**Em seguida Eurico** [o assassino] **atira na cunhada** [vítima]. Trancada no quarto com o menino, a criada ouve tiros. **Eurico descarrega a arma no irmão** [vítima] **e na cunhada** [vítima]. Depois de matar o irmão e a cunhada, Eurico encontra uma tia na rua. Ele diz apenas uma frase: fiz uma desgraça e foge. Quarenta minutos depois a babá sai do quarto com o filho dos patrões no colo [Eurico quis se vingar do irmão por desavenças na administração dos bens da família]” (E1); “Segundo Eurico [o assassino], o irmão [a vítima Clóvis] falou dele mal pelo telefone. **De acordo com o Ministério Público, depois da ligação, Eurico pegou o revólver e disse à mãe que mataria o irmão e a cunhada.** Em seguida, saiu de casa. Clóvis e a mulher Lúcia moravam sozinhos neste edifício em construção [são mostradas imagens do edifício]. O prédio era de Clóvis, que pretendia vender os apartamentos quando estivessem prontos” (E1); “**Os policiais** [assassinos de Vigário Geral] **invadiram o bar e fuzilaram todas as pessoas** [os policiais fizeram a chacina na favela para vingar a morte de outros policiais, os quais foram assassinados por traficantes] Jadir e Ubirajara [vítimas] se fingiram de mortos e sobreviveram. Jadir levou

cinco tiros e esperou mais de duas horas por socorro, debaixo do corpo do amigo” (E1); “Waldecir Rodrigues [vítima] terminou pela última vez com o relacionamento de oito anos, marcado por brigas e reconciliações. A mulher dele, Francisca, nunca aceitou o fim do romance. **E segundo a acusação, tramou a morte de Waldecir.** É a história desse crime que você vai conhecer hoje. [Francisca quis se vingar de Waldecir por ele ter reconstruído a vida após a separação do casal]” (E1); “Segundo a acusação, **com sede de vingança,** bebezão [um dos policiais participantes da chacina de Vigário Geral] quer matar as cinco crianças que estão na casa. Um outro policial impede. Ao ouvir os gritos de socorro, a vizinha corre para ajudar as crianças” (E1); “Márcia [vítima] não contou para a família sobre a gravidez. Paulo seria pai duas vezes. A mulher e a amante dele estavam grávidas. Segundo o Ministério Público, **Evaldete, a amante, se revoltou com a situação e decidiu se livrar de Márcia, a mulher oficial**” (E1); “Ele [o assassino Billy Kid] saiu diretamente do local onde ele estava, **e começou a furar o Ildelmar.** E o Ildelmar pedindo socorro. [Billy Kid queria se vingar de Ildemar devido a desavenças existentes entre eles]” (E1); “E uma coisa [a morte] que eu acho que se passa não só pela questão financeira, pela questão de partilha, mas com certeza, **se passou por aí a inveja.** Vê o irmão [vítima Clóvis] bem, vê o irmão feliz, vê o irmão bem casado, vê o irmão com a família que ele não tinha, **tanto é que ele** [assassino Eurico] **matou a Lúcia para tirar a felicidade dele**” (E2); “**Se reuniram** [policiais participantes de Vigário Geral] **e planejaram uma revolta, uma represália.** Matar os traficantes que mataram o seu líder, o sargento Ailton, e mais quatro companheiros de criminalidade [os policiais queriam vingar a morte dos colegas]” (E4); “**Ele** [assassino Billy Kid] **voltou por volta da madrugada e ficou aguardando o horário que Ildelmar** [vítima] **saía às seis da manhã de casa para fazer a caminhada dele de bicicleta** [o assassino esperou a vítima para se vingar dela e matá-la]. E ficou aguardando”

(E4); “Esse motivo [da morte] assim está ligado aos filhos, ou seja, **a Evaldete** [assassina] **teria ficado com uma determinada bronca, uma raiva da Márcia** [vítima], por o Paulo ter retornado ao relacionamento anterior que ele tinha” (E4).

Essas são as principais características da morte narrada pelo programa Linha Direta, construída sobre a violência estarrecedora, porque geralmente provocada por pessoa próxima e motivada por vingança, inveja e ganância. Não é uma morte motivada pela necessidade de sobrevivência da espécie, e sim uma morte que expõe a complexidade da natureza humana – ou, melhor dito, que poderia expor essa complexidade se fosse além do discurso maniqueísta.

Considerações finais

Estudar o discurso televisivo significa desvendar elementos que estão muito além do que parece evidente aos olhos do telespectador. O analista do discurso realiza a tarefa de buscar detalhes e sentidos muitas vezes ocultos nas entrelinhas dos enunciados e nas mais diversas imagens.

O Linha Direta apresenta uma excepcional riqueza de sentidos. O programa trabalha com um bem simbólico que é inerente à intimidade da espécie humana: a morte. E, também, possui um formato que agrega elementos do jornalismo com características da dramaturgia, o que nos levou a tratá-lo neste trabalho como híbrido de jornalismo e de dramaturgia. O formato híbrido evidencia que o Linha Direta segue a tendência de muitos programas televisivos atuais, que é a exploração, de forma espetacularizada, de elementos que o cotidiano das pessoas tem a oferecer.

A morte é um tema com diversas interpretações, as quais são particulares de cada cultura, e está intimamente ligada com as formas com que o homem transmite a sua cultura

às outras gerações. Como diz Morin (1988), é na morte que se conhece o homem e é nela que o homem se revela, pois é neste momento, que as atitudes humanas exaltam suas diferenças sobre os outros animais. Sendo a morte um tema bastante importante e ao mesmo tempo, em algumas culturas, ainda de difícil discussão, vê-se que o programa Linha Direta trabalha com ela de forma simplista. Ela é simplificada de uma maneira como se todos os espectadores pensassem de forma unívoca sobre a finitude humana e reagissem igualmente frente a ela.

Abordar a morte precisa ir além da simples transmissão detalhada de imagens violentas e com ingredientes espetaculares. É tratar de um elemento que, muitas vezes, é de difícil aceitação. Quando o Linha Direta transmite a encenação de um assassinato ou registros de imagens originais do crime, está ultrapassando ou ignorando os parâmetros culturais dos locais que é apresentado e também da diversidade de pontos de vista das pessoas que vão estar frente à tela: é a cultura sendo tratada de forma plana e sem nenhuma observação à sua complexidade. Estamos diante de um discurso fechado, cujas intenções acabam se mostrando no trabalho de análise do discurso.

Ainda é pertinente ressaltar que a morte apresentada no Linha Direta é, na maioria das vezes, uma morte específica, realizada por pessoas com proximidade com a vítima – dos nove casos analisados, somente um, o que tratou da chacina de Vigário Geral, não foi realizado por pessoas que tinham o objetivo de destruir especificamente a pessoa que foi morta. Neste caso, vê-se a morte de acordo com uma visão antropológica, ligada ao íntimo da espécie humana, onde cada ocorrência se deu por determinado motivo específico, que também é ligado aos envolvidos no crime. Tal tipo de morte não deixa espaço para simplificações.

Em relação ao programa, podemos dizer também que está muito longe de retratar os crimes com objetividade e de levar em consideração a velha idéia da imparcialidade jornalística. A opinião do programa e os seus objetivos se tornam nítidos a quem observar o seu discurso mais minuciosamente. O programa pode parecer um justiceiro, se o pensarmos de uma maneira geral, mas no momento em que observada a sua estrutura narrativa e os depoimentos apresentados, a idéia de que o Linha Direta pensa no bem da população e em tirar criminosos da rua é desbancada. É perceptível que estamos diante de uma busca por audiência.

Referências bibliográficas

ARAÚJO, Carlos Alberto; SILVA, André; CARVALHO, Morgana. **A TV e o superpopular**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/da040420013.htm>>. Acesso em: 23 de março de 2005.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 3.ed. São Paulo: Hucitec, 1996.

BARROS, Diana Luz Pessoa. Contribuições de Bakhtin às teorias do texto e do discurso. In: FARACO, Carlos Alberto (org). **Diálogos com Bakhtin**. 2 ed. Curitiba: UFPR, 1999.

BUCCI, Eugênio. Linha Direta. Com quem? In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre a televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

DASTUR, Françoise. **A morte: ensaio sobre a finitude**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2002.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987.

GARCIA, Thiago M. **Aqui Agora: as memórias do programa que revolucionou a forma de se fazer telejornalismo no Brasil**. Disponível em: <http://www.tvmemoria.hpg.ig.com.br/aqui_agora.htm>. Acesso em: 6 de outubro de 2004.

LOUREIRO, Altair Macedo Lahud. **A velhice, o tempo e a morte: subsídios para possíveis avanços do estudo**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1998.

MENDONÇA, Kleber. **Estratégias de autoridade em tempos de participação interativa: uma análise do programa "Linha Direta"**. In: 10º Encontro Anual dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2001, Brasília. Anais. Brasília: Compós, 2001.

MENDONÇA, Kleber. **A punição pela audiência: um estudo do Linha Direta**. Rio de Janeiro: Quartet, 2002.

MORIN, Edgar. **O homem e a morte**. Portugal: Publicações Europa-America, 1988.

ORLANDI, Eni. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 3 ed. Campinas: Pontes, 2001.

RUFFIÉ, Jacques. **O sexo e a morte**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

O fluxo narrativo de personagens criminais: um estudo sobre as histórias jornalísticas de Lúcio Flávio Vilar Lirio e Leonardo Pareja

Mirella Bravo de Souza ¹

Resumo: O artigo tem como base uma dissertação que perseguiu como hipótese principal a existência de um único fluxo narrativo em que estão inseridas as notícias sobre Lúcio Flávio Vilar Lirio e Leonardo Pareja. Esse fluxo se divide, para fins de análise, em fluxo do tema e fluxo das estratégias narrativas. O primeiro trata do conteúdo; o segundo, da forma. Os dois se encaixam dentro do processo de configuração pelo agente mediador jornalista-narrador. O pressuposto fundamental é que notícias são histórias, ou seja, construções narrativas. Por isso, apoiada na Tríplice Mimese de Paul Ricoeur, uma concepção que privilegia o processo e indica que a ação narrativa se fundamenta nos três atos miméticos interligados - prefiguração, configuração e refiguração-, estuda a construção das histórias criminais para comprovar a existência do fluxo e descrever como o jornal produz memória e recria mitos.

Palavras-chave: Narrativa. Jornalismo. Mito. Memória.

Introdução

Ousados, bonitos, inteligentes, capazes de atos surpreendentes, eles foram meninos “levados” na infância, mas sempre muito carinhosos com os pais. Estudaram em conhecidos colégios religiosos e gostavam de música, livros e poesia, mas a perda da boa situação financeira das famílias de classe média alta teria abalado a vida de ambos para sempre. Os primeiros desentendimentos com policiais foram por brigas ou latas de lixo chutadas na madrugada. Mais tarde, carros e dinheiro roubados eram usados para diversão em fins de semana prolongados ou férias. Por fim, as ações criminosas se intensificaram e eles foram ganhando a cena pública como figuras obrigatórias da crônica policial brasileira. Suas histórias ocupavam páginas inteiras de jornais e revistas, com destaque para o dia da notícia das mortes trágicas – eles foram assassinados na prisão.

¹ Graduada em Jornalismo, pela FAESA/ES; Especialista em Comunicação Organizacional pela Faculdade Cândido Mendes de Vitória/ES; MBA Liderança e Gestão de Pessoas pelo Centro Universitário Vila Velha/ES; Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense/RJ; professora do curso de Comunicação Social da Estácio de Sá de Vitória/ES.

A mesma história, mas dois personagens de famílias, lugares e épocas diferentes. Está clara acima a existência de um fio condutor que as une, possível de ser percebido a partir da leitura de jornais e revistas que contaram as histórias de Lúcio Flávio Vilar Lírio, década de 70, e Leonardo Pareja, década de 90. Entendemos que não é por uma coincidência de comportamento das personagens que é possível emparelhar as duas histórias, mas a ação de construção das notícias criminais é um processo de configuração que realiza a mediação da pré-compreensão do mundo da ação e a devolução do texto ao mundo do leitor.

Adotamos a idéia defendida por diversos autores de que as notícias fazem parte da prática cultural antiqüíssima da narrativa e do contar “estórias”, que parece universal. Acreditamos que elas carregam traços culturalmente específicos, que informam a existência de padrões narrativos e nos ajudam a compreender ainda mais o fazer jornalístico. Consideramos, ainda, que o jornal impresso detém o poder de dominar a memória coletiva, na medida em que governa a lembrança e esquecimento de uma sociedade, ao adotar determinados modelos noticiosos. Assim, o jornal é veículo capaz de recriar mitos.

Analisando as narrativas criminais de épocas diferentes, que registram momentos pontuais da vida de Lúcio Flávio Vilar Lírio e de Leonardo Pareja como contraponto, tendo como objetivo geral destacar marcas narrativas, convenções ou modelos noticiosos que se perpetuam por décadas, foi possível perceber a existência de um fluxo de notícias.

A escolha de narrativas criminais se justifica por acreditamos que, proprietárias de espaços próprios nos jornais há anos, essas “estórias”, repletas de detalhes de interesse humano, são capazes de assegurar a existência de um fluxo contínuo de notícias, sendo dotadas de estereótipos e padronizações narrativas que devem ser investigadas.

A escolha das personagens ocorreu pela comparação efetuada entre eles pelos jornais que narram as histórias de Leonardo Pareja, na década de 90. Em vários momentos, quando um fato sobre Leonardo Pareja é inserido no jornal, seja na própria matéria ou em “sub-

retrancas”, o nome de Lúcio Flávio é lembrado e as histórias de vida de ambos são emparelhadas.

Ambas personagens cujas narrativas foram analisadas apresentam, na narrativa dos meios de comunicação, características comuns em diversos momentos. O que a um primeiro instante pode parecer uma coincidência de atos e comportamentos, neste trabalho nos faz pensar a existência de uma categoria na tessitura da intriga estruturada pelo jornalista-narrador. Algo que inevitavelmente nos remete à idéia de fluxo narrativo pela semelhança da tessitura mesmo de personagens de décadas diferentes. Essa categoria, que chamaremos de personagens criminais romantizadas, abarca características próprias que compõem a personagem e a insere no fluxo narrativo. Na tessitura desse tipo específico de intriga, encontramos a infância como motor para o comportamento criminal, a beleza e a inteligência acima da média, o perfil classe média, o envolvimento afetivo da família, a trajetória na bandidagem, a lista dos crimes, penalidades e o tom de recorde que isso apresenta, as fugas espetaculares, as frases de efeito, a iniciativa de falar aos meios de comunicação por telefone ou carta, a escrita de poemas, as palavras dos especialistas sobre as personagens como alerta do que deve ser evitado, o bandido social que faz denúncia da corrupção policial, o delinqüente perigoso e o bárbaro em contraponto ao herói romântico que foge para vingar o irmão, ama a liberdade, defende a honra da família, se preocupa com amigos, ama a namorada, dá importância à justiça, protege a sociedade, desafia a ordem e não teme a morte, entre outras marcas narrativas.

Conhecendo as personagens da análise

O foco principal da análise são as narrativas da vida de Lúcio Flávio Vilar Lório.² Encontramos em jornais da época que o nome de Lúcio Flávio passou a ser destaque na crônica policial carioca a partir de 1964, quando foi desbaratada uma quadrilha de ladrões de automóveis que, entre outubro de 1963 e junho de 1964, havia roubado oito veículos. No entanto, seu nome desaparece por um período de 5 anos dos jornais do Rio de Janeiro, apenas voltando a aparecer em 1969. Algo que “não se explica por uma eventual regeneração: Lúcio agia então em Pernambuco, onde também conseguiu uma fuga sensacional da Casa de Detenção do bairro São José, em Recife, em 1967”³.

Lúcio Flávio era filho de uma família de classe média mineira. Ele nasceu em 1944, em Minas Gerais. Seu pai, Osvaldo Vilar, era cabo eleitoral das campanhas mineiras, mas perdeu as regalias do ofício e deixou de viver as sombras do extinto PSD. Ainda com os filhos pequenos, um total de oito, a família Vilar teve que se mudar para o Rio de Janeiro, se instalando em Benfica e Bonsucesso. “Desde que mudaram de Belo Horizonte para o Rio, desde que o velho (Osvaldo Vilar) fizera a campanha de Carlos do Lago, desde que recusara cargos no governo de Juscelino Kubitschek, as coisas foram murchando ao seu redor”.⁴ Após a extinção do partido, Osvaldo Vilar, funcionário público aposentado, e Zulma Vilar, professora primária de escola particular, começaram a ter dificuldades financeiras. Os jornais narram que Lúcio Flávio se revoltou contra o pai e não se conformava com a pobreza. Além disso, teria Lúcio Flávio tido o nome cogitado para ser candidato a vereador pelo PSD, mas

² Faremos a exposição de alguns traços da vida dos personagens a partir de dados encontrados em fontes jornalísticas – jornais, revistas e livro. No entanto, não pretendemos fazer uma reconstrução memorialística, reconhecendo as limitações e complexidades de um trabalho como este.

³ A ESTATÍSTICA do fugitivo. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, fev 1974.

⁴ LOUZEIRO, José. **Lúcio Flávio: passageiro da agonia**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

Oswaldo, alegando falta de condições financeiras para a campanha, recusou a idéia⁵. O fato é tido como a maior frustração da vida de Lúcio Flávio.

Em 1969, é desbaratada uma nova quadrilha de ladrões de carro, no Rio de Janeiro, e Lúcio Flávio é identificado como membro. Não apenas como simples integrante, mas como figura principal, posição que ocupou após o assassinato do líder da quadrilha Marcos Aquino Vilar, crime do qual Lúcio era o principal suspeito. Foi nesse homicídio que pela primeira vez apareceu ao lado do corpo o desenho da caveira, que mais tarde foi identificado como o símbolo do Esquadrão da Morte. É dessa época que vêm as ligações de Lúcio Flávio com um dos policiais acusados de pertencer ao Esquadrão da Morte, Mariel Mariscot de Matos⁶. Uma aliança que não durou muito, pois logo depois Lúcio Flávio iniciou uma série de denúncias sobre o envolvimento de policiais em suas fugas e crimes. Em uma carta enviada ao jornal O GLOBO por Lúcio Flávio, e publicada na íntegra em 31 de janeiro de 1974, ele afirma que apontaria “todos os policiais, guardas e funcionários que com a mesma mão que exibem uma carteirinha de polícia, recebem míseras propinas para levarem armas, fazerem trapaças, traindo a pobre e calejada Sociedade que lhes outorga o dever de defendê-la”⁷.

Com a morte de Marcos Aquino, Lúcio Flávio formou um grupo com seu irmão Nijini Renato Vilar Lírio, seu cunhado Fernando Gomes de Oliveira e o amigo Liece de Paula Pinto. Juntos, eles arquitetaram um eficiente esquema de assaltos a bancos, hotéis e outros estabelecimentos, assim como roubo de carros. Entre os fatos lembrados pelos jornais sobre a vida de Lúcio Flávio, as fugas são sempre apontadas como lembranças marcantes. Lúcio Flávio fugiu de instituições policiais, durante toda sua trajetória, 34 vezes, incluindo presídios de segurança máxima. Quando Lúcio Flávio morreu, assassinado por um companheiro de cela enquanto dormia, existiam, oficialmente, contra ele 74 processos. No entanto, policiais

⁵ ASSASSINATO desde 1972 era previsto. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 30 jan. 1975. 1º Caderno, p. 18.

⁶ NOVE anos de fugas e crimes. **O Globo**, Rio de Janeiro, 2 dez. 1972.

⁷ AS RAZÕES do fugitivo numa carta a O GLOBO. **O Globo**, Rio de Janeiro, 31 jan. 1974.

afirmavam que um levantamento mais amplo indicaria a soma de 400 processos por roubo de carros e 130 por assaltos, estelionato e co-autorias em outros crimes⁸.

O goiano Leonardo Rodrigues Pareja, personagem que será o contraponto de Lúcio Flávio Vilar Lício, tem apontado em sua biografia nos jornais e revistas da época o fato de ser o filho único de uma família rica que perdeu tudo o que tinha. Em entrevista publicada na revista VEJA⁹, Leonardo Pareja conta que tinha 10 anos quando o pai, dono de uma transportadora em Goiânia, perdeu o patrimônio. O pai, que era caminhoneiro, enriquecera após ganhar um prêmio na loteria federal. Na mesma entrevista, questionado sobre o porquê de ter virado bandido, respondeu que queria uma vida de aventuras. Quando era adolescente, com 16 anos, gostava de desafiar a polícia. Ainda segundo a mesma entrevista, foi preso pela primeira vez aos 12 anos, por fazer baderna na rua ao voltar de um show com uns amigos. Depois disso, segundo palavras da personagem, perdeu o medo. Aos 15 anos, andava de carro e moto roubados.

Aos 21 anos, foragido do Centro Penitenciário Agroindustrial de Goiás (Cepaigo), onde cumpriu 1 ano e meio de uma pena de nove anos por roubo de carros e assalto a postos de gasolina, Leonardo realizou o feito que lhe deu notoriedade: o seqüestro de Fernanda Viana, de 13 anos, com início em 31 de agosto de 1995. Fernanda, sobrinha de um dos filhos do senador Antônio Carlos Magalhães, foi mantida refém por cerca de sessenta horas. No dia 31 de agosto, Leonardo e Ricardo Sérgio Rocha assaltaram o publicitário Paulo Gadelha Viana, que estava acompanhado da filha Fernanda, em Salvador. Como garantia de que Paulo faria o depósito numa conta bancária por eles indicada, os seqüestradores levaram Fernanda

⁸ UM delinqüente, mais de 500 processos. **O Globo**, Rio de Janeiro, 30 jan. 1975. Grande Rio, p. 13.

⁹ LEITE, Virginie. A polícia é burra. **Veja**, São Paulo, 25 out. 1995. Entrevista, p. 7-10.

para um hotel em Feira de Santana, na Bahia. Ricardo Sérgio foi preso e Leonardo, cercado pela polícia, manteve a menina como refém¹⁰.

No dia 3 de setembro, depois de manter Fernanda por cerca de sessenta horas como refém, Leonardo obtém um carro e a promessa de que poderia fugir. Ele fugiu num Monza, levando junto o advogado Luiz Augusto Lima da Silva, que se ofereceu para trocar de lugar com a menina. Abandonando o advogado no caminho, Pareja furou um cerco de mais de 300 policiais e seguiu para Goiás¹¹.

Em 2 de outubro, já em Goiás, Leonardo Pareja telefonou para a Rádio Subaé, de Feira de Santana, e disse que até dezembro voltaria ao local para libertar o comparsa, Ricardo Sérgio. Foi a partir dessa ligação que a polícia conseguiu localizá-lo. O jornal **O Globo**, de 5 de outubro de 1995, registra que a partir do rastreamento telefônico, um cerco de 200 policiais foi feito no município de Aparecida de Goiânia, do qual Leonardo conseguiu escapar após mudar a aparência usando cabelos descolorados e barba rala. Nesse dia, houve um tiroteio e Cíntia Martins Ferreira, de 13 anos, foi atingida na perna e Leonardo foi acusado de autor do disparo¹². A fuga do seqüestrador só teve fim quando ele decidiu se entregar, em 12 de outubro de 1995. Em entrevista ao **O Globo**, publicada no dia 13 de outubro, Leonardo explicou que resolveu se entregar, pois já havia vencido o jogo com a polícia e não tinha mais graça¹³.

Cinco meses após sua volta ao Cepaigo, no dia 28 de março de 1996, se apresentou como um dos 11 líderes de uma rebelião. Negociou a liberdade de seus cúmplices e conseguiu sair do presídio, com outros presos e os reféns, dirigindo um carro. Pareja foi recapturado no dia seguinte, mas, ainda em fuga, surpreendeu a todos parando em um bar para tomar uma

¹⁰ RIBEIRO JÚNIOR, Amauri. Seqüestrador se entrega em Goiás. **O Globo**, Rio de Janeiro, 13 out. 1995. O País, p. 13.

¹¹ JÚNIOR, Waldomiro. Mil policiais caçam seqüestrador na Bahia. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 set. 1995.

¹² SEQUESTADOR escapa novamente. *O Globo*, Rio de Janeiro, 5 out. 1995. O País, p. 9.

¹³ RIBEIRO JÚNIOR, op. cit. 13 out. 1995.

cerveja¹⁴. Já rendido no 7º Batalhão da Polícia Militar, em Goiânia, em entrevista coletiva, criticou o tratamento dado aos presos, advertiu sobre a possibilidade de outras rebeliões no país, afirmou que o “crime não compensa” e, ainda, falou do medo de ser morto ao retornar ao presídio¹⁵.

Tanto o jornal **O Globo**, de 24 de maio de 1996, como o **Jornal do Brasil**, de 6 de abril de 1996, publicaram que os detentos que fugiram, mas foram recapturados, criticavam o plano de Pareja. Enquanto os presos que participaram da rebelião e não conseguiram fugir o classificavam como traidor. Ele permaneceu preso no quartel da Polícia Militar, em Porangatu (GO), mas foi reencaminhado ao presídio. Oito meses após a fuga, no dia 9 de dezembro de 1996, Leonardo Pareja foi assassinado fora de sua cela com sete tiros à queima-roupa disparados de uma pistola calibre 45. Ele foi o último líder, dos 11 que encabeçaram a rebelião em março do mesmo ano, a ser morto¹⁶.

Explorando a Tríplice Mimese

Estudamos os pormenores do ato de narrar uma história para compreender a intrínseca relação entre notícias e narrativas, ou notícias como histórias. A base teórica para a compreensão da estrutura narrativa e a idéia de fluxo narrativo adotada é a tríplice mimese de Paul Ricoeur¹⁷ - pré-figuração, configuração e refiguração – desenvolvida a partir da mimese de Aristóteles, explicada em sua *Arte Poética*¹⁸, e a teoria sobre o tempo de Santo Agostinho, em *Confissões*¹⁹.

¹⁴ MACEDO, Ana Paula; MOREIRA, Marco Antônio. Pareja desfruta de mais de 6 horas de fuga e fama. *O Globo*, Rio de Janeiro, 5 abr. 1996. O País, p. 8.

¹⁵ QUERO mudar de vida. O Crime não compensa. *O Globo*, Rio de Janeiro, 8 abr. 1996. O País, p. 4.

¹⁶ MARQUES, Hugo. Pareja é morto quatro dias após descoberta de túnel. *O Globo*, Rio de Janeiro, 10 dez. 1996. O País, p. 8.

¹⁷ RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa* (tomo I). Campinas, São Paulo: Papyrus, 1994.

¹⁸ ARISTÓTELES. *Arte Retórica e Arte Poética*. Rio de Janeiro, Ediouro, 1998.

¹⁹ SANTO AGOSTINHO. *Confissões*. 10 ed. Petrópolis: Vozes, 1990.

Para Ricoeur, é na intriga que está o meio privilegiado pelo qual reconfiguramos nossa experiência temporal. Partimos da compreensão de que as narrativas são fundamentais para a configuração do tempo e, com isso, para a configuração da vida. É inerente ao ser humano a faculdade de intercambiar experiências, é na narrativa que a vida configura sua existência. Fatos e personagens existem no tempo a partir do momento em que são contados. Por isso, não se pode ignorar que existe uma correlação entre a atividade de narrar uma história e o caráter temporal da experiência humana, que não é puramente acidental. O tempo torna-se tempo humano na medida em que é articulado de um modo narrativo, e a narrativa atinge seu pleno significado quando se torna uma condição da existência temporal.

O objetivo de Paul Ricoeur em sua obra é compreender o processo concreto pelo qual a configuração textual faz a mediação entre a pré-figuração do campo prático e sua refiguração pela recepção da obra, ou seja, ele busca reconstruir o conjunto das operações pelas quais "(...) uma obra eleva-se do fundo do opaco do viver, do agir e do sofrer, para ser dada, por um ator, a um leitor que a recebe e assim muda o seu agir (...)"²⁰. Três estágios miméticos encadeados constituem a mediação da relação entre tempo e narrativa. A mimese I (tempo pré-figurado), mimese II (tempo configurado ou construído) e mimese III (tempo reconfigurado).

A mimese I se refere ao mundo pré-figurado e fala do mundo da ação humana, realidade “por excelência” onde o senso comum é acionado para dar sentido ao que vivemos pela narrativa. Ela é apresentada pelo autor como aquela enraizada numa pré-compreensão do mundo e da ação. O ponto fundamental é que a narrativa se tornaria incompreensível se não viesse a configurar o que na ação humana já figura. Os traços da mimese I, ou estruturas pré-figuradoras, são três: suas estruturas inteligíveis, suas fontes simbólicas e seu caráter

²⁰ RICOEUR, 1994, p.86.

temporal. O autor entende que imitar ou representar a ação é primeiro pré-compreender o que ocorre com o agir humano: sua semântica, sua simbólica e sua temporalidade.

O primeiro traço que compõe a mimese I são as estruturas inteligíveis. É aqui que Ricoeur atinge o conceito de linguagem. O autor coloca que compreender uma história é compreender ao mesmo tempo a linguagem do fazer e a tradição cultural da qual procede a tessitura da intriga.

De fato, o primeiro passo da configuração textual é observar e compreender o fenômeno da linguagem, ou seja, é preciso situar os sujeitos bem como a própria palavra no meio social e cultural no qual estão inseridos. Bakhtin,²¹ relacionando linguagem e sociedade, valoriza a fala, a enunciação, e afirma sua natureza social, não individual. A fala está indissolavelmente ligada às condições de comunicação, que, por sua vez, estão sempre ligadas às estruturas sociais. Mesmo determinada pelo fato de que procede *de* alguém, como pelo fato de que se dirige *para* alguém, deve ser vista como território comum tanto ao interlocutor como ao locutor.

O segundo traço que compõe a mimese I é o das mediações simbólicas. Se a ação pode ser narrada é porque ela já está articulada em signos, regras, normas, ou seja, é desde sempre simbolicamente mediatizada. O segundo ancoramento que a composição narrativa encontra na compreensão prática está nos recursos simbólicos do campo prático. A mediação simbólica introduz a idéia de regras de descrição e interpretação.

Tendo como base a idéia de que a cultura é pública porque a significação o é, o autor entende que o simbolismo não está no espírito, trata-se sim de uma significação incorporada à ação e decifrável nela pelos outros atores em jogo. Baseados em Geertz²², nós entendemos que a cultura consiste em estruturas de significado socialmente estabelecidas, nos termos das

²¹ BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1995.

²² GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Zahar Editores: Rio de Janeiro, 2002, p.20-23.

quais as pessoas fazem coisas. Contudo, como sistema entrelaçado de símbolos interpretáveis, a cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos. A cultura é um contexto, algo dentro do qual os acontecimentos, os comportamentos, as instituições ou os processos podem ser descritos de forma inteligível.

A partir disso, Ricoeur conclui que, antes de ser um texto, a mediação simbólica - o símbolo - tem uma textura e compreendê-la é situá-la no conjunto das convenções, das crenças, das tradições e das instituições que formam a trama simbólica da cultura. A afirmação garante a inexistência de neutralidade e acrescenta a idéia de que em qualquer obra narrativa não há apenas convenções e convicções para dissolver, mas ambigüidades e perplexidades. Não é local de entendimento único. A palavra, vista como um signo que compõe a obra narrativa, já traz embutido seu sentido dialético, dinâmico, vivo, plurivalente.

Porém, em um mundo cada vez mais contraditório, buscam-se parâmetros para entender porque, apesar de ambíguas, 'as coisas são assim'. Vale ressaltar a intervenção dos meios de comunicação nesse processo de mediação simbólica. A narrativa se torna, nesse sentido, o lugar de explicação e de apresentação de diferentes experiências passíveis de serem vividas, cada dia mais de forma segura, em casa, no sofá, lendo jornal ou assistindo televisão. Não é preciso viver um crime, para saber contá-lo. Na contemporaneidade, a narrativa é midiaticizada. Grande parte do que conhecemos chega a nós por jornais, revistas, televisão, rádio e internet. Tanto é assim que, quando discutimos algo, parte de nossos argumentos fortes se baseia no que lemos, ouvimos ou assistimos nos meios de comunicação.

O jornalismo identifica e se apropria das mediações simbólicas. O primeiro estágio da mimese - o mundo prático do senso comum - é a fonte primeira na qual o repórter busca pistas de significados que podem ser usados para dar sentido às notícias. Ele deve apreender o catálogo de interpretações narrativas da experiência para compartilhar o entendimento dos

fatos com o público. Mas, ao assumir o papel do especialista, que tem como domínio dar coerência e consistência à realidade, ele acaba também por explicar como a realidade deve ser compreendida. Nos jornais, fica clara a idéia de construção narrativa que tenta organizar a experiência humana em unidades temáticas.

O terceiro traço da pré-configuração da ação é o temporal, implícito às mediações simbólicas da ação e considerado indutor da narrativa. O estudo da estrutura temporal traduz tanto a inquietação profunda do ser no mundo, como a sua inserção histórica. O autor toma o conceito de intratemporalidade - ou "ser-no-tempo" - não como a representação linear do tempo, mas como uma apreensão abstrata do tempo. As palavras "passado, presente e futuro" desaparecem e o próprio tempo figura como unidade eclodida desses três êxtases temporais. Isso não significa que o tempo deixa de carregar traços irredutíveis à representação linear, como as estações, o dia, as horas. Mas indica que existem diferentes apreensões do tempo.

O tempo, segundo Halbwachs,²³ faz geralmente pesar sobre nós um forte constrangimento, seja porque consideramos muito longo um tempo curto, quando estamos impacientes ou aborrecidos, ou temos pressa de acabar uma tarefa ingrata; seja porque, ao contrário, nos parece muito curto um período relativamente longo, quando nos sentimos apressados e pressionados, quer se trate de um trabalho, de um prazer, ou simplesmente da passagem da infância à velhice, do nascimento à morte.

O tempo passa a ser visto então como um modo de inscrições das atividades humanas na duração, conforme esclarece Chesneaux²⁴ ao falar do conceito de temporalidade. O pertencimento ao tempo e seu uso é a relação que as pessoas e a sociedade estabelecem com a duração do fluxo do tempo. Uma relação mutável, própria de cada época.

²³ HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990, P. 90-91.

²⁴ CHESNEAUX, Jean. "Temps de la mondialisation, mondialisation du temps". In: **Habiter le temps**. Paris: Bayard Éditions, 1986, p.189-205.

Na contemporaneidade, habitamos o tempo mundo, cujos primeiros esboços surgiram no final do século XIX, com a instituição da hora mundial, a partir do Meridiano de Greenwich. Um tempo criado devido a interesses econômicos de navegação, comunicação e comércio internacional. Arquetou-se um tempo sistematizado, que quantifica e racionaliza a ação humana em função de um tempo demarcado pelo extremo. O tempo econômico separa-se do tempo natural. O ritmo é regulado pela lógica da produção, que impõe uma perpétua auto-aceleração, atualização, renovação. Chesneaux²⁵ argumenta que o mundo tornou-se um espaço só. Tudo o que acontece diz respeito a todos, da economia ao cotidiano ordinário.

No processo de regulação do tempo mundo, dado principalmente pela lógica da produção, há categorias sociais que cotidianamente desempenham papel fundamental de imposição desse tempo universal. Entre os agentes econômicos e financeiros, locais ou internacionais, os jornalistas e outros profissionais da mídia se transformam em agentes de sedimentação e naturalização deste novo tempo. A temporalidade passa também a ser conceito construído pela narrativa dos meios de comunicação. Os universais de aceleração, vitalidade e mudança, que dominam o pensamento contemporâneo, são também engendrados pelos mídias.²⁶ Acompanhar as notícias é estar inserido no mundo, no tempo presente, é tornar-se presente. É no narra que o indivíduo se coloca ou aparece no tempo. Ao ler um jornal, o leitor se insere no tempo da mídia.

A segunda mimese alcança o estágio de configuração da narrativa. É nesse estágio mimético que se encontra o jornalista como “mediador”, chamado de jornalista-narrador nesse trabalho. Com a mimese II abre-se o reino do como-se. O discurso, qualquer discurso, em sua

²⁵ Idem, Ibidem.

²⁶ BARBOSA, Marialva. “Meios de Comunicação, memória e tempo: a construção da “redescoberta do Brasil”.” Texto final da pesquisa de pós-doutoramento em Comunicação Social realizada no *Laboratoire d’anthropologie des institutions et des organisations sociales – LAIOS/ Centre National de la Recherche Scientifique*. França – Paris, de setembro de 1998 a agosto de 1999.

totalidade como imagem de alguma realidade, comporta uma relação de correspondência com aquilo de que ele trata. O que o torna cognitivo em seus fins e mimético em seus meios. Ricoeur nos explica que o lugar dado à mimese II entre um estágio anterior e um estágio ulterior não é uma tentativa de enquadramento, é, sobretudo, para ressaltar a função de *mediação* derivante do caráter dinâmico da operação de configuração. Ressalta-se que todos os conceitos relativos a esse nível designam operações.

Três motivos são apontados pelo autor para explicar que a intriga é mediadora: a mediação feita pela intriga entre acontecimentos individuais e a história como um todo, o caráter temporal da narrativa e a união de elementos heterogêneos.

Primeiro, a tessitura da intriga faz mediação entre acontecimentos individuais e a história como um todo. Ela extrai uma história sensata de uma pluralidade de acontecimentos ou de incidentes; ou transforma acidentes e incidentes em uma história. Um acontecimento passa a ser visto mais do que uma ocorrência singular, enquanto uma história deve ser mais do que uma enumeração de eventos numa ordem serial. Os eventos devem ser organizados numa totalidade inteligível, de tal forma que se faça possível perceber claramente o tema tratado.²⁷ A mídia faz isso cotidianamente, não só organizando eventos como operando a construção de temas dignos de interesse público.

No caso de Lúcio Flávio, destacamos os registros de sua morte pelos jornais.²⁸ O companheiro de cela que o assassinou, Mário Pedro da Silva, conhecido como “Marujo”, recebeu pouco destaque pelos jornais. O tema não era o assassino, mas o morto notório. Ele foi entrevistado, fotografado, algumas falas de efeito foram destacadas, como “é só mais um crime para mim”, porém o nome dele, quando lembrado, sempre vinha seguido da explicação

²⁷ RICOEUR, *op. cit.*, p. 103.

²⁸ De acordo com o que encontramos nos jornais, Lúcio Flávio Villar Lório foi morto em 29 de janeiro de 1975. Numa madrugada, após desentendimentos, “Marujinho” desferiu vários golpes no peito de Lúcio Flávio utilizando um pedaço de vergalhão.

“assassino” ou “matador de Lúcio Flávio”.

Os outros dois pontos analisados por Ricoeur são o caráter temporal da narrativa e a união de elementos heterogêneos. A tessitura da intriga é composta conjuntamente por fatores tão heterogêneos quanto agentes, fins, meios, interações, circunstâncias, resultados inesperados etc. A narrativa faz aparecer numa ordem sintagmática todos os elementos suscetíveis de figurar no quadro paradigmático estabelecido pela semântica da ação. É no ato de dar sentido aos fatos, através dos sistemas simbólicos, que ocorre a transição de mimese I para mimese II. Possui também caráter temporal próprio em duas dimensões: uma cronológica, a outra não-cronológica. A primeira caracteriza a história enquanto constituída por acontecimentos. A segunda é a dimensão configurante propriamente dita de transformação dos acontecimentos em história.

Possuindo um caráter temporal próprio em duas dimensões - caracteres temporais combinam em proporções variáveis os tempos cronológico e não-cronológico - é constituída na mimese II não apenas a dimensão episódica da narrativa, como a configurante. A dimensão episódica, ligada ao tempo cronológico, caracteriza a história enquanto construída por acontecimentos. A dimensão configurante, ligada ao tempo não-cronológico, transforma os acontecimentos em histórias. Esse ato configurante, próprio dos meios de comunicação na contemporaneidade, consiste em considerar junto incidentes da história. Assim, de uma diversidade de acontecimentos é possível extrair uma unidade e a intriga inteira pode ser traduzida em um pensamento, que é o assunto ou o tema próprio daquele tempo narrado.²⁹

Os jornais dão a mesma forma e conteúdo a uma diversidade de acontecimentos no tempo e no espaço. O tema “violência” engloba uma série de diferentes acontecimentos configurados da mesma forma, como consequência da “crise da segurança pública”, da “corrupção policial”, da “falta de policiamento” e etc. No entanto, não são todos os

²⁹ RICOEUR, *op. cit.*, p. 104.

acontecimentos, não é toda a realidade, mas uma “parte” da realidade trazida à tona e apresentada como um “todo”.

Além do entendimento de como os eventos são postos dentro de um tema, o caráter temporal da narrativa e dos elementos heterogêneos, que falamos até aqui, mais uma idéia é apresentada pelo autor como a matriz geradora de regras que ligam o entendimento e a intuição. Essa idéia Ricoeur chama de imaginação produtora.

É presente no imaginário social a percepção que toda história tem princípio, meio e fim. Mesmo que essa estrutura seja usada na ordem inversa para contar uma história, em algum momento nos é apresentada a explicação para que haja entendimento, ligação entre os fatos iniciais e finais, que estão correlacionados. Além disso, a história estimula a intuição narrativa, inerente ao ser humano, que tem toda as características da tradição, ou seja, um depósito de dados que nos fornecem noções para a compreensão do tema tratado. No entanto, esse depósito é sempre novo, alimentado pela transmissão sempre viva, ou seja, um depósito reativado pelo ato de re-narrar uma história capaz de enriquecer a tradição com traços novos do tempo.

Assim, a imaginação produtora nasce do paradigma que se constitui na gramática que regula as composições de novas obras, fornecendo as regras para experimentações ulteriores.³⁰ E ela também se torna ferramenta dos jornalistas para dar sentido às suas “estórias”, ligando entendimento e intuição. Afinal, indo além do registro dos fatos, notícias são histórias. Num contexto noticioso, Darnton lembra de ter escrito “estórias” sobre crimes que, embora registrando acontecimentos verdadeiros, estavam enraizadas em histórias mais amplas, como as “estórias da desolação”. Quando precisava de citações de pais sobre a morte de seus filhos, costumava inventá-las, como também faziam outros jornalistas, o que contribuía para uma padronização. Isso porque os repórteres sabiam o que uma “mãe

³⁰ RICOEUR, *op. cit.*, p. 107.

consternada” ou um “pai de luto” teria dito, possivelmente “(...) até ouviríamos dizerem o que já estava em nossas cabeças, e não na deles (...)”.³¹

A terceira e última etapa da construção narrativa é a mimese III, que completa o ato mimético. O texto apenas atinge seu pleno sentido quando é restituído ao mundo do agir. A configuração feita pela mimese II é então reconfigurada na leitura, na recepção. Chega-se ao estágio que marca a interseção do mundo de texto com o mundo do leitor.

Contamos histórias porque finalmente as vidas humanas têm necessidade e merecem ser contadas. Porém, nenhuma obra é completamente fechada, ela tem lacunas, buracos, desafiando o leitor a configurar vários aspectos por si mesmo. Nesse momento, o leitor, abandonado pela obra, carrega o peso da tessitura da intriga. O ato de leitura é uma operação que une a mimese III e a mimese II. Ora, o que é comunicado por uma narrativa é o mundo que ela projeta e que constitui o seu horizonte. O leitor, por sua vez, pode fazer uma leitura passiva ou criativa da história, acolhendo uma obra numa situação de referência ao mesmo tempo limitada e aberta a um horizonte mundo.

Para Ricoeur, a referência é ontológica, é a condição do ser-no-tempo. O ser, contudo, se relaciona com o mundo e outras referências que não apenas as suas. O ser *no* mundo segundo a narratividade é um ser no mundo já marcado pela prática da linguagem pré-figurada no agir humano. Essa co-referência é dialogal. Sendo a linguagem uma coisa e o mundo outra, a narrativa está sempre cruzando suas próprias referências com os horizontes externos a si. O receptor não recebe apenas o sentido da obra, mas também o seu sentido, a sua referência, fazendo chegar à linguagem a sua experiência que, em última análise, é a sua temporalidade no mundo.

A narrativa se apresenta como uma metáfora viva, uma transposição do mundo em

³¹ DARNTON, Robert. “Toda notícia que couber a gente publica”. In: **O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução**. São Paulo: Companhia das letras, 1990, pp. 70-97.

linguagem. A obra literária leva uma experiência de mundo à linguagem e a linguagem devolve sua experiência ao mundo. O enunciado metafórico arruína, abole o sentido literal, revestindo-se de um alcance ontológico pleno. Ricoeur afasta-se da visão dos que defendem a imanência na obra. Para ele, a imanência está apenas nos símbolos. O ser parte de uma condição ontológica, de uma noção originária, que é vivenciada no mundo e no tempo e que se externaliza na linguagem.³²

Em resumo, o leitor recebe o sentido e a referência da obra a partir de seu próprio sentido e referência. É ele o operador por excelência que assume, por seu fazer, a ação de ler, concluindo o trabalho mimético e dando vida à narrativa ao refigurá-la.

Entendendo o fluxo narrativo

Na história de ambas personagens estudadas fica claro que elas ganham notoriedade a partir de um fato localizado que teve grande repercussão via meios de comunicação. A mídia passa a repercutir suas histórias de vida, vasculhar suas relações, histórias de crimes iniciais, a partir de um fato central de grande repercussão. Dia após dia, eles vão sendo mais bem definidos e encaixados em um fluxo narrativo, de forma e conteúdo, específico³³. O conteúdo, nós consideramos como o fluxo do tema da personagem criminal romantizada, ou seja, o que se fala. A forma, como o fluxo das estratégicas narrativas usadas pelos jornalistas-narradores, em outras palavras, como se fala da personagem criminal romantizada nas duas épocas estudadas.

³² Ricoeur também trata nessa parte sobre o designo referencial e sobre a pretensão de verdade, lembrando a existência de duas grandes classes de discursos narrativos: a narrativa de ficção e a historiografia. Para ele, é inegável a assimetria entre os modos referenciais da narrativa história e da narrativa ficcional. Só a historiografia pode reivindicar uma referência que se inscreve na *realidade empírica*. No entanto, o uso de *vestígios do passado* retira algo de referência metafórica comum a todas as obras poéticas.

³³ Vale ressaltar que os fluxos do tema e das estratégias narrativas foram separados apenas para fins de análise, mas são percebidos como intrinsecamente ligados e compõe o fluxo narrativo.

O estudo do fluxo narrativo demonstra que a mídia reconstrói o passado da personagem para explicar o presente e criar um projeto de futuro esperado que também se concretizará via meios de comunicação. O jornal insere a personagem criminal num fluxo contínuo onde outras personagens criminais se confundem com ela, revelam-se nela. A personagem é enquadrada num fluxo contínuo de notícias que perpassa décadas contando a mesma história de tantas outras personagens criminais do presente, do passado e do futuro. Evidencia-se, nessas narrativas registradas nos periódicos, especialmente, as características que compõem uma identidade criminal (re)marcada e que, por isso, é mitológica. Em outras palavras, quando tratamos da personagem criminal Lúcio Flávio Vilar Lírio características de outras personagens serão rememoradas e (re)atualizadas nessa personagem. Um ato de (re)configuração ritual, que (re)confirma valores universais e insere a personagem em um fluxo narrativo temático, por meio de estratégias narrativas também pertencentes ao mesmo fluxo, capaz de impor a certeza de que algo existe de uma maneira absoluta na vida humana cotidiana.

Extraí-se uma configuração de uma sucessão, ao mesmo tempo em que a intriga vai revelando-se ao leitor como uma história a ser seguida. Seguir uma história significa avançar no meio de contingências e peripécias sob a conduta de uma espera que encontra sua realização na conclusão. Uma conclusão aberta para o encaixe de outras histórias que darão seqüência ao fluxo narrativo. A velha história é retomada do início pela nova história, tida como nova por apresentar novo personagem, mas que na verdade está recomeçando a história antiga. O “ponto” colocado no final da velha história é percebido como o ponto de vista que explica a história como um todo, ou melhor, todas as outras histórias do passado, do presente e do futuro. Um momento considerado como trabalho de memória, que tenta fixar os aspectos que ordenam o tema tratado até então e (re)afirma como a nova história deverá ser lida. Em outras palavras, compreender a história, é compreender como e por que os episódios

sucessivos levaram a essa conclusão aceitável. O sentido do “ponto final”, - que a configuração da intriga impõe à seqüência indefinida de incidentes -, tem função estrutural de encerramento que pode ser discernida muito mais no ato de re-narrar do que no de narrar. Seguir as histórias é apreender os episódios bem conhecidos como conduzindo a um fim que leva a um novo início. O que ocorre é uma recapitulação constante que inverte a ordem do tempo³⁴ e dá seqüência ao fluxo narrativo.

Nos falta ainda analisar a questão da memória, pois entre o tempo e a narrativa falta a memória. Nós utilizaremos o conceito de memória coletiva para complementar o estudo da narrativa. Maurice Halbwachs, ao se interrogar sobre a questão da memória, funda uma teoria de memória coletiva, na qual inaugura a idéia de que o meio social exerce influencia decisiva sobre a memória do indivíduo. Se todo indivíduo está em processo de interação e troca com o grupo do qual faz parte, com o meio social e com toda a sociedade, a memória é sempre coletiva, ou seja, é uma construção de natureza social.

A memória funda uma cadeia de tradição narrativa, que transmite os acontecimentos de geração em geração. Vai se tecendo assim uma rede que em última instância todas as histórias constituem entre si. Uma se une a outra articulando os elementos que as compõem. Nesse ponto, elas se apresentam como narrativas míticas. Ou seja, apresentam elementos de outras histórias cujas significações já estão na mente das pessoas. Os temas das narrativas míticas são atemporais, apenas muda a inflexão, que cabe à cultura.

Mesmo antes de ler a notícia, o sujeito está emaranhado na narrativa e a história pode perfeitamente acontecer a alguém antes que alguém a conte. Isso porque as histórias vividas estão imbricadas umas nas outras formando um pano de fundo. Narrar, seguir, compreender histórias é só a continuação dessas histórias não-ditas. A pré-história da história é o que vincula a um todo mais vasto.

³⁴ RICOEUR, *op. cit.*, p. 105-106.

É preciso examinar como é feito esse vínculo a um todo mais vasto. A criação de um fluxo narrativo que perpassa inclusive décadas contando a mesma história - que se difere apenas por nomes, datas e números - denuncia a existência de um *continuum* narrativo de referência. Avançando na consideração de notícias como narrativas, podemos pensar que as matérias noticiosas de crimes, como as que serão estudadas, do ponto de vista do texto, possuem marcas singulares e uma delas é que ela é construída nos fatos anteriores ao próprio acontecimento. Voltamos ao ponto já explorado de que as notícias criminais apresentam duas histórias: a do crime e a de seus antecedentes que envolvem outras notícias semelhantes.³⁵

³⁵ BARBOSA, Marialva. **O jornalismo, o sensacional e os protocolos de leitura**. Texto Mimeo, 2004.

O Enquadramento Humano como alternativa ao Orientalismo

Renan Pinheiro ¹

Resumo: O trabalho aqui apresentado decorre da análise das coberturas do repórter Sérgio Dávila, da Folha de S. Paulo, e da Revista Veja, durante a Guerra do Iraque. O levantamento foi feito à luz do Orientalismo, conceito cunhado pelo teórico Edward Said. Este conceito corresponde a um sistema de conhecimento originado pelo Ocidente para explicar tudo que se refere ao Oriente. As explicações seriam dadas em um tom depreciativo, na medida em que o lado Leste seria entendido como um lugar onde reina a barbárie. Segundo Said, a mídia seria o mais novo divulgador do Orientalismo. Nesses termos, ao avaliar os materiais jornalísticos de Dávila e Veja, constatamos que o semanário brasileiro partilha dos pressupostos orientalistas, enquanto o repórter do diário paulista os ignora, adotando uma alternativa: o Enquadramento Humano.

Palavras-chave: Orientalismo; Guerra; Enquadramento; Oriente; Barbárie

O Orientalismo na cobertura jornalística de Guerra

As guerras são fenômenos intrínsecos à experiência humana. Desde a Antiguidade até a presente época, elas irrompem a ordem do dia, causando fascinação e horror aos envolvidos.

Um passeio por bibliotecas é bastante revelador de como eventos bélicos inspiraram uma revoada de escritores e instigaram estudiosos do mundo inteiro, de forma que nunca saíram do horizonte de debates homéricos acerca do assunto, normalmente travados em universidades.

Entre esses estudiosos, figura Edward Said². Foi ele quem edificou, no ano de 1978, o conceito de Orientalismo. Através da publicação *Orientalismo – O Oriente como invenção do Ocidente*, Said revela que a definição refere-se a um sistema de conhecimento, a um

¹ Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pelas Faculdades Jorge Amado (FJA).

² Edward W. Said nasceu em Jerusalém, em novembro de 1935 e morreu nos Estados Unidos, em setembro de 2003. Foi professor na Columbia University, Nova York. Um dos mais emblemáticos críticos literários dos Estados Unidos e dos mais respeitados pensadores do mundo árabe, publicou outros livros como *Cultura e Imperialismo*, *Cultura e Política* e *Reflexões sobre o exílio* e outros ensaios.

constructo de idéias, forjado pelo Ocidente para explicar a sua contrapartida geográfica³: o Oriente. Explicar, em um tom depreciativo, o povo, as matizes culturais, as formas de agrupamento, a religião, elementos reconhecidamente presentes do outro lado do continente.

Para originar o livro, Said mapeou registros de viajantes ocidentais que realizaram incursões no Oriente, percorreu publicações de escritores famosos como Flaubert e Dante Alighieri – os quais citaram o Leste mundial em seus tomos literários – e identificou trabalhos oriundos das academias européias, que ansiavam desvendar “o outro lado do mundo”. O acervo consultado compreendia o período entre os séculos X e XX.

Ao término da minuciosa investigação, Said constatou que um discurso acerca do mundo oriental fora erigido. Um discurso que se baseava em estereótipos, representações, chavões. Ele se solidificou e foi difundido em larga escala para os confins da Europa, se tornando duradouro e recorrente, ganhando longevidade inclusive na América. Os estereótipos, a maneira etnocêntrica e desumanizante, concluía que o mundo oriental acomodava a barbárie, a insinceridade, o caos, e mais um sem-número de vicissitudes (SAID, 1990).

Além de perceber o Orientalismo como um estilo de pensamento, através do qual o lado Leste é ontologicamente (da natureza do *ser*) fantasmagórico, Said o entende como uma instituição organizada para dominar econômica e politicamente o Oriente. Uma entidade imperial que torna favorável e legítima a exploração comercial do Oriente pelo Ocidente. Uma máquina pulsante a engolir o perímetro oriental. Uma vez que aquele não tem condição de autogoverno, está justificada a intervenção e a tomada de autoridade por parte das potências européias. Essa operação era empreendida, sobretudo, no começo da vigência do Orientalismo, pela França e Inglaterra, e mais tarde pelos Estados Unidos.

O Orientalismo nasce dessa aproximação com o Oriente, criando uma relação de poder, força e dominação, (...) resultado do conhecimento produzido sobre o

³ Said traz a luz, em seus livros, a expressão *Geografia Imaginativa*. A definição corresponde a uma linha que separa o Ocidente do Oriente, um limite imaginário produzido pelo homem.

Oriente, e que é reforçado pela dominação, muitas vezes militar, exercida no Leste, resultando para essa região coerções e limitações ao pensamento (IDEM: p. 52).

Edward Said fala em termos de um exercício de força interpretativa perpetrado pelo Ocidente, onde as populações orientais estavam associadas ao atraso, à irracionalidade. Por conseguinte, a Europa esbanjava virtude, civilidade, estava a reboque do desenvolvimento. Como formula Said, o Oriente era, assim, a experiência de contraste ao velho continente, este tomado como referência de vitalidade e preponderância. “De maneira bastante constante, o Orientalismo depende (...) dessa superioridade posicional flexível, que põe o ocidental em toda uma série de relações possíveis com o Oriente, sem que ele perca jamais a vantagem relativa”. (IDEM).

O Orientalismo Moderno

No transcurso da história, o Orientalismo ganhou uma nova roupagem, mais adequada à nova conjuntura mundial, que se estrutura sob o prisma das novas tecnologias e do fluxo ininterrupto de informações. Esse Orientalismo moderno, como intitula Said no livro *Covering Islam: How the media and the experts determine how we see the rest of the world*⁴ (1997), aparece renovado em uma espécie de “neo-orientalismo” jornalístico, onde as novas mídias é que ditam a natureza e a personalidade oriental.

“Nutrindo-se de uma visão dicotômica do mundo, esse conhecimento orientalista, que Said verá refletido na mídia, é um conhecimento criado e recriado à luz de um consenso baseado em oposições Eles/Nós, Islã/Ocidente, Atavismo/Modernidade, Autoritarismo/Democracia”. (MONTENEGRO, 2000, p. 11). A imprensa ocidental, nos moldes industriais de produção de notícias, se configura como o novo espaço para a canalização dos pressupostos orientalistas.

Em um artigo brotado da necessidade de se entender como o mundo islâmico é retratado pela mídia ocidental, a antropóloga Urpi Montoya detectou exemplos textuais de como o

⁴ Tradução: Cobrindo o Islã: Como a Mídia e os Experts Determinam como Vemos o Resto do Mundo.

Orientalismo é reforçado nas páginas de jornais e revistas do mundo ocidental. “A cobertura do mundo islâmico pelos jornais analisados confirma essa imagem [do mundo oriental, onde o imperativo é barbárie e suas similitudes]. (...) Os islâmicos aparecem como autoritários e totalitários, (...) violentos, vingativos, sangrentos que nos odeiam e são psicologicamente incapazes da paz, fanáticos” (MONTROYA: 2005a).

Essas imagens depreciativas do Islã e do Oriente se proliferaram na mídia e, nesse recanto, parecem ter criado raízes. A oferta de veículos de comunicação que partilham de idéias orientalistas é numérica. Muitos deles estampam a histeria e a intranquilidade como elementos subjacentes do lado Leste do globo. Para tanto, se utilizam de um aparato discursivo que é conclusivo quando o assunto é Oriente.

O debate sobre como conviver se perde de vista totalmente em meio a gritaria (...) sobre a ameaça do Islã, do fundamentalismo e do terrorismo, gritaria encontrada com tanta frequência na mídia ocidental. Tal como qualquer outra cultura mundial importante, o Islã contém uma espantosa variedade de correntes e contra correntes, cuja maioria não é discernida pelos orientalistas tendenciosos, para os quais o islamismo é objeto de medo e hostilidade, ou por jornalistas que não conhecem nenhuma das línguas ou histórias relevantes e se contentam em se basear nos estereótipos que perduram no Ocidente desde o século X (SAID, 2003, p. 325-6).

Esse processo de escalada do Orientalismo na imprensa ocidental está atrelado a um imperialismo que remonta ao século XIX. Um imperialismo que, depois da França e Inglaterra, passa a ser impetrado pelos Estados Unidos. Como nação hegemônica nos cenários político e econômico, os EUA exercem uma forte presença nos meios de comunicação globais. Vulto proeminente nas relações internacionais do Ocidente com o mundo asiático, o país tem procurado se preocupar em exercer um controle dos *media*.

O exercício desse controle ajuda a preparar terreno para a permanência de narrativas orientalistas nos meios de comunicação do Ocidente. A chancela norte-americana consegue guiar jornalistas que, em muitos casos, operam o pensamento orientalista por iniciativa própria. Em razão desse cerceamento de informações e do rígido controle, o Oriente e o Islã

acabam bombardeados por rotulações rasteiras como lugar onde reina tão somente a barbárie. Fazendo uso das palavras de Urpi Montoya, o mundo islâmico é retratado recorrentemente como espaço onde vivem loucos, fanáticos e pessoas fora do tempo.

Essas singularidades, atribuídas aos orientais, fundiram-se em um todo identitário, o qual é tributário de uma inviolabilidade. A mídia ocidental catapultou essa distorção interpretativa que formula a identidade dos árabes. Mas, Néstor García Canclini atenta, com propriedade, para o que há de especificidade em uma identidade. “A identidade é uma construção que se narra” (CANCLINI, 1999, p. 165). A mensagem dele nos passa o seguinte: essa é uma das opções (o orientalismo) para entender o Oriente. Podemos ignorá-la, narrando uma outra que nos seja conveniente e real.

Análises das coberturas da Veja e de Dávila

As coberturas jornalísticas da Revista Veja e do correspondente Sérgio Dávila, da Folha de S. Paulo, que acompanharam o conflito em 2003, foram analisadas pelo presente estudo. O objetivo do trabalho é entender existem marcas orientalistas nos textos produzidos pelo semanário e pelo jornalista do diário paulista.

Dos enquadramentos⁵ das coberturas da Veja e de Sérgio Dávila

Em 2004, Alessandra Aldé⁶ publicou uma análise da cobertura da imprensa mundial da Guerra do Iraque, com base na Teoria do Enquadramento. A pesquisadora identificou quatro enquadramentos principais adotados pelos *media*. São eles o Militar ou Belicista, o

⁵ O trabalho teve como instrumental teórico, os conceitos de Análise do Enquadramento e da Análise do Conteúdo. Enquadramento, como define Mauro Porto, avaliando postulados consagrados saídos de autores como Gaye Tuchman e Erving Goffman, é entendido como um recurso que organiza o discurso “através de práticas específicas (seleção, ênfase, exclusão) e que acabam por construir uma determinada interpretação dos fatos” (PORTO, 2004, p. 80).

⁶ Jornalista e doutora em Ciência Política, professora do Departamento de Teoria da Comunicação – Faculdade de Comunicação Social da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ)

Econômico, o Humanista ou Humano e o Político. No levantamento da Revista Veja e do Jornal Folha de S. Paulo apontamos a existência dos mesmos enquadramentos, acrescido do que chamamos de enquadramento Orientalista. Segue abaixo uma tabela com a definição de cada um deles⁷.

Tabela 1 – Definições para os enquadramentos

Enquadramento	Definição
<u>Militar ou belicista</u>	Este dá conta do aparato bélico dos países beligerantes, das táticas e estratégias de guerra adotadas, da movimentação das tropas, do potencial de cada arma utilizada, dos arsenais.
<u>Econômico</u>	Neste pululam referências ao investimento financeiro em uma guerra, as cifras que tornaram possíveis o confronto. Este enquadramento aponta também as motivações econômicas da guerra, e para as conseqüências da derrota e ocupação do país invadido.
<u>Político</u>	Neste há alusão para o processo de tomada de decisões e exercício do poder, e seus efeitos para a ordem internacional. É comum encontrar neste tipo de enquadramento declarações de lideranças nacionais como George W. Bush, Saddam Hussein, etc.
<u>Humano ou Humanista</u>	Este dá conta dos efeitos de uma guerra sobre as populações submetidas, nas perdas humanas e na destruição civil. Para o nosso caso trabalhado, este enquadramento concentra-se na destituição da perspectiva orientalista e no alinhamento com um tom relativista e antropológico. Pode ser definido como uma alternativa ao Orientalismo, na medida em que interpreta o conflito como um empreendimento que vitima inocentes e como uma ação de cunho imperialista. Em termos gerais, considerando o nosso caso particular, denuncia a invasão norte-americana ao Iraque, enxergando-a como um ato calcado em um Orientalismo.
<u>Orientalista</u>	Neste estão demarcadas unidades narrativas que atribuem ao Iraque – parte integrante do Oriente – características depreciativas, as quais revelam um Iraque atrasado, consumido pela barbárie e necessitado de uma intervenção “amiga”. Os EUA figuram como a nação que pode levar ao país a “civilização” e a “democracia”. Configura-se como um enquadramento que ressalta estereótipos e chavões orientalistas, reduzindo a religião islâmica e negando a capacidade de auto-governo do Iraque. Corresponde a um recorte o qual dá relevo a dicotomias como Ocidente/Oriente, Islã/Cristianismo, Civilização/Barbárie, etc. Enquadramento que, episodicamente, traz consigo traços comparativos entre o poder de guerra dos países envolvidos no conflito. Essas comparações resultam eventualmente em “equações orientalistas”, a partir das quais um país é considerado mais superior que o outro.

⁷ Os enquadramentos originados por Aldé são reformulados em nossa pesquisa. No entanto, algumas informações originais estão mantidas.

A Veja e o predomínio do Enquadramento Orientalista

Diversos foram os veículos de comunicação do mundo que condenaram a guerra deflagrada pelos Estados Unidos contra o Iraque, muito embora tenha havido um claro alinhamento de grande parte da mídia com a operação bélica dos norte-americanos. A Revista Veja, como aponta o levantamento científico ora produzido neste trabalho, apoiou o conflito na medida em que considerou o ato ianque legítimo, mesmo este tendo sido tomado sem a aprovação do Conselho de Segurança da Organização das Nações Unidas (ONU).

Na análise foram consultadas as reportagens produzidas entre os dias 26 de março e 23 de abril de 2003. Contabilizou-se um total de 24 matérias jornalísticas.

Conforme as estatísticas advindas do levantamento, o Enquadramento Orientalista foi adotado 14 vezes, acima do político, que teve seis aparições. Os Enquadramentos Militar, Econômico e Humano foram diminutos na cobertura de Veja. O Militar foi adotado três vezes, enquanto o Econômico apareceu uma única vez e o humano nenhuma. O Orientalismo, dessa forma, moldou o trabalho jornalístico do semanário sobre a Guerra no Iraque.

Um primeiro aspecto da corrente orientalista que se apresentou aos olhos dos pesquisadores quando da análise dos materiais de Veja, foi o enaltecimento do poderio bélico dos EUA, do avanço tecnológico que denota – esse foi viés – a superioridade ianque frente ao “obsoletismo” iraquiano e, via de regra, dos povos orientais. A motivação da Revista quanto à ida dos EUA à guerra era clara. Nos textos, a demonstração de que era necessário confiar na “inteligência” dos mísseis e bombas norte-americanos. Na primeira matéria sondada pelo levantamento, com o título *A Guerra ao alcance de todos*, a seguinte informação.

Mísseis e bombas guiados pela rede de satélites em órbita permitem que os bombardeios sejam limitados aos alvos estratégicos e militares. Um míssil orientado por informações de computador e por satélites tem margem de erro do alvo inferior a 1 metro. Ou seja, **não erra**. Com isso é possível reduzir o número de civis mortos. (26/03/2003, grifos nossos)

A expressão “bombas inteligentes” e afins como “gigantismo do setor de defesa americano” e “avanço tecnológico” – apontadas como exemplos de unidades de registro orientalistas – povoaram a cobertura de Veja, numa espécie de exaltação a suposta precisão e/ou eficiência dos ataques norte-americanos. Frases como “baterias antiaéreas são inúteis contra mísseis teleguiados”, garantem o tom irônico de uma interpretação orientalista, que parecia ganhar estatuto de onipresença nas reportagens. Significa traçar uma comparação descabida entre os arsenais dos países beligerantes.

Os repórteres do semanário preferem chamar as divisões militares de coalizão de “forças aliadas”, sendo insignificante a presença da denominação “tropas invasoras”, tão recorrente na cobertura de Sérgio Dávila. Nos poucos instantes que contraria a guerra, a Veja se nega a ampliar a discussão. Abafa o debate e o relega ao esvaziamento.

A Veja enquadra a invasão norte-americana como uma intervenção que tem por natureza minimizar a tirania, o despotismo de Saddam Hussein no Iraque, levando a democracia. De acordo com a Revista, “as intervenções militares americanas recentes, como a do Haiti, a de Kosovo e agora a do Iraque, realmente produzem regimes menos cruéis com seus cidadãos e menos concentradores de riqueza e poder”.

O subterfúgio está lançado e os EUA, na Veja, é compreendido como um antídoto para as mazelas iraquianas. A perspectiva de que os Estados Unidos querem assaltar as riquezas iraquianas, em uma atitude imperialista, não encontra eco na cobertura. Não se traz à baila se é legítima a postura ianque de tomar o Iraque mediante a utilização da força. Do contrário, o veículo parece querer encontrar uma justificativa plausível para a ação bélica estadunidense.

A ameaça que supostamente Saddam Hussein traz à paz mundial é avolumada na matéria *A formação de um tirano*, publicada no dia 26 de março, e funciona como pretexto para a invasão. Antes de apresentar a biografia do líder iraquiano, porém, a matéria traz a seguinte

passagem: “Oriente Médio, uma região famosa pela produção de déspotas sanguinários”. Essa enganosa patologia, Said revela em seu livro *O Orientalismo*, como um mecanismo que é justificado pelo Ocidente para agredir os países do lado Leste do mundo. Significa entender que, grosso modo, os orientais precisam de uma interferência ocidental para poder viver harmoniosamente.

Os EUA, nesse caso, se apresentam como uma solução para o combate ao despotismo e a barbárie no Iraque. O problema dessa interpretação reside no fato de que as nações orientais começam a ser associadas ao terror, como fontes de terroristas. Nas nove vezes que a palavra “terrorismo” aparece na cobertura, ela está associada arbitrariamente com o Iraque, que não sai incólume dessa venenosa interpretação. Na cobertura da Revista Veja, a população iraquiana é enquadrada como delirante e que precisa de uma reciclagem.

George W. Bush enfatizou que a tomada do Iraque corresponde a uma guerra de libertação, em que os EUA têm a tarefa histórica de conduzir países “desajustados” à harmonia. Mas, a pergunta é inevitável: como libertar um país fazendo uso da violência gratuita que mata civis? Como encampar um conflito em que não se tem apoio da comunidade internacional? A Revista Veja apresenta uma resposta com base no critério da precedência, da anterioridade.

É comum ler no noticiário que a decisão americana representou um golpe (...) na ONU. Não há dúvida de que é grave o fato de a maior potência mundial, os Estados Unidos, ter voltado às costas para ele. **Mas não é verdade que o pecado americano seja original**, Desde que o Conselho foi criado, em 1946, um ano após a fundação da ONU, seus membros permanentes, China, Rússia, França, Inglaterra, além dos próprios Estados Unidos, utilizaram em várias oportunidades o poder de veto para anular resoluções. (...) **Os Estados Unidos não são um império colonialista como tantos que surgiram e desapareceram ao longo da história**. Impõem-se, principalmente, por força de sua extraordinária economia, pelo apelo universal de sua cultura e por cultivar a imagem de terra da liberdade e da oportunidade (26/03/2003, grifos nossos).

A explicação, que poderia dirimir dúvidas, se constitui como um exemplo da vigência do Orientalismo a partir da imprensa, tal como preconiza Said. Enquanto isso, as marcas orientalistas vão se proliferando na Revista Veja. Em uma matéria publicada no dia 02 de

abril, intitulada *A Hora dos radicais*, fica clarividenciada a adoção do enquadramento orientalista para explicar os fenômenos da guerra. O repórter anexa à matéria uma fala do filme *Lawrence da Arábia*, de 1962, que diz: "Enquanto o povo árabe continuar lutando tribo contra tribo, será sempre um povo tolo, ganancioso, bárbaro e cruel". Nas linhas seguintes da reportagem, mais uma demonstração da utilização do aparato lingüístico orientalista. "O que existe são o **rancor** e o **desencanto** dos árabes com a modernidade do Ocidente".

Em *Guerreiros de capacete furado*, reportagem veiculada em 09 de abril, estão entrelaçadas marcas diversas do Orientalismo. Volta-se a falar sobre o estabelecimento de um governo democrático no Iraque. Versa-se também sobre a guarda republicana de Saddam que ganha da Revista Veja o apelido de "a face da derrota" – forte unidade de significação do Orientalismo. Mais emblematicamente, consta na matéria a seguinte frase: "Um governo representativo não é o tipo de instituição que os árabes estão em condições de conquistar por si próprios". Esta citação está diretamente ligada ao que diz Said, segundo o qual, os orientalistas pensam que os orientais não têm capacidade de se representar. Precisam ser representados por outrem.

Como se percebe, a fonte de colocações orientalistas é inesgotável na Revista Veja. A violência verbal adotada agride o leitor. O repórter Jaime Klintowitz chama analogamente o poderio bélico norte-americano de "moedor de carne". Aí, pode estar evidenciado um fascínio pelo potencial bélico dos ianques que em muitos casos beirou o deslumbramento.

Em um dos raros momentos de sobriedade na Veja, o repórter Eduardo Salgado escreve a matéria *De olho nos dólares da paz*, publicada em 09 de abril, que dá conta da acusação de que os EUA teriam ido ao Iraque para se apropriar do petróleo. A adoção do Enquadramento Econômico (única em toda a cobertura) nesta matéria é a revelação da má intenção da Doutrina Bush com o pós-Guerra.

A Veja, portanto, exibiu a pobreza do Enquadramento Orientalista, baseado em chavões e que corresponde a uma leitura depreciativa do Oriente Médio, no nosso caso específico, do Iraque.

Nenhuma das matérias apresentou o Enquadramento Humano. A cobertura ficou refém das seculares imagens depreciativas do lado Leste e catapultou o espectro norte-americano.

O Enquadramento Militar, pequeno, mas presente nas narrativas da Veja, ocupou espaço em três oportunidades, quando da veiculação das matérias: *O desafio de conquistar a capital*, publicada em 02 de abril, que trata da dificuldade de penetração das divisões aliadas em Bagdá, *O bunker de Saddam*, veiculada na edição seguinte, em 09 de abril, tratando de uma morada subterrânea de Saddam Hussein que resiste a bombardeios de qualquer ordem, e *Para não faltar nada*, divulgada no mesmo dia 09 de abril, versando sobre a logística de guerra.

Como informado, a aparição do Enquadramento político foi computada a partir de seis reportagens. Elas valorizavam os depoimentos de fontes oficiais e oficiais norte-americanas. Foram sete autoridades do governo Bush e cinco especialistas consultados pelo trabalho jornalístico da Revista Veja.

Sérgio Dávila e a ênfase no Enquadramento Humano

A Folha de S. Paulo foi o único veículo de comunicação brasileiro que enviou correspondente para cobrir a Guerra do Iraque, no Iraque. O jornalista Sérgio Dávila⁸ chegou a Bagdá em 20 de março de 2003, seis horas antes de a primeira bomba romper os céus iraquianos. Hospedado no Hotel Palestine, que abrigou cerca de 150 repórteres de várias partes do mundo, o brasileiro pôde conferir de perto o destroçar das vidas civis e o desespero de inocentes que perderam familiares no conflito.

Dávila produziu um total de 56 materiais jornalísticos entre os dias 20 de março e 20 de abril de 2003. Os gêneros adotados por ele foram reportagem (53 do total) e nota informativa (uma soma de 3). Predominou na cobertura do repórter o Enquadramento Humano. Em 21 dos 56

⁸ Antes de cobrir a Guerra do Iraque, ele foi por três anos correspondente da Folha de São Paulo em Nova York. Nesse período, acompanhou a eleição presidencial norte-americana de 2000. Dávila ainda cobriu os desdobramentos dos atentados ao World Trade Center.

materiais gestados por ele, o Enquadramento Humano foi prevalecente. Dávila divulgou os chamados “danos colaterais” que vitimaram civis e destruíram comunidades inteiras no Iraque. Apresentou ao público leitor, mediante o seu trabalho, uma cobertura que contrastou com aquela adotada por parte da imprensa mundial, simpatizante da corrente orientalista, sobre a qual nos referimos recorrentemente na cobertura da Revista Veja.

Os primeiros despachos de Dávila para o Brasil, no entanto, apresentaram um outro enquadramento, o Militar. Na reportagem intitulada *EUA bombardeiam Iraque*, a primeira da cobertura, publicada em 20 de março, ele versou sobre como os norte-americanos iniciaram a ofensiva. Retratou também a movimentação de soldados iraquianos pelas ruas de Bagdá, que portavam fuzis AK-47. Palavras como “ataque” e “bombardeio”, que apareceram 78 e 45 vezes respectivamente na cobertura de Sérgio Dávila, eram lançadas nos textos iniciais.

Em *Civis são carta na manga de Saddam*, foram introduzidas na cobertura abordagens sobre a desestabilização da vida civil em Bagdá. Dávila começou a dar voz a civis iraquianos e, também, aos “escudos humanos”, indivíduos de vários lugares do mundo que foram ao Iraque para manifestar condenação à guerra contra Saddam. O jornalista da Folha entrevista uma britânica que estava em Bagdá como “escudo humano”. Ela diz: “Sou contra o governo britânico [principal aliado de Washington na ofensiva contra o Iraque] e o que ele faz”.

Pouco a pouco a cobertura de Sérgio Dávila vai tendo como dominante o Enquadramento Humano. Palavras como vítimas civis e afins (morte de inocentes, mulheres e crianças mortas, inocentes iraquianos são vítimas) vão sendo diluídas nos textos produzidos por ele que começam a mostrar a injustiça de uma guerra. EUA começam a ser associados ao imperialismo. Exemplo disso é a expressão “Ataque do Império”, utilizada como intertítulo em algumas das reportagens, o que indica uma interpretação contrária à política de dominação norte-americana. A análise contabilizou sete ocorrências dessa expressão em toda a cobertura.

Sérgio Dávila dá origem à seção Diário de Bagdá⁹, espaço que carrega interpretações explícitas e não veladas do repórter sobre o *modus vivendi* do iraquiano, sobre as peculiaridades de Bagdá, sobre a política norte-americana de guerra, etc. Na edição inaugural, em 23 de março, sob o título *Apocalypse Now*, o autor coloca: “Bagdá não perde o bom humor e o calor humano”. Essa expressão pode parecer simplista a uma primeira observação. Contudo, a sua utilização ajuda a desvalidar uma expressão orientalista do iraquiano, e porque não do oriental, entendido como um sujeito afeito à grosseria. Imaginar que o iraquiano transmite a hospitalidade e é dotado de bom humor sai caro à perspectiva orientalista.

O que faltou a cobertura da Revista Veja sobrou no trabalho jornalístico encampado por Dávila durante a Guerra do Iraque. O Enquadramento Humano esteve manifesto em muitas matérias. Além de ouvir os civis iraquianos, o brasileiro, com o olhar de um antropólogo, fez aproximada a vida de uma família bagdali com a de uma brasileira. Cabe salientar que o Ocidente historicamente sempre ignorou a forma de vida oriental, valendo-se da tese a qual compreende que são contrastantes os modelos de vida do lado Leste do mundo e do lado Oeste, e que este último é detentor dos preceitos que levam a civilização. Quando um repórter relaciona as duas formas ele está aplicando um duro golpe à separação estratégia entre os pólos do mundo. Na matéria *O que os EUA querem conosco?* nota-se essa aproximação:

Mohammed Ahmed, de 40 anos, é um típico bagdali de classe média. Mora no bairro de Kadisha, no centro da capital, numa rua arborizada, e é dono de um restaurante próximo ao poço de petróleo de Al Dhora, que leva o nome da cidade e vive lotado. Haffal e Halima, seus dois sobrinhos, estudam no equivalente ao ensino médio brasileiro e pretendem fazer curso superior. Eles usam jeans e camiseta e ouvem a nova geração da música iraquiana em seu toca-fitas. (...) A casa da família abriga cinco pessoas e dois cachorros e se parece muito com as residências antigas do bairro paulistano do Ipiranga (24 de março de 2003).

⁹ A experiência de cobertura no Iraque acabou virando um livro, também chamado de Diário de Bagdá. A obra foi publicada em co-autoria com Juca Varella, repórter fotográfico que acompanhou Sérgio Dávila no Iraque.

Dávila, ainda sobre o Enquadramento Humano, denuncia o bombardeio de alvos civis como museus e universidades, e desmente a eficiência do armamento norte-americano. Para ele, considerar o aparato estadunidense preciso e cirúrgico é fechar o olho para a perda de vidas e de parte da história da humanidade. Em muitos de seus textos é possível encontrar as expressões “bombas inteligentes” e “ataques precisos” aspeadas, num tom de descrença.

Em uma passagem encontrada na matéria *Na TV, Saddam promete “vitória breve”*, veiculada no dia 25 de março, Dávila faz um reclame acerca do aumento de ocorrências de mortes de civis iraquianos. É o momento em que a sensibilidade do repórter aguça e a fronteira entre os pólos pessoal e profissional fica tênue. Fica clara a opinião de um jornalista que, ao possibilitar o desmonte do Orientalismo, age como um ator político a todo instante.

O problema é que os alvos civis continuam se multiplicando. A Folha apurou que ontem uma escola secundária foi bombardeada, um dia depois da Universidade Al Mustansyria, medieval, ter o mesmo destino. Tais erros complicam a pretensão dos EUA de conquistar a simpatia da população bagdali para sua causa.

Mais do que apresentar o potencial da artilharia norte-americana ou divagar sobre as limitações da guarda republicana de Saddam Hussein, Dávila expõe as transformações cotidianas de uma cidade em guerra e como isso se reflete na vida de cada bagdali.

Essas informações acabam por minar a campanha de comunicação ianque, a qual ressalta que a vida civil em Bagdá não seria interrompida. Sérgio Dávila, contudo, traz um outro cenário. Um cenário catastrófico. Com riqueza de detalhes, o jornalista brasileiro informa sobre um míssil que atingiu um bairro popular iraquiano, matando oito pessoas, seis delas menores de idade. “Essa é uma vizinhança residencial, de pessoas pacatas. O que os americanos querem conosco?”, é o desabafo de um iraquiano que Dávila entrevistou. Com uma linguagem que aproxima o leitor da situação desesperadora vivida pelos cidadãos iraquianos, o repórter não descarta de ouvir civis. Foram 19 em toda a cobertura, contra 9 norte-americanos.

Em 27 de março a Folha publica a matéria *Massacre em Bagdá*. A reportagem trata da explosão em uma rua comercial que mata 15 civis e gera ondas de protesto na capital do país. A descrição do fato pelo brasileiro parece, à primeira vista, grosseira, sensacional. Entretanto, o detalhamento da força de destruição do míssil e da vulnerabilidade humana, acaba por ruir o argumento do presidente Bush e seus consortes de que alvos civis não seriam alvejados.

Em frente ao restaurante, num monte de tijolos quase picados, jazia um punho direito com a palma da mão e os cinco dedos fechados. Poucos metros à esquerda, na entrada de um dos edifícios destruídos, um cérebro humano quase inteiro parecia esquecido perto do rodapé, ladeado por três galinhas brancas estufadas que se embolavam perto da guia da rua e foram mortas pelo ar. Do outro lado da rua, outra mão decepada (27/03/2003).

“A cada alvo civil que é atingido por engano pela coalizão de britânicos e norte-americanos e a cada alvo misto (...) parece crescer rapidamente o apoio que a população civil iraquiana oferece à resistência contra os invasores”, nos conta Dávila ao assinar a reportagem *Capital se revolta com ataques contra civis*, veiculada em 29 de março. Nessa citação, nota-se a presença de um derivado lingüístico da palavra “invasão”. Esse pequeno verbete traz consigo uma rede de elementos sígnicos.

Sérgio Dávila em vez de denominar as divisões militares de “forças aliadas”, como se observou na cobertura da Veja, as chama de “tropas invasoras”. A utilização dessa expressão e similares (invasores, invasão), que emergem na cobertura do jornalista 33 vezes, carrega consigo a idéia de que os EUA estão irrompendo o território iraquiano a procura de riquezas, numa tentativa de assalto.

Quanto ao Enquadramento Político, que perfaz 12 ocorrências na cobertura de Dávila, a recorrência da expressão “embargo econômico” é patente. Dávila revela, com a perspicácia de um historiador, que o Iraque vem sofrendo de um plano de embargo patrocinado pelos EUA e pela Inglaterra, depois da primeira Guerra do Golfo. “Com o embargo econômico imposto ao

Iraque (...), o país está proibido [por exemplo] de importar encanamento, pois é artigo de utilidade mista, tanto civil quanto militar” (30/03/2003). O lançamento desta informação demonstra que, para Dávila, a atual condição do Iraque advém desse processo de confisco.

Os enquadramentos Humano, Militar e Político não totalizam a cobertura, embora sejam hegemônicos – principalmente o Humano. A análise confirmou marcas do Orientalismo no texto de Dávila. Um exemplo é quando relata sobre a ida dele a Jordânia. O brasileiro descreve a seguinte cena: “é a GMC [marca de um veículo automotor] e o deserto, e eventualmente uma pomba sendo atropelada ou esmagada por nosso motorista, que continua com o ‘gospel’ islâmico nas caixas de som e ri a cada ave atingida”.

A reportagem que contém essa passagem recebe o título de *Saída sem pontes, soldados nervosos*, e foi publicada em 01 de abril. O motorista, sobre o qual se refere Dávila, é um iraquiano que aos olhos do leitor é apresentado como perverso e sanguinário. O detalhamento episódico do carro espatifando as aves, representando uma ação voluntária do motorista, traz consigo uma imagem orientalista, na medida em que o iraquiano é tido como malvado. A informação associada ao bagdali está no plano da perversidade.

O Enquadramento Econômico teve, também, uma tímida participação na cobertura de Dávila. A primeira reportagem sob este foco foi veiculada em 26 de março e trata da exportação de 170 mil carros Passats do Brasil para o Iraque. Na matéria, informações sobre o valor do veículo no mercado iraquiano. Em 17 de maio, quase um mês depois, Sérgio Dávila assina a matéria *País ainda decide qual será a moeda*. A reportagem informa sobre qual será a moeda vigente no Iraque depois da tomada de Bagdá – se o Dinar ou o Dólar.

Considerações finais

Na análise das coberturas de Veja e Sérgio Dávila constatou-se que o semanário brasileiro apresentou demasiadamente marcas orientalistas. O Enquadramento Orientalista, conforme os resultados obtidos, predominou na Veja e revelou a pobreza que lhe é subjacente. Unidades de registro como “O que existe são o rancor e o desencanto dos árabes com a modernidade do Ocidente”, confirmam as teses de Edward Said, segundo o qual há nos *media* uma ligação com o que diz Samuel Huntington e tantos outros orientalistas, de que o Oriente nutre uma inveja continuada do Ocidente.

A cobertura de Sérgio Dávila, por seu turno, exibiu a riqueza do Enquadramento Humano, ao relacionar na correspondência as mortes de civis iraquianos, atingidos inocentemente pelos bombardeios dos norte-americanos, o desgaste psicológico de muitos dos bagdalis que revelaram o assombro face a violência estadunidense, as revoltas populares engendradas por escudos humanos, e a suspeita de que os EUA estavam movidos por um imperialismo voraz.

Em comparação com a Veja, a pesquisa concluiu que a cobertura de Dávila é contrastante com a do semanário, simpático ao Orientalismo. Ficou confirmada a predominância do Enquadramento Humano em Dávila, que se apresenta como uma alternativa ao Orientalismo. A partir da adoção da narrativa humanística, o brasileiro divulgou os chamados “danos colaterais”, que não aparecem em Veja. Ele transmitiu os alvos civis que foram atingidos, como vilarejos e universidades, assim como condenou verbalmente esses bombardeios.

Referências bibliográficas

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MONTENEGRO, Silvia M. **Discursos e contradiscursos: o olhar da mídia sobre o islã no Brasil**. 2004.

MONTOYA, Urpi. **Loucos, fanáticos e fora do tempo**. 2005a.

PORTO, Mauro. **Enquadramentos da mídia e política**. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas. (Org.). *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador, 2004.

SAID, Edward W. **Orientalismo: o oriente como invenção do ocidente**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

_____. **Reflexões sobre o exílio e outros ensaios**. São Paulo, Companhia das Letras, 2003.

Jornal O Nacional e bairro Leonardo Ilha: contextos e produção de sentidos no jornalismo

Roberto José Ramos¹ e Bibiana de Paula Friderichs²

Resumo: O presente ensaio é um estudo semiológico que tem como objeto a produção de sentido verbal e não verbal de uma notícia, ilustrada com foto, publicada no Jornal O Nacional em Passo Fundo/RS sobre a comunidade de moradores do bairro Leonardo Ilha, localizado na mesma cidade. O teórico norteador da pesquisa é Roland Barthes, por intermédio de cinco categorias: Discurso (Pirâmides Normal, Invertida e Mista e Estereótipo); Fotografia (*Studium* e *Punctum*); Mito; Poder e Socioleto (Encrático e Acrático). O método utilizado é a Dialética Histórico-Estrutural (DHE), que compatibiliza os princípios de movimento próprio da Dialética, e a invariância, própria do Estruturalismo, explicando a idéia de realidade, através de elementos formais e históricos, pertinentes a escolha do objeto e dos objetivos do ensaio.

Palavras-chaves: Jornalismo, Produção de sentido e Roland Barthes

1. Introdução

Não é a primeira vez que nos deparamos com o processo de produção de sentido desencadeado pelo cotidiano dos moradores do bairro Leonardo Ilha. Essa é uma reflexão que começa ainda em 2003. Nosso objetivo inicial era compreender se a fotografia poderia ser utilizada como veículo de comunicação popular. Entretanto, diante do *referente* fotografado, percebemos as limitações desta reflexão, uma vez que não nos propusemos a pensar primeiro como essa comunidade percebe e fala sobre seu cotidiano, através de textos fotográficos, ou mesmo, como transforma suas ações e as capacidades emergentes em recursos simbólicos.

Além disso, outro aspecto emergia deste contexto e nos inquietava: quais eram os sentidos produzidos pela mídia a cerca do cotidiano desses moradores?

Foram estas inquietações que nos levaram a Barthes e suas categorias de análise, assim como a DHE. Mais do que isso, foram essas inquietações que nos levaram até os jornais diários que dedicam parte de suas páginas à notícias, relacionadas ao dia-a-dia da população passofundense, e em especial, a vida cotidiana dos moradores do Leonardo Ilha.

¹ Doutor em Educação, professor da FAMECOS PUC/RS, graduação e pós-graduação.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC/RS e professora do curso de Jornalismo e Publicidade da Universidade de Passo Fundo.

Este artigo é, portanto, apenas mais uma etapa imbricada na construção de uma reflexão profunda sobre o processo de produção de sentido.

2. Fundamentação Teórica

O estudo será sustentado, teoricamente, pelas categorias Discurso, com as subcategorias Pirâmides Normal, Invertida e Mista e Estereótipo; Fotografia, com as subcategorias Studium, Punctum; Mito; Poder e Socioleto, subdividido em Encrático e Acrático, de Barthes.

Barthes (1984) categoriza o Discurso, com a reivindicação do resgate etimológico. Ele anota, com zelo, “dis-cursus é, originalmente, a ação de correr para todo o lado, são idas e vindas, ‘démarches’, intrigas”. Possui um sentido de movimento.

A anotação contempla a dimensão dinâmica, em sua peregrinação histórica, através da combinação dos signos. É a relação da imutabilidade do Código com as mutações da Fala, tecida, ludicamente, tal qual o jogo de dominó.

O semiólogo (2003, p. 279), ainda, observa o Discurso, em um sentido moderno, como uma "divagação, uma excursão". Resgata o sentido de Mallarmé, enfatizando que toda divagação possui dois sentidos: revela e encobre.

A categorização barthesiana carrega duas articulações. Estabelece o sentido lingüístico da discursividade na concretude dos signos, mas vai além. Abraça o translingüístico em sua dimensão sociohistórica. O Discurso é um jogo dialético dos signos.

No Discurso jornalístico, três estruturas são básicas, de acordo com Genro Filho (1988). São as Pirâmides Normal, organizada em ordem cronológica, a Invertida, com um Lide, como essência informativa, fixando a ordem decrescente. A Mista é uma derivação de ambas. Apresenta um Lide, tal qual a Invertida, mas, depois, tem a ordem cronológica, conforme a Mista.

Um dos engendramentos discursivos é o Estereótipo. Barthes (1975) o concebe como uma classificação mecânica, absolutizada. Pronuncia-se, como um rótulo, que transmite uma idéia fixa, pré-estabelecida, que, em geral, carrega preconceitos.

Barthes (1984) vê Fotografia, como a teatralização do real. Concebe o Studium, como os seus aspectos técnicos, ou seja, a sua dimensão objetiva, de caráter denotativo. Já o Punctum é a interpelação emocional, o subjetivo, a conotação, onde o imagético abraça o receptor.

A discursividade, em seus significantes verbais e não-verbais, está conectada com o Poder. Barthes (1977, p.10-12) o caracteriza como “a Libido ‘dominandi’”. Está relacionado com a história inteira do homem e não somente com a história política. É um “parasita do organismo transsocial”, que se pronuncia na expressão obrigatória da Linguagem: “a Língua”.

O semiólogo propõe um elo interdisciplinar com a Psicanálise, criada por Freud em 1895. Sintoniza o Poder com a categoria Libido, em seu desenho biológico, em suas diferentes fases, constituintes do Inconsciente.

A Libido tem recebido plurais interpretações. Alguns a simplificam, tornando-a um sinônimo de prazer sexual. Outros conseguem descortiná-la, com mais horizonte, como energia prazerosa.

O Poder, como Libido dominante, é a energia prazerosa, própria do Princípio de Eros, que concede sentido ao viver humano. Possui várias manifestações, uma das quais é a sexualidade. O seu perfil biológico, de face inata, fixa toda a sua condição de atemporalidade.

Ainda que invariante, a Libido se particulariza em diversas fases, tal qual ocorre, em seu sincretismo, com o Poder, que é imutável no curso histórico, porém se singulariza em cada conjuntura histórica.

Barthes recicla a noção weberiana de Poder, como dominação. O homem é indissociável da energia prazerosa, que lhe impõe, dialeticamente, a simbiose liberdade/submissão. Eis a concepção althusseriana de sujeito, presente no intertexto. Além de sua realização biológica, é, também, uma realidade cultural. Está instalado na Linguagem nos escaninhos da Língua, como instituição social, que se reproduz transsocialmente.

Observamos que o Poder é concebido no tempo e no espaço, considerando a sua supratemporalidade e a sua supra-espacialidade. É o invariante da história, que se reproduz nas variações, manifestas em cada conjuntura histórica.

No horizonte barthesiano, o Mito é uma forma de fala, que explora a conotação. Não nega a factualidade histórica, apenas a torna ingênua. A sua função é a naturalização e a eternização da sociedade burguesa. O Sistema de Significação — Significante, Significado e Signo — se redesenha na produção mítica. Ao transcender o perímetro da denotação, engendrando a conotação — o sentido —, torna-se Significante desta.

A obra, Mitologias, é angulada pela crítica ideológica. O seu intertexto comporta as presenças de Hjelmslev, pela conotação, de Durkheim, pelo Mito, como representação coletiva, e de Marx, pela Ideologia, em seu sentido napoleônico, como distorção. Tal ecumenismo teórico não é uma fisionomia do despropósito, a reunião de Hjelmslev, Durkheim e Marx estão alinhavados pelos laços sazonais da interdisciplinaridade do estudo do Mito.

No curso das páginas de Mitologias, há a construção de uma ambivalência. Ocorre a sobreposição das categorias Mito e Ideologia. Ambas são gêmeas. Respiram o oxigênio da conotação e encenam a legitimação da sociedade burguesa.

A própria configuração do Mito corresponde à ideologização. Contempla o lingüístico e o translingüístico, estabelecendo a deformação de sentido. Transpira, aí, o conceito particular de Ideologia, resgatado em Marx. Assim, o Mito e a Ideologia são sinônimos, ainda que Barthes não o explicita, com rigor.

Barthes busca uma dimensão translingüística. É o seu passaporte, para dar conta da Fala, sincretizada como textos do Imaginário, o objeto de sua Semiologia. Recorre à Sociologia, fomentando a sua angulação interdisciplinar.

É comum ouvirmos falar o jargão desta e daquela profissão. Tal ilustração observa que cada grupo social tem características específicas, ao lidar com a Linguagem. Tal prática é categorizada por Barthes (1988), como Socioleto, que se subdivide em Encrático, o

comprometido na reprodução da hegemonia da sociedade vigente, e o Acrático, comprometido com uma perspectiva contra-hegemônica. Apresenta um conceito de sociedade diversa da vigente.

3. Questões metodológicas

O presente estudo tem como pressuposto metodológico a DHE, escolhido de acordo com sua pertinência em relação as características do objeto proposto. Ela repensa a ciência, não só como análise estrutural, no contexto da observação metódica, controlada, mas também como projeto político, no qual o cientista é ator engajado.

Conforme Demo (1985, p.119) a dialética, de um modo geral, é quem se propõe a compreender a realidade histórico-social, compatibilizando os princípios de movimento com a invariância associada ao estruturalismo. Para ele “a realidade é estruturada no sentido de obedecer a leis de sua constituição e vigência”.

Por isso, interessa a DHE as condições objetivas e subjetivas que compõe a complexidade da realidade histórico-social. A primeira refere-se à estrutura, a circunstância dada, ao palco social e histórico encontrado pelo sujeito. A segunda corresponde a possibilidade de intervenção deste sujeito na realidade.

Para a DHE, o homem diante da realidade, não apenas lê, decifra, mas interpreta, mesmo que o cenário no qual ele se insere, já posto enquanto estrutura, delimite, de certa forma, esta interpretação subjetiva. Interpretação vista como intervenção.

Nesse sentido, a pesquisa semiológica, apontada por Barthes, e as categorias sobre as quais reflete, consegue delinear as questões estruturais, respeitando sua complexidade e iluminar as singularidades das relações dialéticas, que deixam as suas marcas no tecido social. Ela possibilita o estudo das relações entre as formas simbólicas, mas também dos sistemas mais amplos dos quais essas formas, constituídas em linguagens, fazem parte, refletindo sobre as relações de poder e os discursos que circulam e são consumidos no espaço social.

4 Contextualização

Para compreendermos os sentidos na notícia produzidos pelo Jornal O Nacional, precisamos antes, localizá-lo no tempo e no espaço.

4.1 A cidade

O município em questão foi emancipado em 1857. Conforme Rodigheri e outros (2004, pág. 77), os índios dos grupos Tupi-Guarani e Jê, foram os primeiros moradores desta região. Só em 1827 que chegaram os habitantes brancos, acompanhados da família, dos escravos e de agregados. Por isso, a organização econômica, social e política dominante na fase inicial desse povoamento (não oficial) pode ser caracterizada como: latifundiária, pastoril, patriarcal-militar e escravocrata.

Como era um espaço de riqueza natural, com vantajosa situação geográfica para a criação de gado e plantação de ervais, rapidamente se expandiu. Em pouco tempo constituía um território de mais de 80.000 km² e tinha uma população estimada em 7.586 habitantes.

Mas apesar do aparente progresso, Ribas (2004, pág. 101) lembra que foi a construção da Estrada de Ferro São Paulo - Rio Grande do Sul, que acentuou o desenvolvimento econômico do município, no fim do século XIX. Para a autora, esse episódio, marca uma ruptura significativa na história da cidade, quando a população urbana supera, em números cada vez mais expressivos, a população rural. Uma observação que nos leva para a situação atual do município.

Conforme o censo demográfico realizado em 2000 pelo IBGE – Instituto de Geografia Estatística, a população passofundense já totaliza 168.440 habitantes, dos quais 95% tem entre zero e 59 anos. Esta população está distribuída em uma área de 759,40 km², mas concentrada, principalmente, na região urbana.

Essa concentração pode ser a responsável pelo alto índice de desemprego apontado pelos relatórios do instituto. Mesmo que a cidade tenha muitas empresas de médio porte, nos últimos

anos, os diagnósticos econômicos demonstram queda na contratação de mão-de-obra para a indústria local. Por isso, a renda *per capita* média de seus habitantes é de R\$ 405,65. Em contrapartida, 84% da população é alfabetizada.

Parte dessa população, alfabetizada, assalariada ou desempregada, mora no bairro Leonardo Ilha, um dos recortes de nossa análise.

4.3 O bairro

Localizado próximo à Universidade de Passo Fundo, às margens da BR 285, o Bairro Leonardo Ilha é um espaço de constituição pública recente. Até 1997, consistia apenas em um campo de terra dividido em lotes que começava a ser ocupado por uns poucos moradores. Hoje, já conta com aproximadamente três mil habitantes e um movimento comunitário organizado, principalmente, em comparação com os demais bairros do município.

Por conta dessa organização, já tem uma creche e uma biblioteca comunitárias, construídas e mantidas pelos próprios moradores – através de doações e serviços voluntários – sem interferência e/ou ajuda da administração municipal. Ambas as instituições são coordenadas pelo Grupo de Mulheres Unidas Venceremos, um grupo de mobilização social que nasceu e se consolidou à medida que a comunidade foi se instalando no lugar.

A Creche Comunitária Leonardo Ilha foi inaugurada em 1998 e hoje já tem sede própria, atendendo 47 crianças em regime integral (manhã e tarde). Já o Espaço Cultural Jorge Amado, inaugurado em março de 2000, ocupa uma casa residencial alugada e têm 278 pessoas cadastradas, entre adultos e crianças, todos moradores do bairro.

O levantamento desses dados é relevante na medida em que, a partir deles podemos compreender e relacionar, ao menos em parte, muitos dos sentidos produzidos na notícia. Afinal, esse é o palco estruturado da ação significativa, realidade e a partir da qual, e na qual, os sujeitos sociais intervêm, deixando suas marcas discursivas.

Outro aspecto importante a ser observado é a história do próprio jornal.

42. O Nacional

O surgimento deste impresso no município pode estar relacionado com a instalação da Estrada de Ferro na região, ou, mais precisamente, com o seu apogeu, na década de 1920.

Parece que para acomodar o progresso trazido pelo trem a cidade passou por uma reorganização do espaço geográfico urbano, mas não só dele. Também houve uma transformação do comércio, da administração pública, e significativamente, uma transformação dos modos de se relacionar da população com esses lugares e com as instituições que nasciam neles. Estávamos vivendo um período de articulação, que culmina, em 19 de junho de 1925, com a fundação do jornal O Nacional. Ele surge pelas mãos de Herculano Annes, Theófilo Guimarães, Americano Araújo Bastos e Hiran Bastos, para na década de 1940, ser adquirido por Múcio de Castro, jornalista e ex-deputado estadual.

Esses nomes são aqui pertinentes porque referem-se a pessoas em destaque na sociedade passofundense, e, por isso, configuram um cenário singular de emergência, que impregnou, posteriormente a fala do jornal junto aos leitores. Além disso, o periódico também contava com a herança da experiência vivida pelo fazer jornalístico dos impressos que o antecederam, principalmente, no que se refere às relações políticas as quais estavam submetidos. De modo que sua fala, desde o início, parece ora se opor a tais relações, ora assumi-las sob outra perspectiva.

Em 2005, o jornal o Nacional completou 80 anos de atividades e sua orientação editorial parece não ter sofrido grandes transformações. De acordo Castro (2005), proprietário do jornal, hoje seus objetivos editoriais são: registrar a história, fomentar a intelectualidade e produzir materiais literários. Por isso, a empresa procura manter um vínculo permanente com a comunidade, não apenas divulgando fatos, mas assumindo bandeiras e engajando-se nas lutas da sociedade. Uma afirmação evidenciada pelos extensos editoriais, freqüentemente publicados pelo jornal.

5. A análise

Com essa revisão, apresentada resumidamente no presente artigo, procuramos apontar para alguns dos muitos elementos contextuais que desenham a realidade histórico-social do Jornal O Nacional. São esses elementos que nos possibilitam realizar uma leitura sobre os sentidos construídos, e compreender parte daquilo que transcende os significados aparentemente denotados.

Propomos um estudo Semiológico, que corresponde a análise de uma notícia sobre a comunidade moradora do bairro. Esta análise será intermediada por cinco categorias barthesianas: Discurso (Pirâmides Normal, Invertida e Mista e Estereótipo); Fotografia (*Studium* e *Punctum*); Mito; Poder e Socioleto (Encrático e Acrático).

O texto jornalístico referido foi publicado no dia 19 de dezembro de 2003, na página 16 do Jornal O Nacional, sob o título “Jovens da CDL levam doces e alegria às crianças do Leonardo Ilha”. A notícia está no topo da página, à esquerda da folha, distribuída em três colunas e é ilustrada por uma fotografia. De um modo geral, a informação jornalística é apresentada da seguinte forma, de cima para baixo: título, foto e texto escrito.

O assunto em pauta é a doação de cestas de Natal que os integrantes da Câmara de Dirigentes Lojistas de Passo Fundo fizeram para as crianças da Creche comunitária Leonardo Ilha. O relato acontece, em grande parte do texto, na terceira pessoa, mas sofre duas rupturas. A primeira quando traz o depoimento, entre aspas, da coordenadora da creche, agradecendo a doação e divulgando a ajuda contínua deste grupo junto a entidade; e a segunda quando resgata, de modo não literal, a fala do presidente da CDL jovem, que explica como a Câmara, se organizou para fazer as doações.

Já a fotografia, cuja dimensão na diagramação do jornal, equivale a do texto verbal, tem o enquadramento de um plano geral. Ela mostra, em destaque, os alunos em frente à creche, segurando as cestas de doces com as mãos levantadas para cima, e, ao fundo, as mulheres que trabalham na entidade, segurando alunos e cestas no colo, a figura do Papai Noel, apontando

com o dedo indicador em direção a máquina fotográfica e os integrantes da CDL jovem, um com a mão sobre o ombro de uma criança e os demais com as mãos para trás do próprio corpo.

A imagem é em preto e branco, com destaque para os tons de cinza escuro, evidenciando pouca luminosidade. As crianças, em maior número, se dispersam por toda a extensão da foto, encobrendo algumas das referências do cenário, como bancos, calçada, porta de entrada e janelas. Além disso, por se tratar de um plano geral, a figura humana aparece proporcionalmente distante do primeiríssimo plano da imagem, dificultando a identificação das personagens apresentadas.

Barthes comenta que a finalidade da descrição, como a realizada a cima, é gerar um conjunto de dados que simplifiquem o texto apresentado para leitura, e permitam pensarmos nas ligações e rupturas implicadas em sua fala.

Nesse sentido, resgatamos a categoria Discurso e sua particularização na notícia em questão. Conforme Barthes, o Discurso se refere a capacidade de dizer alguma coisa sobre algo combinando signos. E através da produção e leitura de discursos que o homem se reconhece como sujeito social e compreende seu papel como sujeito histórico diante da realidade e que o cerca.

A notícia jornalística é uma configuração discursiva. Aliás, segundo Genro Filho (1988. p.186), discurso este, que se caracteriza por um modo peculiar de “perceber e produzir seus fatos”, portanto, que se constitui a partir de um recorte da realidade, que é por onde começamos a nossa análise.

Depois de uma primeira leitura, observamos que o texto publicado no O Nacional se organiza em torno de quatro temas centrais: a importância das doações, a ação envolvendo a CDL Jovem, o “espírito natalino” e a Creche Leonardo Ilha. Contudo, para além destes enfoques, há a escolha de uma perspectiva sobre eles, de um recorte, que nos leva a apenas um tema central e reduz a complexidade do fato a um único olhar: a doação realizada pela CDL Jovem. Ora, uma vez que descobrimos escolhas configuradas, nos afastamos cada vez mais de questões como objetividade e imparcialidade a tanto defendidas e que aparecem na rasteira do

suposto papel atribuído ao jornalismo na sociedade. Como ser objetivo enquanto selecionamos pedaços de um todo coerente?

Procurando entender essas questões Genro Filho (1988, p.186) alerta para a idéia de que embora o material do qual os fatos são constituídos seja objetivo, pois “existem independente do sujeito”, a abordagem que damos a eles é subjetiva e depende do que cada um significa para o “escolhedor”. Essas significações estão implicadas com os pré-conceitos carregados pelo jornalista, com o ambiente social em que se constituem e com as idéias de mundo envolvidas na leitura e na produção de sentidos desse profissional, o que Barthes chamaria de translingüístico.

Assim, independentemente da abordagem que a notícia apresente, não podemos esconder o fato de que a Creche Leonardo Ilha recebeu uma doação da CDL Jovem, mas podemos interpretar e construir uma série de sentidos variando a fala a partir de diferentes perspectivas: uma onde a creche precisava muito desta doação, outra onde Câmara dos Dirigentes Lojistas sempre repete esta ação ao longo do ano, e mais ainda, contemplar o fato de que no período natalino esses tipo de ação é mais recorrente.

A perspectiva apresentada é reforçada pela forma como as informações estão estruturadas ao longo do texto noticioso escolhido, ou seja, em forma de Pirâmide Invertida. Genro Filho lembra que a estrutura desta Pirâmide, reforça a condição da notícia como reprodutora de uma realidade pré-concebida e a idéia mítica de imparcialidade, a começar pelo lugar destinado ao lead dentro do texto.

Considerando essas questões, voltemos ao texto analisado: “Integrantes da CDL Jovem, acompanhados do Papai Noel, fizeram uma visita surpresa e uma festa para as crianças atendidas pela Creche Comunitária do Leonardo Ilha”. Aqui os fatos são apresentados por ordem de importância segundo a leitura de quem produziu o discurso. O sujeito, traduzido pela pergunta “quem?” não é a comunidade, mas os integrantes da instituição doadora, conseqüentemente, o “o que?” é a ação planejada e executada por esse sujeito e não a singularidade da própria creche que

é Comunitária, construída e mantida pela própria comunidade, mesmo que o “sujeito do texto” não faça doações.

Para Genro Filho, o singular é o elemento chave na produção de um discurso jornalístico. Ele afirma que a notícia, diferente do caso analisado, não deve caminhar do fato mais importante ao menos relevante, mas da singularidade do fato para a particularidade que o contextualiza. É essa relação que vai garantir ao texto um grau mínimo de objetividade, para que a notícia, apesar de ser um recorte, se realize como forma de conhecimento de mundo.

Partindo desta reflexão é pertinente resgatar um trecho editorial publicado no jornal O Nacional, ainda na primeira edição (1925): “não reconheceremos anonimato, nem parcialidade”, e associá-la a trechos da notícia analisada: “integrantes da CDL Jovem, acompanhados do papai Noel fizeram uma visita surpresa”, “Joselina Garzão, agradeceu aos jovens da CDL”, “a CDL Jovem nos auxiliou durante todo o ano”, “O presidente da CDL Jovem relatou que, mensalmente, é feita uma arrecadação”. Tamanha ênfase dispensada a ação da CDL, permite uma leitura onde, escondidos sob o signo da imparcialidade, o jornal reforça uma modalidade do conhecimento, historicamente ligada ao desenvolvimento do capitalismo e, conseqüentemente, comprometida em ele, portanto, produz uma fala distorcida que nega a multiplicidade do signo, o reduz a um único sentido e se reproduz como natural. Essa constatação aponta para a subcategoria Estereótipo.

Segundo Barthes (1984), ela é constituída por uma necrose da linguagem: parece uma idéia próxima da verdade, mas pode ser apenas um discurso deformado e grave. O Estereótipo é o resultado da imposição de determinada ideologia. Por isso, podemos crer que a combinação dos signos apresentados na notícia não é aleatória, estrutura-se a partir da intenção revelada pelo redator. Entretanto, como sujeito histórico, seu discurso está impregnado pelos vícios dos múltiplos discursos que formam sua bagagem cultural e constituem a realidade.

Assim, se observarmos quem a notícia privilegia como sujeito da frase reconheceremos uma imagem estereotipada do personagem vítima que sofre a ação. Há uma relação de

verticalidade e dependência entre a sociedade e o grupo de moradores do bairro. Aspecto revelado, entre outros, por esse trecho: “As atividades (da creche) são desenvolvidas graças as doações das pessoas, empresas e entidades”, ou ainda “a CDL Jovem nos auxiliou durante todo o ano com doações, esperamos poder continuar contando com esse apoio em 2004”.

O discurso aponta para uma idéia naturalizada de carência onde mulheres e crianças aparecem privadas de sua identidade e do próprio sentimento de pertença, na medida em que a posição de sujeito da transformação lhes é negada. Foram pasteurizados como paisagem pelo discurso: a eles cabe o papel do “carente”, aos outros o papel de “ajuda”, de assistência social. Esses mesmos sentido são reconstruídos pela imagem fotográfica que ilustra a notícia.

Já a Fotografia, para Barthes (1984), representa algo, que o autor chama de referente. O referente sempre está presente na imagem, através de um traço estético que o reproduz, atingido por uma imobilidade. Depois do registro o alvo, como referente já não existe mais no espaço/tempo fora da imagem fotográfica. Quando o fotógrafo contata esse referente, num mesmo gesto, escolhe o que não quer captar, ou o que quer deixar à margem da cena, assim como os recortes da notícia.

Nesse sentido apontamos para as figuras em destaque na cena retratada. Se no texto verbal o sujeito da frase é a CDL, na imagem fotográfica são os alunos da creche e suas professoras que recebem destaque, mas isso acontece, possivelmente, porque sua condição é de personagem dramático e serve para amparar a lógica discursiva construída ao longo do texto. Apesar de o sujeito mencionado (a comunidade) não ser o sujeito da fala (a CDL), ele é o protagonista escamoteado da ação, revelado antes pelo enquadramento do referente registrado, do que pelo fato apresentado pela fala escrita.

Outro elemento que ganha destaque nas reflexões barthesianas sobre a categoria Fotografia é a postura do próprio referente diante da câmera. Barthes (1984), diz que somos camaleões e nos revestimos de um outro eu quando nos percebemos fotografados. Essa perspectiva transparece ao percebermos que alguns dos personagens estão olhando diretamente

para o fotógrafo (ou seria para o leitor?), entre eles as crianças que erguem as mãos com os presentes indicando ao desavisado que os ganharam, o papai Noel que aponta para o leitor assumindo a autoria da ação, os representantes da instituição que depositam as mãos sobre os ombros das crianças, talvez procurando reproduzir fisicamente o elo que estabeleceram através das doações.

A foto aparece então, como um texto produzido tanto pelo fotógrafo como pelo próprio referente que nos interpela. Como espectadores somos atingidos por essa exigência através do *Studium* e do *Punctum*, sub-categorias barthesianas. Conforme Barthes, o *studium* refere-se ao caráter a um interesse sensato que o discurso possa ter. No caso desta fotografia poderíamos dizer que esta sub-categoria está relacionada a construção da imagem da própria comunidade, em particular, e a propagação da idéia de abandono e carência, em geral, ligando-a como muitas outras, situadas no mesmo palco social com as quais dividimos nosso espaço. Compreender essa imagem significaria reconhecer o outro, mas esse reconhecimento aparece quase como uma obrigação social. A palavra obrigação nos parece pertinente porque não há emoção provocada pela presença das crianças empunhando as cestas, ou do “bom velhinho” que trás presentes no natal. Esta é quase uma imagem comum, especialmente neste período do ano, quando as “boas ações” se proliferam retratadas pela mídia.

No entanto, contrariando o interesse sensato, há na Fotografia algo que pica o leitor e o acorda para sua existência. Para nós, neste caso, se trata postura adotada pelo homem fantasiado de papai Noel. Isso porque, esta não é uma postura tradicional da imagem estereotipada que carregamos do Papai Noel. Ele não está entre as crianças, não é a figura central da imagem. Não carrega um saco de presentes vermelho, mas chama a responsabilidade e assume a autoria da ação, com o dedo que aponta, como quem nos diz “olhem”, ‘olhe’, ‘eis aqui’; ela aponta com o dedo um certo viz-a-vis” (Barthes, 1984, p. 14). O espaço ocupado pela imagem desta personagem dentro da fotografia, repentinamente se amplia para num golpe só expressar o lead do discurso: “veja o que fizemos”. A este detalhe que punge, Barthes chama de *punctum*.

Essa “picada” nos remete a outra categoria de análise o Poder. Barthes tem uma perspectiva social da linguagem e vê nela a expressão das relações sociais as quais estamos submetidos. É através dos textos e dos sentidos neles produzidos que estabelecemos e sustentamos as relações de poder. Por isso, o discurso pode ser o lugar de inclusão ou encerramento dos sujeitos sociais. A postura do papai Noel, na fotografia, por exemplo, conota essa relação. Ele é a autoridade. Já no texto escrito, a uma série de elementos utilizados revelam como o poder institucional do capital se traduz em linguagem: “Integrantes da CDL fizeram”, “Joselina agradeceu a CDL”, “A CDL Jovem nos auxiliou”, “O presidente da CDL relatou”. É a instituição quem tem o poder, e quer alimentá-lo, por isso é ela quem faz, quem relata, precisam de seu apoio e logo de seu consentimento.

Considerando este aspecto, na medida em que o leitor se apropria do texto e propõe interpretações múltiplas sobre ele, tem de utilizar seus códigos e respeitar sua estrutura, o que também significa submeter-se a suas regras. Por isso, dizemos que a língua é responsável pela manutenção do Poder, repetindo a linguagem, até o momento em que os sentidos das palavras nos parecem naturais. Sob este aspecto podemos estabelecer ainda novas relações, desta vez com a categoria Mito, também de Barthes, pois é a repetição incansável e naturalizada de um discurso que o deforma.

Identificado através do discurso, o Mito também é uma espécie de fala, caracterizada pelo modo com que apresenta determinada idéia. Trabalha com imagens pobres e incompletas, ignorando sua complexidade. Barthes apresenta sete tipos de mito que podem ser identificados em um discurso, dentre os quais, podemos destacar, neste caso, o Mito da Constatação, que apresenta formas de fala apoiados em bordões, slogans e clichês e Mito da Vacina, que se caracteriza pela exposição de um problema menor para escamotear um problema essencial.

Se por um lado, disfarçados de natural, pois costumeiramente aparecem em imagens veiculadas pela mídia, a deformação do signo incorporou-se espontaneamente no discurso da notícia. A primeira impressão que temos ao lançar um olhar pouco aguçado a imagem é que se

trata de uma comunidade carente beneficiada por seus tutores, pois o significado dos elementos trazidos por essa fala já estão historicamente cristalizados. Por outro, transcendendo o aparente, percebemos que os elementos utilizados para evidenciar a doação, onde talvez possamos ler “a boa ação”, como por exemplo, as crianças segurando como troféu a cesta presenteada, os verbos de ação do sujeito faz, relata, auxilia, e disposição das personagens dramáticas na cena fotografada, também pode desvelar a surdez diante da fala da comunidade, que quase não tem espaço no texto escrito, da ausência de ações transformadoras. Ora, se a ação da instituição CDL é contínua e dura mais de um ano, porque a comunidade ainda é apresentada como vítima?

E, por fim, mas também coerente com as reflexões construídas a partir da demais categorias, chegamos ao Socioleto. Conforme Barthes (1984), esta categoria está estruturada a partir de uma forma particular de fala dos diferentes grupos que compõe o cenário social, através da qual se identificam e se comunicam. O jornalismo, como disse Genro Filho (1988), também tem uma linguagem peculiar de ler a realidade e falar sobre ela. Apropriar-se dessa linguagem significa nos comprometer com suas regras, mas ao mesmo tempo, reconhecer que nossa ação pode afirmá-las ou negá-las.

Diante disso, talvez sejam os recortes, as escolhas, a principal ferramenta de transformação das idéias pré-concebidas que acompanham o discurso. Negando ou reconhecendo as características discursivas peculiares do grupo, como a subjetividade, a objetividade e a imparcialidade, fazemos escolhas. Cada uma dessas escolhas estabelece a possibilidade de um novo olhar sobre a realidade. Assim temos dois tipos de discursos: o Encrático, que se anuncia e desenvolve sobre as relações de poder, alimentando-as; e o Acrático, que se forma fora ou contra o poder já constituído.

Observando a notícia analisada, descobrimos elementos próprios da linguagem jornalística, como aqueles apontados por Genro Filho (1988): a preservação da idéia mítica de imparcialidade e objetividade, o apoio ao desenvolvimento capitalista, a substância histórica do fato, a Pirâmide Invertida, como tradicionalmente é apresentada, e a negligência com a

singularidade do fato. A presença desses elementos reforça a perspectiva de que esta fala, em especial, chancela o poder vigente.

Entretanto, a reflexão aqui proposta é apenas o início de uma caminhada no sentido de pensar a cerca da produção de sentido no e sobre o cotidiano dos moradores do bairro Leonardo Ilha, em níveis verbal e não verbal. Outros caminhos possíveis dependem agora da apropriação das reflexões de Barthes e da dinâmica pertinente a Dialética Histórica-estrutural.

6. Referências:

BARTHES, R. *A câmara clara: notas sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

_____ *Mitologias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____ *O rumor da língua*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.

_____ *Aula*. São Paulo: Cultrix, 1977.

_____ *Escritores, intelectuais, professores e outros ensaios*. Lisboa: Editorial presença, 1988.

_____ *Como viver junto*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DEMO, P. *Metodologia científica em Ciências Sociais*. São Paulo: Atlas, 1985.

D'OUTRORA, J. A imprensa em Passo Fundo. *Jornal O Nacional*. Quarta-feira, dia 15 de julho de 1925. Nº 08. Pág. 02. Impresso por Livraria Nacional, 1925.

GENRO FILHO. O segredo da pirâmide. Brasília: Ortiz, 1988.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia Estatística. Censo 2000. Disponível online. Capturado em 15 de novembro de 2005. Acessível em: www.ibge.gov.br.

RIBAS, D. A evolução urbana da avenida Sete de Setembro. In: SILVA e outros. Estudos de geografia regional. Passo Fundo: UPF Editora, 2004.

RODIGHERI, M e outros. As transformações espaciais do território do município de Passo Fundo – 1857-1992. In: SILVA e outros. Estudos de geografia regional. Passo Fundo: UPF Editora, 2004.

A verdade nos bastidores: o discurso sedutor das colunas de notas segundo as teorias de Bakhtin e Foucault

Rogério Martins de Souza ¹

Resumo: O trabalho pretende analisar o discurso narrativo das colunas de notas em jornais cariocas, tomando como ponto de partida alguns conceitos teóricos caros a Bakhtin e Foucault. Parte-se de uma discussão sobre a construção da verdade no discurso jornalístico para em seguida verificar se marcas da teoria de Bakhtin, como a polifonia e o discurso dialógico, assim como temas estudados por Foucault, como as sociedades disciplinares e a ordem do discurso, podem ser relacionados a este gênero jornalístico, que encontra hoje bastante ressonância na mídia impressa brasileira.

Palavras-chave: colunismo, mídia impressa, polifonia, poder, disciplina.

Os grandes jornais brasileiros da mídia impressa são em geral parecidos com seus pares ao redor do mundo. Seguem ainda hoje as técnicas jornalísticas importadas dos Estados Unidos na segunda metade do século XX, como o lide, o sublide e a pirâmide invertida. Em que pese o investimento em entretenimento, caracterizado pelo acúmulo de suplementos e cadernos, a linguagem informal e as novas táticas de marketing para fazer frente às outras mídias, o jornalismo impresso pode ainda hoje ser considerado um bastião da opinião pública e do “jornalismo sério”. Seu poder de análise e interpretação dos fatos seria, segundo vários teóricos, uma verdadeira alternativa à superficialidade da notícia veiculada pela TV. E mesmo que neste novo milênio suas vendas estejam baixas e o número de leitores mais reduzido, é lícito dizer que os jornais diários ainda são capazes de

¹ Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e mestre em Comunicação pela UFRJ e também especialista em Jornalismo Cultural pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

produzir e repercutir fatos da maior importância. Os jornais da mídia impressa são, para muitos de seus leitores, portadores de uma “verdade” incondicional.

No entanto, há uma característica da imprensa brasileira que a torna definitivamente peculiar se comparada àquela do resto do mundo ocidental. Estamos falando da proliferação das colunas de notas nos jornais brasileiros, um fenômeno único de fragmentação jornalística, como veremos a seguir.

Um repórter do jornal espanhol El País, enviado ao Brasil na década de 1990 para um retrato da imprensa brasileira, escreveu: para entender a realidade brasileira, um estrangeiro deveria ler algumas das dezenas de colunas de *picadinhos* (ele usou um termo bem próximo a este) constantes em todos os jornais. Por “colunas de picadinhos”, o jornalista se referia ao formato destas colunas: notas curtas, duas ou três frases, informações sintéticas e diretas. Mas o que deve ter impressionado o jornalista espanhol era que, aqui, a variedade de assuntos destas colunas extrapolava em muito a mera curiosidade. Fatos importantes da política e economia que seriam matéria de capa nos dias seguintes (mesmo que ainda no formato “notícia de bastidor”) estavam ali. Boatos, comentários e piadas sobre personalidades públicas também eram frequentes. O cotidiano de celebridades também não deixava de ser publicado. Uma gama de situações e informações absolutamente variada.

Era como se o titular da coluna desse amparo a uma infinidade de vozes e falas diferenciadas, uma polifonia bakhtiniana de discursos interligados. Além disso, o estilo narrativo de muitas delas, com sua verve irônica e crítica ao poder estabelecido, desafiava muito dos conceitos estudados por Foucault, como o poder e as sociedades de controle. A intenção deste artigo, portanto, será analisar a estrutura discursiva das colunas de notas brasileiras – que estão entre os espaços mais lidos dos jornais – à sombra das teorias de

Bakhtin e Foucault. Ou melhor, como conceitos bakhtianianos, tais como polifonia e dialogismo, podem ser aplicados às colunas; e também como este gênero jornalístico operando em vista as teorias de Foucault, como as sociedades de controle, o poder disciplinar e as ordens do discurso que se apresentam.

A construção do verdadeiro na imprensa

Primeiro, uma questão se faz presente: como surgiu o mito da objetividade e imparcialidade do jornalista, que o fez ser visto como um portador da “verdade” segundo a opinião pública?

Michael Schudson destacou em seu livro *Discovering the news* a importância que a objetividade¹ possui como principal fator de credibilidade do jornalismo impresso americano. A teórica Gaye Tuchman chega mesmo a assinalar em artigo que a objetividade pode ser vista como um ritual estratégico, que protegeria os jornalistas dos riscos da sua profissão. Ou seja, a “objetividade” funcionaria como um baluarte que reafirmaria a credibilidade dos jornalistas ante seus críticos na querela sobre uma controversa apresentação dos fatos.

Schudson, porém, ressalta que a norma no começo do século XIX, não era a imparcialidade, a clareza, a concisão dos fatos, mas sim o sensacionalismo. Mesmo nas primeiras décadas do século XX, era incomum que jornalistas diferenciassem com clareza a linha divisória entre fatos e valores. À medida que o jornalismo cresce como indústria, a objetividade ganha força. Em 1960, segundo Schudson, mesmo críticos e defensores da

¹ Por objetividade, entendemos aqui como a tentativa de retratar fielmente os fatos. Disse “tentativa” porque, na verdade, a objetividade é impossível. De novo, recorro a Rabaça & Barbosa: “Tanto em veículos impressos quanto audiovisuais, o simples mecanismo de seleção das informações a serem divulgadas e o encaminhamento dessas informações no discurso já eliminam a pretensa objetividade. Em jornalismo, é mais adequado falar em honestidade de informação do que objetividade”

imprensa argumentavam que a objetividade poderia ser considerada o “emblema” do jornalismo norte-americano, um avanço ante seu passado “sensacionalista” e um contraste aos jornais partidários da Europa. Ainda hoje, a mídia em geral possui grande capacidade de moldar o imaginário popular: para muitas pessoas, um fato só se torna “verdade” depois de publicada no jornal ou assistida à noite no Jornal Nacional. Ou seja: *o que não saiu no jornal não aconteceu*.

Enquanto a impessoalidade das novas técnicas narrativas do lide e da pirâmide invertida eram marcas de destaque do jornalismo em caráter industrial (antes a imprensa era predominantemente um local de intelectuais, agora qualquer cidadão com razoável inteligência poderia escrever uma notícia, bastando seguir técnicas pré-estabelecidas), no jornalismo o que mais se destacava era a marca pessoal de seu autor. Para José Marques de Melo, pode-se dizer que este gênero seria uma sobrevivência, no jornalismo industrial, daquele padrão de jornalismo amador e eclético que caracterizou as primeiras publicações periódicas (Melo, 1994).

Como é construída a verdade no discurso jornalístico? Primeiro, temos que checar a denominação correta da matéria-prima do jornalismo, isto é, a notícia. Confundida por muitos leitores como a “verdade” do acontecido, a notícia pode ser sintetizada como a *melhor versão* dos fatos: a notícia, como explica Fraser Bond, não é o acontecimento, mas o relato do acontecimento. Apesar do fato carregar sua objetividade, o olhar do repórter que vai noticiá-la para os leitores é sempre subjetivo. Por isso podemos dizer que o jornalismo moderno não é apenas o retransmissor de documentos e mensagens; ele interpreta-os para os leitores. Michael Schudson, no artigo “A política da forma narrativa”, afirma que o poder da mídia “está não apenas (e nem sequer primariamente) no seu poder de declarar as

coisas como sendo verdadeiras, mas no seu poder de fornecer as formas nas quais as declarações aparecem” (Schudson, p.278).

O sociólogo americano estudou a cobertura jornalística de diversos jornais americanos do discurso “State of Union”, realizado anualmente pelo presidente dos Estados Unidos no Congresso, e verificou como a cobertura foi passando – ainda no século XIX - de uma total réplica do discurso presidencial nas páginas do jornal, a uma cada vez mais acentuada interpretação do que o presidente dissera e o que seria mais importante para os leitores: “Eles (os jornalistas) começaram a fatigar-se da tradição de relatar ocorrências normais e procedimentos diários. Já não eram mais os repórteres não críticos do ritual do Congresso; eram repórteres constrangidos por terem de escrever sobre algo que acontecia todos os anos”. Schudson acrescenta: “Com o surgimento do lide como convenção jornalística tornou-se claro que os jornalistas deixaram de ser estenógrafos ou gravadores para passarem a ser intérpretes”.

Podemos dizer, então, que a “verdade” construída pelo jornalismo tem caráter subjetivo e reflete as convenções sociais de sua época, assim como a posição ideológica de seus redatores ou da empresa jornalística. Enquanto a verdade do noticiário possui caráter impessoal – privilegiando o noticiário objetivo -, nas colunas sociais esta é uma verdade puramente pessoal, que reflete o pensamento de seu autor. Como esta verdade dialoga com os fatos é o que veremos adiante.

Bakhtin e o dialogismo nas colunas

Segundo José Marques de Melo, a caracterização do gênero “colunismo” na imprensa brasileira dá margem a ambigüidades. À despeito da única regra imutável sobre o

gênero (as colunas estão sempre situadas em posição fixa nos jornais, de modo a facilitar sua localização pelos leitores) elas podem ser repositórios de comentários, crônicas, opinião e até mesmo resenhas. Sendo assim, a profusão de discursos convivendo juntos numa coluna de notas pode ser considerada um exemplo da intertextualidade conforme estudada por Bakhtin.

A abordagem intertextual para a análise de textos foi o tema maior do trabalho de Bakhtin ao longo de sua carreira acadêmica. Para o lingüista russo, todos os enunciados, tanto na forma oral quanto na escrita, são demarcados por uma mudança de falante (ou de quem escreve) e são orientados retrospectivamente para enunciados de falantes anteriores e posteriormente para enunciados de falantes seguintes. Ou seja, “cada enunciado é um elo numa cadeia da comunicação”. Os textos jornalísticos, então, possuem a característica de serem intertextuais, pois são em grande parte constituídos por elementos de outros textos.

Em seu livro *Discurso e mudança social*, Norman Fairclough lembra que a intertextualidade do texto pode ser considerada como incorporando as relações potencialmente complexas que este possui com as convenções (gêneros, discursos, estilos, tipos de atividades etc) que estão estruturadas juntas e constituem uma ordem de discurso. Fairclough lembra que Bakhtin, ao discutir gênero, observa que os textos podem não só recorrer a essas convenções de um modo relativamente direto, mas podem também “reacentuá-las”, usando-as ironicamente, reverentemente, parodiando-as, ou podem “mesclá-las” de vários modos (Fairclough, 2001).

Esta última característica liga-se bastante ao complexo discurso das colunas de notas jornalísticas, onde o colunista abre espaço para um sem-número de falas, vozes, boatos, discursos que dialogam com o leitor, enquanto este último interage com o colunista para decifrar o que há além das notícias de bastidores deixadas nas páginas impressas do

jornal. Ao pesquisar a estrutura do “lugar de fala” como conceito metodológico, o professor José Luiz Braga assinala que toda fala (texto, discurso etc) necessariamente faz sentido em algum lugar, “segundo uma determinada ótica, relacionado a uma inserção específica em um situação concreta, historicamente dada”. Braga acrescenta, porém, que é necessário observar que lógica é esta – ou seja, em que lugar a fala faz sentido. Vejamos abaixo um exemplo de como o discurso das colunas dá a deixa a outrem, ao passo que ao mesmo tempo comenta o fato de forma irônica. Uma intertextualidade peculiarmente manifesta:

Ancelmo Góis – 18/10:

Chico fora

A campanha contra as armas decidiu suspender os anúncios com Chico Buarque, Fernanda Montenegro e outros artistas.

Pesquisa interna do “Sim” mostrou que foi contraproducente o uso de artistas.

Lula dentro

A idéia de juntar FH, Lula e Garotinho para pedir pelo “Sim” no referendo causa polêmica na campanha contra as armas.

Um integrante do QG do “Sim” tem pesquisa que mostra que, em algumas favelas do Rio, a imagem dos políticos é pior que a de bandidos e polícia.

No mais...

É como dizia Vinícius, muitos anos antes do referendo, em “A vida tem sempre razão”, parceria com Toquinho: “A hora do sim é o descuido do não”...

Nestas notas, que se referem ao referendo sobre o comércio de armas em outubro último no Brasil, podemos destacar os títulos das duas primeiras notas (“Chico fora”, “Lula dentro”), que somados ao terceiro (No mais...) evidenciam a continuidade do assunto em notas sobre o mesmo tema, porém com abordagens diferenciadas. Nas duas primeiras, alude-se a pesquisas (não é indicada em nenhum dos casos *que* pesquisas específicas são essas), indica-se falhas na campanha do Sim ou estratégias que não deram certo, como a idéia de juntar Lula, FH e Garotinho para pedirem votos a favor do Sim. Na terceira nota, a coluna aproveita para fazer um comentário irônico, usando a fala de outro, no caso a letra de uma música de Toquinho e Vinícius. Ao selecionar falas de outros personagens – e o termo personagens é pertinente, pois o tom das colunas aproxima-se mais da literatura do que de uma técnica jornalística – o colunista esquiva-se de dar sua opinião própria e protege-se numa “objetividade” que remete ao leitor a ilusão de imparcialidade. Um curto e direto “à propósito...” que indica mera observação pitoresca ou de bastidores.

As notas das colunas, reforçamos, dialogam entre si (nas notas em seqüência), com o texto (na linguagem leve e informal) e com o leitor, na medida em que o leitor está convidado ao contrato de leitura estipulado pelo colunista. Estamos diante do que foi denominado por Eliseo Verón como “contrato de leitura”, ou seja, um modo de discurso que tem uma identidade reconhecida de modo mais ou menos equivalente por produtores e consumidores. Assim, filmes, títulos de livros, novelas ou romances previamente conhecidos pelos leitores podem servir de título jornalístico (uma regra não só das colunas de notas). A diferença é que nas notas o título também serve para “comentar” o que virá expresso nas duas ou três pequenas frases diretas que se seguirão, como neste exemplo:

Boechat – 30/11:

Golpe

Começou a ser exibido nas emissoras de TV um anúncio da prefeitura comunicando que os professores aposentados do município do Rio recebem seus salários na mesma data que os da ativa.

Conversa fiada.

Sexta-feira, o atraso no pagamento dos velhinhos completa três meses.

Atente para o título em uma só palavra (“Golpe”). De antemão, o colunista antecipa para o leitor o tom com que terá a nota e sua opinião sobre o assunto. No primeiro período, há a descrição objetiva do fato. No segundo, uma única frase direta e cortante (“Conversa fiada”). O terceiro período constata o “golpe” segundo o colunista, ou seja, a notícia exibida nas TVs era falsa. Note o tom de informalidade, típico de uma conversa de bastidores sobre o fato, embora não amena, representada pelo segundo período. Ao dar vazão a outras vozes em seu texto, o colunista também se aproxima de outra teoria cara a Bakhtin, o conceito de polifonia.

Bakhtin usou pela primeira vez o termo polifonia para se referir aos romances de Dostoievski, possuidores segundo ele de um caráter polifônico. No livro *Problemas da poética em Dostoievski*, o lingüista revela que o autor russo seria o criador do romance polifônico, por agregar uma multiplicidade de vozes e consciências independentes e que não se misturam.

As colunas de jornal também possuem um caráter polifônico, em contraste com o perfil “monológico” do restante do jornal. Por discurso monológico Bakhtin está se referindo àquele texto onde se sobressai um narrador único, onde as possíveis falas de

outros personagens ficam excluídas. Volte ao exemplo de Boechat e releia o texto e o estilo direto e incisivo: o colunista não se contenta em narrar o fato, ele intervém no texto e dá sua opinião, pondo-se ao lado das vozes dos explorados (no exemplo, com o termo “velhinhos”). Retorne mais ainda ao exemplo anterior, de Góis, em que há a fala de Lula, da fonte do presidente, seguida da intervenção do colunista para um comentário irônico. É um evidente exemplo de que a polifonia encontra um terreno fértil nas colunas de notas brasileiras, onde a variedade de falas e discursos dá o tom.

Enfim, o caráter polifônico das colunas de notas, com suas ironias, comentários, sua valorização do secundário ou conversa de bastidores, apresenta-se como um contraponto ao caráter da parte noticiosa do resto do jornal, em que as técnicas narrativas do lide e sublide, a proibição de dar opiniões e a restrição à objetividade não deixam de ser algo que propicia o controle da redação pelas empresas, um “engessamento” do caráter criativo do jornalista.. A coluna seria um espaço polifônico dentro de um jornal-empresa, que procura seguir regras monológicas.

Foucault e o poder disciplinar

Ao percorrermos a intertextualidade manifesta da mídia impressa, em especial à das colunas de notas, vimos que este gênero jornalístico, pela sua diversidade de informações, pode contribuir tanto para a polifonia de múltiplas vozes e falas – muitas destas que não encontrariam espaço no espaço do noticiário – como também podem servir como uma “válvula de escape”, que permite ao colunista ir além das técnicas jornalísticas e, aproximando-se da crônica e da literatura, expressar opiniões, manifestar apoios ou

discórdias, enfim, revelar fatos que sem as colunas ficariam restritos aos bastidores da política.

Como vimos, os enunciados (aqui, entendidos como os textos jornalísticos) são inerentemente intertextuais, ou seja, são construídos por elementos de outros textos. Podemos acrescentar aqui o conceito das relações disciplinares de poder, segundo Foucault. O filósofo francês contribuiu para o estudo dos discursos da área lingüística ao revelar o discurso como prática social, ligado á ideologia e ao poder.

Foucault parte de uma teoria (os estudos “arqueológicos”), em que a inteligibilidade dos sistemas de conhecimento e verdade era atribuída a regras do discurso – concebidas como autônomas - para, em seu principal estudo posterior (“genealógico”) entender o discurso como secundário aos sistemas de poder. Mas, ao mesmo tempo, o autor localiza o discurso e a linguagem no coração das práticas e dos processos sociais. Como salienta Fairclough, o caráter do poder nas sociedades modernas está ligado ao controle das populações: “O poder é implícito nas práticas sociais cotidianas, que são distribuídas universalmente em cada nível de todos os domínios da vida social e são constantemente empregadas; além disso, o poder é tolerável somente na condição de que mascare uma grande parte de si mesmo. Seu sucesso é proporcional á sua habilidade para esconder seus próprios mecanismos”. Foucault, então, resume dizendo que toda forma de discurso é uma forma de controle de poder.

Em relação ao tema deste trabalho, o professor José Marques de Melo aponta três fatores que explicariam a permanência do colunismo na imprensa. Fatores que fariam parte da “manutenção dos mecanismos de reprodução social e de controle político na sociedade burguesa”. Seriam:

- O colunismo (mais o das colunas sociais) atende a uma necessidade de satisfação substitutiva do público leitor. Como a maioria destes estão afastados do círculo dos chamados colunáveis (hoje chamaríamos de “celebridades”) é dado a eles a sensação de participar deste mundo, através dos colunistas. Como ressalta Melo: “Participam sem fazer parte. Acompanham à distância”.
- O colunismo oferece “modelos” de comportamento ao alimentar o consumo e promover a vaidade de pessoas importantes (do mundo dos espetáculos, da arte e da política.
- As colunas, observa Melo, tem a função de “balão de ensaio”, como explica Melo, “insinuando fatos, lançando idéias, sugerindo situações, com a finalidade de *avaliar as repercussões* (grifos meus). Seria o que se chama no jargão jornalístico de “plantar notícias”.

Os dois primeiros exemplos estão mais ligados ao fenômeno denominado por Edgar Morin como “olimpismo moderno”. Os *olimpianos* seriam todos aqueles novos deuses criados pela indústria cultural no século XX, ou seja, cantores, atores, esportistas, escritores, modelos, que são convertidos em celebridades. Hoje, a vida privada de pessoas famosas virou uma mercadoria valiosa, como atestam os sucessos de revistas como *Caras* e *Quem* no Brasil. Até em países que se orgulham de uma sociedade culta e letrada, como a França, estas revistas fazem sucesso. É sintomático, portanto, que nas últimas décadas, elementos antes presentes apenas na imprensa sensacionalista, além do entretenimento, estejam migrando para os jornais ditos “mais sérios”.

Mas o terceiro exemplo é que vem mais relacionar-se às teorias foucaultianas. Devemos acrescentar que é da reação do público, estimulado por essas informações breves e diretas, que dependerá muitas vezes a tomada de decisões no campo político ou

empresarial. Ao analisar a coluna de notas “Vitor Hugo”, do Espírito Santo, e sua recepção entre jornalistas, políticos e demais leitores, a pesquisadora Iluska Coutinho chegou a entrevistar parlamentares que se utilizavam politicamente da coluna promovendo ou plantando notícias para avaliar a repercussão das notas. “Vale dizer que a utilização da coluna como fonte de informação, referência e até moeda de negociação do jogo político foi admitida por quase todos os parlamentares e responsáveis pela coluna” (Coutinho, 290:2002). Ela também se preocupou em perguntar aos entrevistados se a coluna seria responsável pela função de agendamento, ocupando um lugar de filtro da seleção de assuntos que mereçam destaque na imprensa. Constatou-se que várias outras editorias do mesmo jornal “recebiam pautas” da coluna Vitor Hugo. Em quase 60 dias de acompanhamento diário da coluna, registrou-se 44 casos diretos de agendamento, suscitando matérias ou ações no campo da política.

Analisando-se com atenção a retórica das colunas, percebe-se o que podemos chamar de “efeitos de texto”, segundo a definição de José Luiz Braga. Primeiro, há um efeito de objetividade, pois não há como negar que cada notícia, pela sua conjuntura em que se sobressaem substantivos e verbos, além de seu tom de *relato*, dá margem a predicacões concretas e ações observáveis. Segundo Braga, seria como se o fato acontecesse por si, sem a intervenção do jornalista, “que teria sido mera testemunha quase invisível da coisa ocorrida e colhida sem sua intervenção de repórter” (Braga, 1998).

O segundo efeito de texto está nas intervenções textuais que o jornalista da coluna interfere para passar algum comentário, embora sem perder a objetividade, por se tratar de um relato do ocorrido, como no exemplo a seguir:

No último comício em Porto Alegre, Antonio Britto, candidato à reeleição ao governo do Rio Grande do Sul, tirou a gravata do ministro da Educação, Paulo Renato. Era vermelha.

Este exemplo, citado por Braga em seu artigo “Varejo” é interessante por mostrar a modalização que sofre o discurso através de efeitos de texto no qual a intervenção do jornalista é essencial. Sutilmente, com apenas um jogo de palavras, o colunista deixou sobressair uma possível posição ideológica do ministro, aludindo à cor de sua gravata. “Compare-se com o resultado desinteressante da formulação mais diretamente objetiva: “...tirou a gravata vermelha do Ministro”. Nesta hipotética formulação chã, a reação mais provável do leitor (‘e daí?’) sugeriria que a nota nem fosse publicada” (Braga, 1998).

Muitas vezes, de um pequeno registro inicial numa coluna podem ser realizados vários desdobramentos. Vejamos o caso da coluna de Ancelmo Góis, no Globo, uma das mais lidas entre os grandes jornais brasileiros. Em entrevista recente, o colunista deu detalhes do funcionamento e da apuração de notícias para sua coluna. A coluna recebe por dia cerca de 400 e-mails, o que faz, segundo o colunista, com que “muita coisa vá pro lixo”. Possui uma equipe de mais três jornalistas. Góis: “A coluna é dividida de acordo com o espaço do jornal. Em média, 30% das notas são de política, 20% de economia e, o restante, sobre a cidade”. Ele conclui: “É uma coluna de variedades”.

Outra característica que alimenta o jogo de interesses entre jornalistas e políticos é o recurso do *off*, ou a declaração sem citação da fonte, como no exemplo abaixo:

Informe JB – 19/10:

Descolando do PT

Para um dos processados do PT no Conselho de Ética, Lula tem feito de tudo para se descolar do partido, por isso não tem do que reclamar. Tirou a estrela vermelha da lapela e se recusou a votar no primeiro turno das eleições internas.

O jornalista Davi Emerich sustenta que todo colunista sabe que não existe notícia “assexuada”, pois em torno dela sempre há interesses. Na nota acima não há identificação da fonte, apenas a indicação de que esta é “um dos processados do PT no Conselho de Ética”. A fonte preferiu divulgar a nota e permanecer em *off*. “É por isso que, apesar de o instituto do *off* ser uma marca registrada, ele funciona mais para o leitor anônimo do que para os próprios colunistas e para aqueles que operam o poder”. Podemos dizer então que as colunas de notas são um campo propício à retórica sedutora e persuasiva de seus autores, onde as relações de poder entre jornalistas e políticos são parte da engrenagem. Todos se interligam em estratégias discursivas para fazer valer seus pontos de vista.

E também entre colunistas e leitores: leitores sempre estão em busca de um discurso de *autoridade* quando lêem o jornal. Por isso, poucos questionam a veracidade de determinadas notícias. As colunas de notas, para serem devidamente apreciadas, pedem um leitor minimamente informado e que saiba identificar o que Verón chama de “efeitos de reconhecimento”, marcas, bordões, expressões que determinam a cumplicidade com os leitores. Alguns colunistas, como Gois – que não se acanham de publicar fotos (muitas delas tiradas por leitores e enviadas por e-mail à redação) de abusos de poder envolvendo autoridades e instituições públicas ou privadas -, chegam a pontuar fatos da cidade com expressões no estilo “está certo”, “há controvérsias”, “meu deus...”. Assim, o leitor recebe

em sua casa uma coluna em que o discurso recebe por muitas vias tonalidades pedagógicas e autoritárias, mas que muitas vezes passam despercebidas pelo alto grau de informalidade e entretenimento ali contidos (Souza, 2005).

Foucault argumenta que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo “controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e terrível materialidade”. Em um sociedade dominada por relações de poder, é natural que colunistas sintam-se seres privilegiados. Para muitos leitores, eles são os representantes da opinião pública contra os poderosos. Sua relação com o mundo político é de reciprocidade: os políticos querem que os meios de comunicação lhes sejam instrumentos para formar uma opinião no público que se converta em voto. Colunistas querem exclusividade de notícias com caráter “midiático” para que sua coluna noticie primeiro os fatos.

Assim, podemos relacionar os colunistas com o papel do intelectual segundo Foucault: “Os próprios intelectuais fazem parte desse sistema de poder, a idéia de que eles são agentes da ‘consciência’ e do discurso também faz parte desse sistema. O papel do intelectual é antes o de lutar contra as formas de poder exatamente como ele é, ao mesmo tempo, o objeto e o instrumento na ordem do saber, da ‘verdade’, da ‘consciência’, do discurso” (Foucault, 2000). No entanto, devemos expandir esse conceito de Foucault, para não cairmos em reducionismos.

Num jornal da grande imprensa, a complexidade de seus gêneros e toda a hierarquia de discursos ali desenvolvida ultrapassa em muito a mera dicotomia “intelectual versus poder”. Seria um simplismo achar que toda a imprensa vive de manipular a verdade e por isso não se deve confiar nela (e o mesmo argumento vale para os políticos). Colunistas com

mais prestígio podem até ir contra a linha editorial de seu jornal e manifestar opiniões contrárias. Por isso, é necessário compreender que as colunas de notas são, sim, um microcosmo das relações de poder na sociedade inseridas dentro de um grande jornal. Mas que este poder, como diria Bakhtin, é polifônico: serve tanto aos interesses de quem comanda o poder como também aos colunistas, que por meio de breves notas, curtas e incisivas, oferecem ao leitor pílulas sobre os meandros da vida política no Brasil.

Considerações finais

Em seu livro sobre Foucault, Gilles Deleuze discorre sobre um dos pontos principais do livro *Vigiar e Punir*, a questão da disciplina nas sociedades modernas: “(...) A disciplina não pode ser identificada com uma instituição nem com um aparelho, exatamente porque ela é um tipo de poder, uma tecnologia, que atravessa todas as espécies de aparelhos e de instituições para reuni-los, prolongá-los, fazê-los convergir, fazer com que se apliquem de um novo modo. Mesmo as peças ou engrenagens particulares que pertencem ao Estado de forma tão evidente como a polícia e a prisão” (Deleuze, 1998).

Como tentei mostrar ao longo deste artigo, o jornalismo também opera numa dimensão própria do poder – a seleção do que é e do que não é notícia obedece a controles disciplinares que não são percebidos pelo leitor comum. Vários fatores contribuem para este processo, como a linguagem persuasiva e sedutora, ou a construção, por meios de “efeitos de texto”, de situações privadas envolvendo figuras públicas ou dos bastidores da política em acontecimentos midiáticos. Um colunista experiente não se subordina às regras empresariais da empresa jornalística: a “objetividade” de seus relatos, embora visível, é

marcada muitas vezes por intervenções sutis do colunista de modo a fortalecer interesses, promover instituições e personalidades e influir no jogo político.

Muitas críticas podem ser feitas a este jogo de interesses. Hoje, o mito do jornalismo romântico, como mostrado pelo cinema, o personagem que não se constrange ante aos poderosos e faz valer para a sociedade a “verdade”, denunciando escândalos e negociatas, chegando antes da polícia na interpretação dos fatos, está em decadência. Teóricos americanos, como John Soloski, Gaye Tuchman, Warren Breed e Michael Kunczik, analisaram na segunda metade do século XX questões importantes à respeito do trabalho jornalístico, como a questão do profissionalismo, o papel dos jornalistas e a objetividade, o chamado “controle social da redação” e também alguns constrangimentos do dia a dia, que desmistificavam a aura romântica do jornalista como “fiscal da sociedade”.

É comum hoje a discussão se o jornalismo estaria menos voltado para o interesse público e apostando num noticiário “de serviços”. O jornalista, outrora um empregado que tinha como bandeira o respeito ao interesse público, a objetividade e a verdade, vê-se induzido pelas regras do mercado. Segundo Alzira Alves de Abreu, “os jornalistas, que até pouco tempo atrás podiam ser considerados os porta-vozes da opinião pública, hoje estão cada vez mais distantes deste papel, que é desempenhado pelas pesquisas de mercado. São elas que, através da consulta permanente ao público, revelam o que ele pensa, quais os seus gostos e preferências. São essas informações que orientam a posição da mídia e dos políticos”. (Abreu, p.33).

A questão que fazemos é essa: teria o jornalismo sucumbido às sociedades de controle, como previa Foucault? Será que o controle social das redações não seria uma forma de disciplinar os jornalistas conforme conveniências do jornal-empresa?

No artigo *Pós-escrito sobre as sociedades de controle*, Deleuze tenta ir além da teoria foucaultiana sobre as sociedades disciplinares. Para ele, as sociedades disciplinares estariam sendo substituídas pelas sociedades de controle. Estaríamos passando por uma nova mutação do capitalismo, na qual a política e a economia são agora subordinados aos interesses do mercado. As fábricas e máquinas das sociedades disciplinares estariam sendo substituídas por máquinas de uma terceira espécie, “máquinas de informática e computadores, cujo perigo passivo é a interferência, e, o ativo, a pirataria e a introdução de vírus”.

Voltamos a Bakhtin para responder a questão e constatamos que, embora os mecanismos de controle sejam evidentes, a polifonia de discursos existente num jornal impedem o controle total de seus subordinados. Bakhtin já mostrou que na sociedade e em suas instituições há uma hierarquia de discursos interagindo – também ocorre o mesmo numa empresa jornalística, do contínuo ao jornalista, do editor-chefe aos diretores do jornal. Mesmo que a grande imprensa muitas vezes pareça estar ao lado do poder, ela não pode prescindir de sua credibilidade junto aos leitores, na hora de ir em busca dos fatos. A verdade num jornal está sempre pendendo para ambos os lados.

Uma última questão: poderíamos falar hoje de um jornalismo pós-disciplinar?

Se verificarmos que a disciplina dentro de um jornal é verificada de modo diferente daquela ocorrida antes da revolução informatizada que ocorreu nas duas últimas décadas, a resposta é afirmativa. Se hoje a sociedade aperfeiçoou seus controles de segurança, limitando a privacidade de muita gente, este aperfeiçoamento também colaborou para que os leitores, antes participantes passivos da recepção dos mídia, se tornassem muito mais participantes. Um exemplo pôde ser verificado nas explosões do metrô ocorridas em julho de 2005 em Londres, quando cidadãos portadores de celulares com câmeras fotográficas

cederam aos principais jornais imagens que os jornalistas não conseguiram captar. Outro exemplo está nos *blogs* da internet. Ali, livre de qualquer tipo de censura ou constrangimentos, jornalistas e não-jornalistas levam ao ciberespaço a liberdade de expressão tantas vezes reprimida pelas sociedades de controle às quais Deleuze se refere.

A sociedade de controle alterou as antigas fronteiras entre as esferas pública e privada, fato que se revela com mais evidência neste gênero jornalístico absolutamente peculiar que é o mundo das colunas jornalísticas de notas. Estas, agora sim, podem ser consideradas legítimas representantes de um jornalismo pós-disciplinar e que longe da ótica redutora que insiste em discorrer sobre a manipulação da empresa, dos jornais vendidos, convive com uma complexidade própria e permite a legitimação de vários discursos, desde que estes venham embalados como uma típica “conversa de bastidores”.

Referências bibliográficas

ABREU, Alzira Alves de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora. *Eles mudaram a imprensa – Depoimentos ao Cpdoc*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

BAKHTIN, Mikhail. *Os gêneros do discurso*. In: *Estética da criação verbal*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1997.

_____. *Problemas da poética em Dostoievski*. São Paulo: Forense Universitária, 2005.

BRAGA, José Luiz. *Varejo: análise das colunas de notícias da Folha de São Paulo e do Jornal do Brasil*. Rio Grande do Sul: Revista Fronteiras (Unisinos), vol. 1, 1999.

COUTINHO, Iluska. *Colunas jornalísticas de notas: representação na imprensa*. In: *Imprensa e poder*. Brasília: Editora UNB, 2002.

DELEUZE, Gilles. *Um novo cartógrafo*. In: *Foucault*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1995.

_____. *Post-scriptum sobre as sociedades de controle*. In: *Conversações*. Editora 34, 1998.

EMERICH, Davi. *O beijo de Mangabeira – o jornalismo político das colunas de notas*. In: *Imprensa e poder*. Brasília: Editora UNB, 2002.

FAIRCLOUGH, *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora UNB, 2001.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir*. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.

_____. *A ordem do discurso*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MELO, José Marques de Melo. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis, Editora Vozes, 1994.

MORIN, Edgar. “Os olímpianos”. In: *Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro, Ed. Forense Universitário, 1980.

PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso*. São Paulo: Hacker Editores, 2002

_____. *Discursos de opinião em jornais cariocas: receitas de editorial*. In: *Mídia e Cultura*, COMPÓS, 1995.

RABAÇA, Carlos Alberto, e BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação* Rio de Janeiro, editora Campus, 2002.

RAMOS, Murilo César. *Intrigas da corte: jornalismo político nas colunas sociais*. In: *Imprensa e poder*. Brasília: Editora UNB, 2002.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50*. Tese de doutorado. ECO/UFRJ, 2000.

SHUDSON, Michael. *Discovering the news: a social history of american newspapers*. New York: Basic Books, 1978.

_____. *A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão*. Artigo sem identificação de fonte.

SOUZA, Rogério Martins de. *A sedução do colunismo: uma análise das colunas de Ancelmo Góis e Ricardo Boechat*. Artigo apresentado dentro do Intercom 2005, Rio de Janeiro.

SUNKEL, Guillermo. *El lugar del reconocimiento*. In: *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Santiago: Editora Norma, 2002.

VERÓN, Eliséo. *Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita*. São Paulo: Summus Editorial, 1982.

Os enunciados televisivos e as tramas da realidade e da ficção

Rosane da Silva Borges ¹

Resumo: Este artigo tem como propósito apresentar algumas discussões que vêm sendo empreendidas na pesquisa de doutorado “Ficção e Realidade: as tramas da produção televisiva e telejornalística”. Parte do entendimento de que os enunciados televisivos possuem uma base narrativa comum – som e imagem –, constituem uma matriz, uma estrutura invariante, pertencem a domínios contíguos. O caminho a percorrer consiste, numa primeira aproximação, em situar as motivações que vêm possibilitando a produção do trabalho e indicar os deslocamentos teóricos que conduziram a pesquisa para o terreno (in)comum da linguagem. Essa condução – que se tornou mais insistente para as pressuposições da pesquisa a partir do olhar lançado para as chamadas teorias da comunicação – organiza e recorta um campo de reflexão sobre o qual as articulações aqui feitas encontram abrigo: o das ciências da linguagem.

Palavras-chave: televisão – ficção e realidade – olhar – laço social

Abertura: anunciando o programa (de estudos)

Anedota 1. Duas pessoas testemunham uma briga em praça pública e repentinamente ouvem o barulho de supostos tiros oriundos da confusão de que eram *espectadoras a distância*. O ocorrido instaura alguns impasses: afinal, o barulho que elas ouviram era realmente de tiros? As pessoas envolvidas na briga foram atingidas pelo projétil? Para dirimir as dúvidas, as testemunhas oculares apresentam como solução o jornal televisivo da noite: – vamos verificar o que aconteceu realmente mais tarde no jornal!

Anedota 2. Ator de telenovela passeia em *shopping* do Rio quando, inadvertidamente, é surpreendido com agressões verbais de um transeunte. Motivo da interpelação: o desconhecido queria “ajustar as contas” com o vilão da novela, uma

¹ Jornalista, doutoranda em Jornalismo e Linguagem pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, pesquisadora Capes.

ameaça aos mocinhos e mocinhas da trama. Para o defensor do eixo do bem da narrativa novelística, ator e personagem são entidades inseparáveis.

As anedotas com as quais principio² esse texto apresentam alguns pontos que se interseccionam e, em certo sentido, prestam serviço para a realização do trabalho. Entre eles, ponho em relevo: 1) a importância da televisão como agenciadora dos fatos; 2) o caráter inextricável entre ficção e realidade, pois a primeira parece informar, eclipsar, “confundir” e construir a realidade; 3) a suficiência da mediação televisiva (nem mesmo o testemunho *in praesentia*, como no primeiro caso, foi suficientemente capaz de garantir uma “interpretação” do ocorrido) para a construção da verdade, ou para a formação de consenso, no dizer de Chomsky.³

Segundo Augé, o acervo audiovisual produz “um novo regime de ficção, e esse regime se instaura afetando nossa vida social a ponto de nos fazer duvidar da realidade. As reportagens de televisão adquirem uma aparência de ficção, e a ficção imita o real”. (1998 : 6). De acordo com ele, a nova composição de real e ficção também condiciona a circulação entre o imaginário individual (o sonho), o imaginário coletivo (os mitos, os ritos e os sonhos) e a obra de ficção.

A televisão parece ser a síntese mais bem acabada deste regime, pontuado pelo dispositivo do ver e do olhar:

As guerras do Golfo e do Iraque podem ser citadas como exemplo dessa flutuação na distinção entre real e ficção: “para os espectadores pretensas testemunhas de uma guerra da qual eles nada viram – a guerra do Golfo teve a

² Roland Barthes, no prefácio de *A fala intermediária*, de François Flahaut, considera que dizer “eu” quando se escreve é uma operação dispendiosa que exige, constantemente, um balanço sobre a escrita. No entanto, assegura ele, não é, efetivamente, possível falar da linguagem sem de certo modo reconhecer que se está dentro dela, não é possível tratar a linguagem como uma atividade intersubjetiva sem que nos coloquemos no terreno da caça. A ressalva de Barthes indica em tempos atuais a transição e as alterações do paradigma científico que primava pela ausência do sujeito, ou como diria Boaventura Santos, “a ciência moderna consagrou o homem enquanto sujeito epistêmico, mas expulsou-o enquanto sujeito empírico” (1999: 50). A inscrição de outras perspectivas, visões ou linhagens abriu precedentes para que o “eu” não fosse mais visto sob suspeita ou rejeição. Faço uso da primeira pessoa do singular aludindo às ações por mim realizadas (posturas, tomadas de decisão, avaliações) e na primeira pessoa do plural no que diz respeito às reflexões teóricas, numa perspectiva dialógica.

³ Para Chomsky, apesar da “fabricação de ilusões necessárias para a gestão social ser um estratagema muito antigo, foi a partir do início do século XX, com o autoritarismo comunista e fascista, que o atual “modelo de propaganda” foi aperfeiçoado. É nesse período, segundo o pensador, que a instrumentalização dos cidadãos atinge o ápice, por meio dos sistemas de comunicação (manipulação) de massas: a imprensa, o rádio e a televisão.

aparência de um *videogame* que tinha a guerra por tema, e que demonstrava o caráter preciso e “próprio” da ação ocidental. A esse respeito, lembremos aqui a necessidade, para o acontecimento político-militar, de existir como espetáculo, e a obrigação exigida do cidadão de ser testemunha de um acontecimento ficcional”. (Id. Ibid.: 7).

Tornou-se moeda corrente se dizer que, em tempos de inegável supremacia da técnica, inundados de rápidas transformações, a *cultura das mídias* instaura outras formas de sociabilidade. As histórias descritas inicialmente ilustram, ainda que de modo caricatural, como a televisão ocupa papel nuclear nessas formas de sociabilidade: é ela a responsável por nos oferecer a matéria-prima do *laço social*,⁴ a base para a *res publica* possível, para o que possa haver de comum entre nós e os demais. O repertório de assuntos e temas que circula no tecido social é fornecido, sobretudo, pela TV. Para Ribeiro, aí está a principal razão pela qual a filosofia política deve ter o veículo como um dos seus “objetos” de estudo: “é nela que se encontra não o bem comum ideal, não a república imaginária, mas a possível, a real, com seus defeitos, mas também suas potencialidades”. (2004: 3). Partilhando da mesma idéia de Ribeiro, Sodré admite que o objeto dos estudos da comunicação é o vínculo social que ela é capaz de promover.

Postas essas observações, considero que nesse estoque de assuntos veiculado pela TV menos importa se os relatos emanam do campo da ficção ou do real, até porque eles possuem a mesma base discursiva. O que desperta interesse é o fato de os programas televisivos fazerem parte da textura cotidiana das nossas experiências, independente dos gêneros dentro dos quais estão engavetados. O trançado de códigos,

⁴ Evoco o termo empregado por Jacques Lacan e Lévi-Strauss para a definição de discurso. Para ambos, *o laço social* tem de construir e inventar um lugar em que as economias subjetivas permitam aos sujeitos permanecerem satisfatoriamente atados. Contardo Calligaris e Jurandir Freire Costa asseveram que não há laço social ideal, todo laço social tende a se fixar imaginariamente sob o modo da potencialidade perversa. É de preocupação desses dois autores analisar o funcionamento dessa economia subjetiva, que permite aos sujeitos se inserirem nas montagens perversas, o que faz com que o ego permaneça satisfeito dentro de tal ou qual laço: “que, sem isso, vai haver um constante mal-estar; essas estruturas jamais seriam estáveis. Ou parto do pressuposto de que há um sistema de equilíbrio egóico dentro de um laço desses – e aí ele se cristaliza -, ou, se admito que não existe, que isso é completamente secundário, não tenho como entender a maneira pela qual a perversão subsiste.” (Costa, 2005: 3).

fundado no som, na imagem e na escrita, nos enreda de tal modo que nós somos teleguiados pelas narrativas do veículo.

Para muitos pesquisadores, a exemplo de Mazziotti, a tele-visão tem sido freqüentemente pensada como um “*continuum*, um conjunto de escritas que se sobrepõem: o palimpsesto. Um fluxo indefinido e flexível que precisa dos gêneros para orientar o percurso dos espectadores” (2001: 204). Estou inclinada a pensar que nesse *continuum*, nesse conjunto de escritas que se sobrepõem se há algo que orienta o percurso dos espectadores *esse algo* não reside na especificidade deste ou daquele gênero, mas na forma significativa das espécies televisivas que articula eixos em torno dos quais o *olhar* assume papel central para a definição de sociedade escópica, a sociedade que “tele-ver”. As supostas diferenças entre os programas televisivos não teriam, a rigor, nenhum efeito para a conquista dos telespectadores, pois eles são, por natureza, primos-irmãos, partilham de bases semelhantes e se oferecem à assistência de maneira entrelaçada.

É nesse aparente embaralhamento que vamos construindo e sedimentando cotidianamente nossos vínculos com os programas televisivos, daí a plausibilidade dos termos telepresença e a telerrealidade. As anedotas permitem notar que ficção e realidade parecem, como disse Deleuze, “correr uma atrás da outra, trocar de papel e tornarem-se indiscerníveis” (2005: 156). Elas mostram como os limites entre uma e outra, na tela da TV, vão perdendo rigidez, se é que um dia tiveram, e tornando-se mais fluidos e menos nítidos. Assim, o *problema* da pesquisa que vem ganhando corpo pode ser sintetizado no seguinte enunciado interrogativo: Como pensar, então, a ficcionalidade na televisão – usualmente vista como puro avesso à realidade – e, em especial, no telejornalismo, reduto da transparência e do verossímil? Quais os laços de vizinhança entre realidade e ficção?

Do lugar de fala de onde o trabalho se institui, que permite notar as espécies televisivas como *laço social* que liga a todos em seu ritual cotidiano, faz-se necessária a análise do universo televisivo como um complexo onde os formatos narrativos que povoam a programação dessa mídia possuem estreitas relações. Poder-se-ia, então, falar de uma especificidade dos programas? O que particulariza e, portanto, diferencia o jornal do programa de auditório, o filme da telenovela do docudrama do *sitcom*?⁵

Ficção e realidade: as tramas da produção televisiva tem por objetivo examinar algumas produções desse veículo, partindo do pressuposto de que elas possuem uma base narrativa comum – som e imagem –, constituem uma matriz,⁶ uma estrutura invariante, pertencem a domínios contíguos. A chave-mestra de investigação pela qual procuro fazer esta conexão é o campo visual, do (in)visível, articulando-o com outras materialidades, como o som (música e outras inscrições sonoras) e a escrita. O *corpus* recobre, em linhas gerais, programas de entretenimento, jornalísticos, esportivos, *reality shows*, *sitcom*, docudramas, documentários etc – matéria-prima do trabalho.

Para tornar viáveis estas considerações, a opção está pré-traçada. O caminho a percorrer consiste, numa primeira aproximação, em situar as motivações que vêm possibilitando a produção de um trabalho nesses lugares. Em seguida, rastreio algumas definições de *realismo*, *real*, *ficção* e *realidade* que foram projetadas em um terreno mais amplo de investigação. Indico aqui os deslocamentos teóricos que levaram o

⁵*Sitcom* são as conhecidas comédias de situação. Criadas inicialmente nos Estados Unidos, a televisão brasileira vem cada vez mais aderindo a esse novo formato. O programa Fantástico, da Rede Globo de Televisão, é pródigo na veiculação desse formato.

⁶ O termo é capital para os estudos da linguagem, particularmente, da lingüística. Courtine em *Analyse du discours politique* (1981) compreende as formações discursivas (FD) como "matriz de sentidos que regula o que o sujeito pode e deve dizer e, também, o que não pode e não deve ser dito". Kristeva denominou texto como "matriz geradora de significantes", ou seja, como uma superfície, onde vem à tona, surge, cifrado, rigorosamente, em letra, apenas, alguns sinais, vagos, de seu significado. Para ela, o entendimento de um texto é sempre interino, enigmático, esparso, mutável. Segundo o conceito mais amplamente divulgado, matriz (discursiva) diz respeito ao conceito situado no plano da descrição dos elementos lingüísticos dos textos, mas aparentado ao de tipo ou ao de gênero discursivo. Foi utilizado nos primeiros trabalhos de análise do discurso realizados no quadro da didática do francês ensinando como língua estrangeira (Beacco e Darot, 1984). Funda-se sobre a constatação empírica de que cada texto singular pode sempre ser apreendido e descrito como único, como irredutível a outros, mas que certos textos apresentam afinidades, de natureza diversa, entre eles. (Charadeau & Maingueneau, 2004: 322).

trabalho para o terreno (in)comum da linguagem, não transigindo do seu caráter fundante das relações sociais e do humano. Essa condução – que se tornou mais insistente para as pressuposições da pesquisa a partir do olhar lançado, mesmo que oblíquo, para as chamadas teorias da comunicação – organiza e recorta um campo de reflexão sobre o qual as articulações aqui feitas encontram abrigo: o das ciências da linguagem.

Como disse Leibniz na epígrafe que reproduzo no início desse texto, a aproximação a alguns programas televisivos vem lançando-me novamente ao mar, transtornando o porto seguro oferecido por algumas escolas e correntes do pensamento comunicacional, apontando *novos (outros) modos de pensar as mídias*, em especial a TV. Perfilome às iniciativas⁷ que apostam na possibilidade de abertura de uma rota, cogitada pelas brechas abertas pelo campo da comunicação.

De dicas e pistas, obtidas seja com as cobranças internas do objeto de pesquisa, seja com o aporte teórico que constitui as ciências da linguagem, ou ainda com as reuniões de orientação, a postura teórico-metodológica aqui adotada vem escalonando o percurso do trabalho desde sua fase embrionária – a partir da confecção do projeto – até às delimitações atuais.

Neste relatório procuro demonstrar como está sendo feito esse percurso, por quais rotas e direções estou transitando e quais outras estão sendo mapeadas. Esse texto tem, portanto, um caráter interino, provisório, que se submete à apreciação de interlocutores com os quais procuro estabelecer diálogo com vistas à busca de bússolas para continuar navegando, redimensionando o mapa preestabelecido.

⁷ O núcleo de pesquisa Ciências da Linguagem e Mídia da Escola de Comunicações e Artes da USP, do qual faço parte, vem apostando boa parte de suas fichas nesse outro modo de pensar a comunicação. Nesse sentido, muita coisa do que irá nos ocupar neste artigo já ressoa em trabalhos do referido núcleo.

Um artigo pode ser pensado, do ponto de vista da forma, como um programa televisivo: anunciamos a sua exibição, estruturamos a apresentação em capítulos ou blocos. Assim como os “gêneros” da TV, as suas partes são construídas, geralmente, com base na narrativa aristotélica ou na morfologia de Propp, (*introdução* – exposição de determinada situação, *desenvolvimento* – ruptura dessa situação e o surgimento do conflito e *desenlace* – resolução, restauração da ordem ou instauração de novos conflitos). A tela onde este artigo é exibido apóia-se na metáfora de um programa de TV e está delimitada por uma rede de argumentos que tem como cenário o tópico do discurso nas frágeis fronteiras televisivas.

Primeiro bloco: uma justificativa do tema

Certas ordens de inquietação foram definitivas para a escolha do tema: parto do entendimento de que os telejornais possuem uma estrutura muito parecida com os programas de entretenimento, que por sua vez se aparentam dos programas esportivos, que se avizinham dos programas de auditório. Não há território interior no domínio televisivo: ele está inteiramente situado sobre fronteiras; fronteiras que passam por todo lugar e coabitam o campo do relato. Como disse Fausto do Macrocosmos, tudo é tecido num conjunto, cada coisa vive e atua sobre a outra. Ao meu ver, nesse conjunto, a ficção seria a estrutura que emprestaria irmandade a esses programas.

Levar em conta essas considerações implica em alguns redimensionamentos na reflexão acumulada em torno do jornalismo, pois contrastam com a tradição teórica da área. Tido como um “gênero” que se funda com e pela realidade e que, portanto, submete-se à prova de verdade, o (tele)jornalismo garante sua particularidade na rica palheta da programação televisiva pela via do verossímil, o que o isenta de ser visto em

sua estrutura ficcional. Ele está incólume da suspeita de “invenção”, “criação”. Quando se cogita a possibilidade de o jornalismo ser pensado desse modo, a tradição teórica e o universo profissional nos dizem que estamos frente a um problema de natureza deontológica, de distorções da prática profissional, ou abreviando vulgarmente, estamos frente a um “caso de polícia”. Mais do que pensar a ficção no (tele)jornalismo como um desvio, ou como recurso apenas do chamado jornalismo literário, do *new journalism*, franqueada pela “licença poética”, considero que ela é o traço essencial das narrativas do cotidiano, dentro das quais está o jornalismo. Esta é a *hipótese* nuclear que ordena a produção da tese.

A articulação dessas questões impõe algumas demandas para o trabalho: uma das tarefas preliminares consiste em verificarmos o que garante o traçado, se é que ele existe, de uma linha divisória entre ficção e realidade. O que demarca as fronteiras entre esta e aquela? De que forma os enunciados televisivos podem ser pensados como entidades autônomas, isentas de “contaminações” entre aquilo que é, solenemente, considerado ficção e o que é considerado realidade? Sob que ponto de vista esta diferenciação se sustenta?

Nutro a idéia de que ficção e *realidade* na TV, parafraseando Arrivé (cf. 2004: 5), não se separam nem por uma intransponível muralha, tampouco por uma frágil treliça, o que parece ser a fechadura que protege uma da outra. Ambas, ao meu ver, quando separadas, o são por um biombo ao mesmo tempo poroso e trespassado de aberturas, que oferece várias brechas como passagem. Ainda que perpassadas de abertura, do ponto de vista conceitual e da organização da programação televisiva em horários e núcleos de produção, a parede permanece erigida, intacta. Os departamentos aparentemente estanques que separam um programa do outro são mais uma forma elegante e cômoda de arrumar o acervo televisivo, do que algo verificável na prática.

Aí está uma das razões iniciais para que o trabalho entre em confronto com algumas crenças já enraizadas, obrigando-nos a promover alguns deslocamentos de conhecimentos estabilizados, a implantar questionamentos inabituais na seara da comunicação. São das sobras⁸ e brechas dos argumentos costumeiros que procuro dar sustentabilidade às inquietações que suscitaram a confecção da pesquisa. Esses deslocamentos visam, ao menos, atuar em três frentes: 1) homologar aproximações entre ficção e realidade; 2) conceber o (tele)jornalismo como um gesto fundador da realidade e não apenas um transmissor de fatos já dados e existentes; 3) essas duas instâncias, assim postas, participam de uma questão mais extensa: a da linguagem. De mero instrumento do pensamento humano, ela passa a ser vista como instituinte do humano, das relações sociais. Essa afirmativa, inevitavelmente, interpela as teorias da comunicação, transporta o escopo teórico do trabalho para outros campos e convidamos a fazermos algumas anexações teóricas com determinados postulados de disciplinas aliadas, como a psicanálise, a lingüística e a antropologia.

Nesse universo de possibilidades, várias perspectivas se abrem. Em relação ao primeiro tópico, ficção e realidade, um das providências a tomar, entre as várias possíveis, diz respeito às discussões amplificadas sobre o tema, tecidas em vários terrenos. Qual o lastro semântico que sustenta as noções de ficção e realidade como vetores inteiramente diferentes? Pelos conceitos descritos a seguir, podemos testemunhar que à realidade e à ficção são atribuídas características que as põem em posições diametralmente opostas. Esse par de oposições acabou por privilegiar a realidade enquanto expressão “pura” da verdade em detrimento da ficção, vista como imaginação pura e simples, descolada da verdade, do real. As diferenças entre os

⁸ A noção de sobra não é vista de forma negativa, pois levando em conta que sempre vai haver uma parte não-apreensível, as sobras e os restos são vistos como importantes, pois “nada pode ser dito senão por contornos em impasse, demonstrações de impossibilidade lógica, aonde nenhum predicado basta”. (Lacan, 1985: 20).

gêneros televisivos, sob o viés do verdadeiro e do falso, movimentam-se, dessa forma, na esteira de uma tradição teórica que interditou o ficcional enquanto uma das formas legítimas de expressão da realidade.

Os estudos de Luis Costa Lima subsidiam esse ponto da discussão. Em *O controle do imaginário*, este autor demonstra como "um verdadeiro veto ao ficcional, um controle do imaginário, decorrente do racionalismo, pôde ser assistido de meados do século XVIII, atravessando os mais variados discursos, até mesmo os artísticos". (1983: 34). Para ele, o advento da razão contribuiu para a repressão do campo de ficção, considerando que apenas dos discursos teológico e filosófico emana a verdade. A poesia e outros registros associados à arte foram relegados a uma posição subalterna, porque ordenados pelo discurso do "fingimento", da "mentira", do "irreal".

Esses marcadores de diferença compõem um espectro em que se pode mirar um conjunto de reflexões que nos guia em nosso trajeto, visto que propugnar aproximação ou diluição de fronteiras entre ficção e realidade requer uma atenção aos desdobramentos dos termos ao longo da história. As palavras surgem e podem mudar de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam e pelas condições sócio-históricas que lhes dão suporte. Que sentidos portam ficção e realidade e quais as mudanças vêm sofrendo? Em que momento a concepção corrente se institui?

Na busca de parâmetros que subsidiem as questões aqui levantadas, arrolo alguns conceitos do significativo patrimônio de estudos e pesquisas que alcançou os vários aspectos dessa discussão. Nesse momento de procura de balizas, preocupa-me verificar o espaço ocupado pela realidade e pela ficção em algumas áreas, deslocá-las para outras situações e, assim, perceber como elas incidem na produção televisiva.

Segundo bloco: um diálogo com a TV

A televisão, a máquina mais expressiva de fabulação já inventada até o momento, constitui-se em um agrupamento de relatos que se sucedem diariamente, em um grande cenário narrativo onde se inscrevem as possibilidades de homogeneização das expectativas dispersas no tecido social. Com uma grade de programação que se repete diuturnamente, a TV parece confirmar o seu papel de, a cada dia, oferecer o novo que sempre retorna (esse retorno pode se dá em diversas dimensões e aspectos: tanto pode ser a continuidade do *novellus*⁹ discursivo dos programas [a telenovela espelha bem essa situação] quanto pode ser o ressurgimento de programas e formatos de tempos imemoriais, seja da própria TV ou de outros veículos). Essa repetição e redundância, traço essencial dos enunciados televisivos, tornam explícito que algo insiste nos relatos, porque fora da cadeia discursiva. Sob o núcleo das coisas que se repetem está algo que sempre falta, o que nos impele à procura da palavra plena, total, depositando esperanças nas narrativas cotidianas, postulantes a cumprir a promessa de superar esse fracasso.

Ao repetir, os programas televisivos dão margem para o novo/outro. O caráter transformador da repetição assinalada por Gilles Deleuze nos dá a medida dessa operação: “o eterno retorno não pode significar o retorno do idêntico, pois supõe, ao contrário, um mundo (o da vontade de potência) em que todas as identidades prévias são abolidas e dissolvidas. Voltar é ser, mas apenas o ser do devir” (1968: 59).

Deleuze dirige, assim, uma crítica à idéia de representação, uma vez que é caudatária da tradição ocidental filosófica. Na contracorrente do pensamento que privilegia o idêntico, Deleuze considera que a repetição não supõe o retorno do mesmo, mas comporta de *per si*, um aspecto subversivo, transgressor:

⁹ Do latim, *novellus* quer dizer novo, recente. Originou o termo novela, narrativa breve, maior do que um conto e menor do que um romance. A novela tem suas raízes na Idade Média como um relato das aventuras de um herói mais ou menos individualizado, e diferencia-se do caráter épico da canção de gesta que a antecede.

Se a repetição é possível, é contra lei moral, assim como contra a lei da natureza. (...) A repetição pertence ao humor e à ironia; é por natureza transgressão, exceção que manifesta sempre uma singularidade contra os particulares submetidos à lei, um universal contra as generalidades que fazem lei; (Id. Ibid.: 12).

A situação do *fort-da* (o para lá e para cá do carretel jogado pela criança na ausência da mãe), esboçada por Freud, também é exemplo emblemático para pensarmos no espírito renovador da repetição. Segundo ele, a ausência da mãe provoca uma situação faltante, para ambos, mãe e filho. O jogo que tem como suposto o retorno do carretel ou da mãe, não retorna com o “mesmo”, trata-se de uma completude imaginária, nunca existida e, portanto, impossível de ser devolvida. A repetição seria a procura de um pleno suposto, jamais encontrado. Uma vez que não se devolve o mesmo, o que emerge dessa situação é outra coisa. A essa operação Lacan nomeia de disco-corrente, pois o que gira está destinado, por seu enunciado mesmo, a evocar o retorno. Ainda segundo ele:

(...) disco-corrente, discorrente, disco também fora de campo, fora do jogo de qualquer discurso, apenas disco portanto – ele gira, ele corre, ele gira muito exatamente para nada. O disco se acha exatamente no campo a partir do qual todos os discursos se especificam e onde todos se enlaçam, onde cada um deles é capaz, inteiramente também capaz, de enunciar tanto quanto outro, mas, por zelo do que chamamos, por razão muito justa, de decência, o faz, meu Deus, o menos possível. (1985: 46).

Assim considerados, os enunciados de TV podem ser vistos como construções imaginárias que vão sendo tecidas *ad infinitum* numa cadeia aparentemente ininterrupta em que apaziguamos nossos desejos e demandas diários. As narrativas,¹⁰ como tentativas, são sempre deficitárias, incompletas, posto que falam do inatingível, de uma

¹⁰ Segundo Paul Ricoeur, o que distingue um mero fato físico de uma ação humana é que esta segunda possui um caráter prototípico que a distingue estruturalmente de meros eventos na medida em que se põe em jogo uma rede conceitual consistindo nos seguintes aspectos: metas, motivos, agentes, circunstâncias contextuais, interação com outros, existência significativa e responsabilidade. Esses aspectos caracterizam a ação humana como envolvida com a moralidade, pois estas formam a rede conceitual de ação. Entretanto as possibilidades do ordenamento do mundo depende, sobretudo, dos dispositivos sintetizantes imaginativos que estão circundados por estruturas narrativas que nós herdamos de nossa tradição. A deliberação moral, segundo esse ponto de vista, é uma exploração narrativa das possibilidades de ação construtiva em uma circunstância presente. Narrar é dar estatuto ao humano.

parte inacessível que todos nós carregamos. O esforço “é tentar significar esse inacessível, tentativa sempre fracassada, mas constantemente retomada numa circularidade narrativa que cria um discurso de paradoxo, em que o “sentido erra o exprimível dos significantes e o inexprimível do significado”. (Braga, 2005: 4).

No entanto, o (tele)jornalismo, no seu prodigioso papel de converter o mundo em fatos imediatamente acessíveis ao cotidiano planetário, insiste em pautar o “real pleno”, em estruturar o mundo de objetos como se ele já estivesse “pronto” e organizado, em representá-lo. As diminutas observações que extraímos dos teóricos acima já são suficientes para elidirmos a palavra representação do empreendimento televisivo, visto que ela é impossível de ser visada nesses termos. Wittgenstein prefere o termo apresentação de mundo à representação porque:

Ao invés de “representabilidade” pode-se dizer aqui também: apresentabilidade em um determinado meio da apresentação. E de uma tal apresentação, todavia, pode um caminho seguro conduzir para um outro emprego. Por outro lado, uma representação pode nos importunar e não servir para nada. (apud Gomes, 2001: 36).

Se nos permitirmos algumas reflexões do campo das ciências da linguagem, veremos que aquilo a que nomeamos de “real” televisivo é uma fundação e organização da realidade por meio de discursos e não simplesmente uma entidade já dada sobre a qual interferimos com o código lingüístico disponível. O trabalho dos produtores de TV, especificamente do telejornalismo, não será o de representar o real, mas de instituir e ser instituído numa realidade discursiva:

O real encontra um sistema de representações que a só um tempo o patenteia e o disfarça (...) a isto chamamos de *realidade*. A *realidade*, portanto, é, de regra, representação parcial, viceja dentro de relações bem precisas; porém, dentro de cada conjunto de relações de um dado campo, parece dar conta do real inteiro, possui uma aspiração à unicidade e à universalidade. A *realidade* não é tão-somente um pré-dado, constitui-se na medida da própria constituição do sujeito e ao mesmo tempo em que torna possível esta constituição.

A esse trabalho, Barthes chama de *efeito de real*, aquele mesmo realizado pelo cinema. Analisando um conto de Flaubert, *Un couer simple*, este pensador afirma que a minúcia, o realce de detalhes no conto de um elemento sem aparente função na história ou no seu cenário, como a descrição de um barômetro, constitui o fundamento da verossimilhança, onde se atinge a plenitude do referente, autentica-se o real; há uma suposição de que o relato trata daquilo que se passou realmente. O real concreto torna-se a justificativa suficiente do dizer. É o realismo se impondo pelas enunciações creditadas pelo referente. (cf. Barthes, 2004: 35).

Se em Aristóteles o *efeito de real* é o efeito do verossímil, efeito de uma aparência do real, para Barthes a realidade é um *efeito do real*. O conceito de *efeito de real* instaurado por Barthes possibilita que a noção de representação fidedigna de um real, pedra de toque dos estudos filosóficos clássicos, seja repensada na sua impossibilidade.

Ainda caminhando com Barthes, em seu questionamento sobre o poder de representação da literatura, reproduzimos o seguinte excerto:

Desde os tempos antigos até as tentativas da vanguarda, a Literatura se afaina na representação de alguma coisa. O quê? Direi brutalmente: o real. O real não é representável, e é porque os homens querem constantemente representá-lo por palavras que há uma história da literatura. (Barthes: 1978, 22).

Mutatis mutandis, não é forçoso afirmar que o discurso do jornalismo é articulado tal como as narrativas literárias e ficcionais. Do mesmo modo que o realismo literário, conforme mostra Barthes em suas análises de contos, a televisão, com seus programas jornalísticos, procura incessantemente a representação desse real, considera-o narrável, aposta no referente como atestação de verdade, amarra-se aos nós do fato, do ocorrido, do referente. Mas o referente é traiçoeiro. Onde se acredita que ele poderia

ter uma existência autônoma da linguagem, ele já surge como produto dela. Segundo Lacan, o arbitrário na relação do significante com o significado se dá porque:

os efeitos do significado têm o ar de nada terem a ver com o que os causa”. Só que, se eles têm o ar de nada terem a ver com os que causa, é porque a gente espera que aquilo que os causa tenha certa relação com o real”. Os efeitos do significado têm o ar de nada terem a ver com o que os causa. Isto que dizer que as referências, as coisas que o significante serve para aproximar, restam justamente aproximativas - macroscópicas por exemplo. (1985: 30).

A televisão deixa, no caminho de seu trabalho diário, rastros de que esse real não está lá. Toda uma mobilização de instrumentos e estratégias, próprios do fazer (tele)visivo, procura apresentar o que não está pré-dado como já estivesse socialmente organizado. Essas estratégias podem ser notadas, entre outros aspectos, nas observações abaixo:

A mediação desses instrumentos opera pelo apagamento de fatos e colocação de um real como apreensível e descritível diretamente, constituindo, então, um *efeito de real*. Esse efeito torna o “real” não mais que um significado formulado, arbitrado por trás da aparência tomada como inquestionável do referente. Fazem parte dele os índices, significantes que delineiam o caráter de uma personagem, sua identidade, atmosfera e estado de espírito; os informantes, que são significantes que servem para situar no espaço e no tempo; a catálise, que é a função cronológica pela qual se operam a distensão e a compressão temporal presentes no tempo da narrativa. A “ilusão referencial”, atrelada à suposição de um real auto-suficiente e passado por completo, sem mediação simbólica, é um dos fatores que permitem o verossímil e a credibilidade jornalística, por mais maquiados que eles sejam. Os recortes e escolhas dão margem à fugacidade na abordagem dos temas por parte do jornalismo. (Gomes, 2002: 34).

Ancorada na imagem, a televisão ampara-se na suposta supremacia do referente para que ele, como num efeito mágico, apague algo que é fundante do veículo: de criar, organizar e construir fatos ao mesmo tempo em que cria a si próprio. Tornou-se lugar-comum a afirmação de que a mídia transpõe um fato a categoria de acontecimento. Insistentemente, o veículo procura minimizar esse papel, circunscrevendo-se no campo da mediação, o que não parece ser a melhor solução, pois mediar possui uma intenção grandiloquente, que é a de articular a realidade por meio de discursos, e tecer o social:

Mesmo que a maior potencialidade da televisão seja a sua possibilidade de realização de transmissão direta, em tempo real, está sempre presente, em qualquer um dos produtos televisivos, seu caráter de mediatização. Afinal, os textos-programa não são o *real*. (...). A alteração de cores, a mudança de

dimensões, a ausência de cheiro, de temperatura constituem-se numa redução muito grande dos atributos do mundo representado, pois, a rigor, somente os traços sonoros e visuais são imitados, e tais traços, assim selecionados e transpostos, pouco representam em relação à riqueza do mundo material: são figuras, não objetos do mundo. Nessa perspectiva, está-se frente a uma construção de discursos; não mais ao *real*, mas a uma *realidade discursiva*. (Braga, 2003: 54).

Perspectivados de maneira diferente, outros enfoques procuraram pensar o par real-ficção na TV. Slavoj Žižek, apoiado em aportes psicanalíticos (real, semblante), utiliza também o termo efeito de real se referir ao veículo. A princípio, para ele, a paixão pós-moderna pelo semblante termina numa volta violenta à paixão pelo Real:

A verdadeira paixão do século XX por penetrar a Coisa Real (em última instância, o Vazio destrutivo) através de uma teia de semblantes que constitui a nossa *realidade* culminou assim na emoção do Real como o “efeito” último, buscado nos efeitos especiais digitais, nos *reality shows* da TV e na pornografia amadora, até chegar aos *snuff movies*. Esses filmes, que oferecem a verdade nua e crua, são talvez a verdade última da *Realidade Virtual* (Žižek: 26).

A coisa real que a televisão oferece significa, na verdade, evitar se confrontar com o real que sempre escapa ao encontro marcado. Žižek nos mostra, com os exemplos dos filmes norte-americanos, que este real é encenado, evocado, teatralizado, mas sempre é evitado. Assim, ele diz:

Deve-se então rejeitar a “paixão pelo Real” em si? Definitivamente não, pois, uma vez adotada essa postura, a única atitude que resta é a da recusa de chegar até o fim, de “manter as aparências”. O problema com a “paixão pelo Real” do século XX não é o fato de ela ser uma paixão pelo Real, mas sim o fato de ser uma paixão falsa em que a implacável busca do Real que há por trás das aparências é o stratagema definitivo para enfrentar ele. (Žižek, 2003: 39).

Essa falsa paixão pelo real parece se aplicar à tarefa televisiva de ser um veículo de transparência plena. Ao mostrar imagens diversas, ela oculta o seu sítio, a arena onde está localizada. Distinguindo a Paleo e a Neo TV, Umberto Eco faz correlação de características que, a partir da noção de representação, mostram a TV como outra coisa que não um meio de representação, fragilizando o ideal de transparência que ela ostenta. Na Paleo TV havia intento de ocultar o aparato técnico com o intuito de gerar a

impressão de *realidade*, enquanto a Neo procura essa impressão justamente pela exposição do artifício, com a presença de microfone, gura e câmera. O que prevalece é a encenação, ou seja, situações preparadas desde o início, como debates, por exemplo. (Eco, 1983: 98).

O apelo à realidade, ao real, ostensivamente presente nas notícias jornalísticas, é uma tentativa imaginária de apagamento do trabalho simbólico. A supremacia do fato, do que aconteceu, do dado preexistente, foi, desigual e diferentemente, aceita pelas chamadas teorias da comunicação:

Todo recurso mais ou menos pomposo ao Fato pode ser também considerado como o sintoma de uma desavença do sujeito com o simbólico; reclamar agressivamente em favor do Fato unicamente, reclamar o triunfo do referente, é mutilar o real de seu suplemento simbólico, é um ato de censura contra o significante que *desloca* o fato, é recusar a *outra cena*, a do inconsciente. (Barthes, 1977: 44).

Pôr em relevo essa outra cena, a do inconsciente, como lembra Barthes, nos faz deslocar as reflexões teóricas aqui empreendidas para outro sítio, pois as teorias da comunicação, como lembra Gomes, evita pensar a “incompletude originária, a falta que marca o real como impossível (...). Contemplá-la assim é justamente o que evitamos, pois significa colocar em suspensão a maioria de nossos confortáveis fundamentos, de outra forma tão bem justificados”. (2001).

Bibliografia

- AUGÉ, Marc. *A guerra dos sonhos*. São Paulo: Papyrus, 1998.
- BARTHES, Roland. *O rumor da língua*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- DELEUZE, Gilles. *Diferença e repetição*. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- DERRIDA, Jacques. *A escritura e a diferença*. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.
- FREITAS, Jeanne Marie M. de. *CNN e a globalização mediática: uma nova hegemonia ou a formação de comunidades imaginárias?* Relatório CNPq. São Paulo: ECA/USP, 1996-2000.
- _____. *Ciências da Linguagem: contribuição para o estudo dos mídia*. Revista Comunicação e Artes, São Paulo, 11-23, set-dez 1996.
- FREUD, Sigmund. *O mal-estar na civilização*. Rio de Janeiro: Imago, 2001.

- GOMES, Mayra Rodrigues. *Repetição e diferença nas reflexões sobre comunicação*. São Paulo: Annablume, 2001.
- KRISTEVA, Julia. *A história da linguagem*. Lisboa: Edições 70, 1997.
- LACAN, Jacques. *Escritos*. São Paulo: Jorge Zahar, 1998.
- _____. *O Seminário*. Livro 11: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise. Rio de Janeiro: 1998.
- LIMA, Luiz Costa. *O controle do imaginário: razão e imaginário no Ocidente*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2000.
- Mazziotti, Nora. Os gêneros na televisão pública. In: Rincón, Omar (org.). *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002.
- Nasio, J.-D. *5 lições sobre a teoria de Jacques Lacan*. Rio de Janeiro: Joge Zahar, 2003.
- PFROMM NETO, Samuel. *Telas que ensinam*. 2ª ed. São Paulo: Alinea, 2001.
- TODOROV, Tzvetan. *As estruturas narrativas*. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- WITTGENSTEIN, L. *Investigações filosóficas*. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

A investigação jornalística como processo comunicativo

Sandra Moura ¹

Resumo: Este estudo se propõe a revelar a comunicação estabelecida pelo repórter com suas fontes e seus colaboradores ao longo de uma investigação jornalística. Para isso, a autora do trabalho submeteu à análise semiótica caderno de anotações, cartas, pautas, fichas, entre outros documentos utilizados pelo jornalista na investigação. O estudo segue um caminho diferente daquele comumente utilizado nas pesquisas sobre o jornalismo, já que o foco está centrado não na avaliação do produto final decorrente da produção da reportagem, mas das mediações ocultas no texto. Neste sentido, o diálogo estabelecido no processo de investigação – e revelado através dos documentos aqui analisados – vai levar à rede de linguagens e seus entrecruzamentos.

Palavras-chave: jornalismo investigativo, processo comunicativo, investigação jornalística, processo investigativo e semiose.

Todo processo de semiose – isto é, todo percurso que envolve a ação do signo – já é em si um fenômeno comunicativo. Ransdell já perguntava: “O que é a comunicação senão a produção de signos para serem interpretados?” (*apud* Salles 1990: 76).

Interessa-nos fundamentalmente acompanhar o esquema comunicacional que o jornalista Caco Barcellos e seus pesquisadores estabeleceram na investigação de *Rota 66*: a história da polícia que mata (1992).

Naturalmente, nesse ponto, será vista também a comunicação que Caco Barcellos manteve consigo no momento em que investigava os crimes cometidos pela polícia militar no município de São Paulo. Existe, na semiótica, a manifestação de diálogos internos e externos.

Peirce (*apud* Salles 1990: 76), por exemplo, em sua teoria faz remissões a esse ponto. Para o filósofo norte-americano, todo pensamento é dialógico na forma, seja quando se manifesta externamente, isto é, entre dois ou mais indivíduos, ou internamente através do pensamento de uma mesma pessoa.

¹ Professora de Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba. Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia.

Na mente de um mesmo indivíduo, segundo explicações de Peirce, aquilo que se processa é o diálogo entre diferentes fases do ego. Daí compreender que os pensamentos de uma pessoa são o que ela está dizendo a si mesma. Quando isso ocorre, ela está falando para o seu outro eu, aquele que apenas aparece no fluxo do tempo. “Quando raciocinamos, é aquele eu crítico que tentamos persuadir; e segundo todo pensamento, qualquer que seja, é um signo, e é, na maior parte das vezes, da natureza da linguagem”.

De todo modo, estamos cientes de que parte da conversa do repórter Caco Barcellos restringiu-se aos seus processos mentais. Portanto, com estes dados não se poderá mais contar. Nem todo o pensamento do jornalista foi registrado no momento de sua elaboração. Mas outros fragmentos do diálogo foram captados e anotados durante a investigação dos crimes da polícia.

Diálogo interno

Para Roman Jakobson (1970: 21), quando falamos que a linguagem ou qualquer outro sistema de signos serve de meio de comunicação, devemos nos prevenir ao mesmo tempo contra qualquer concepção restritiva dos meios e fins comunicativos. Nesse sentido, ele observa que o caráter intrapessoal da comunicação é tão importante quanto o seu aspecto interpessoal. E exemplifica: “A fala interior, penetrantemente concebida por Peirce como um ‘diálogo interno’, é um fator cardeal na rede da linguagem e serve de conexão com o passado e o futuro da pessoa” .

No caso de *Rota 66*, pelas anotações do caderno, percebe-se que o jornalista é um interlocutor do seu próprio processo. A recepção de seu pensamento vem em forma de providências e notas a serem tomadas, tais como colocar cartas no correio, fazer pesquisa no jornal *Notícias Populares* e entrevistar um dos policiais envolvidos na matança, Gilson Lopes.

Na verdade, essas anotações funcionam como uma lista de controle do trabalho. Há registro de tarefas que foram cumpridas – como as que estão acompanhadas de ok – e de outras ainda sujeitas a decisões e desenvolvimento.

Por outro lado, as rasuras em forma de seta, traços, rabiscos, feitos com canetas de cores diversas, mostram não apenas que esses registros se deram em momentos diferentes, como também testemunham o retorno do repórter aos seus apontamentos. Isto é, o jornalista se dirigindo a si mesmo.

Nesse diálogo, o repórter exige de si o cumprimento da seguinte tarefa: “Ler. Ler. Ler. Ler. Ler. Ler. Ler. Ler. Ler”. Nesse caso, o jornalista tanto pode estar falando da leitura de um documento específico – trechos de processos judiciais – quanto da pesquisa de um modo geral (livros, recortes de jornais, arquivos no computador etc.).

Todos os casos citados mostram o repórter atuando como emissor e receptor daquilo que escreve. Iuri Lotman (1978: 33) denomina esse processo de autocomunicação. Ele observa que essas duas instâncias (emissão e recepção) podem se unir numa só pessoa. Nesse caso, subtende-se que um indivíduo que fala consigo representa dois, isto é, reúne nele “o locutor e o auditório”.

O observador social

É significativo que Caco Barcellos retome, no caderno, a preocupação em contextualizar os fatos. Nesse roteiro, que reproduzimos a seguir, ele afaga essa idéia:

Lixão do Alvarenga
Martinez Dirley e Hoffman
Lembrar neste capítulo da reportagem
sobre o prêmio. Descrever tudo em detalhe
sobre a vida no meio da podridão.
Cinco mil testemunhas. Nos lugares + improváveis
você encontra o impossível. Eles viram o
assassinato. Martinez desrespeitou a regra
de matar. Deixou de dar socorro às
vítimas e de planejar melhor a execução,
longe de testemunhas.
Falar do povo, que vê outros absurdos.
Ou absurdo só.

Essa insistência pelos traços descritivos do espaço contribui para apresentar os fatos no seu significado social. Assim, pretende o repórter “descrever tudo em detalhe sobre a vida no meio da podridão”.

Estamos, pois, ante uma anotação que remete à questão do espaço na sua configuração social. Podridão aí é uma referência ao Lixão do Alvarenga, na estrada que liga Diadema – São Bernardo do Campo, onde os policiais em 1986 mataram dois menores, de 17 anos, Dirley Rodrigues e Teodoro Hoffman. Essa ligação se torna ainda mais evidente pelo destaque do título.

Ora, socialmente o lixão é circunscrito ao ambiente do desamparo, do abandono, da ruína, da sujeira, enfim funciona como abrigo dos miseráveis. Ao jornalista, interessa saber como se vive num lugar deste. E esse interesse é quase uma obsessão, considerando outras passagens do caderno. Novamente, ele se refere a este “caso lixão”, indicando a intenção de abordar “o universo absurdo de quem vive na miséria”.

Daí se observa que ele entra em certos princípios constitutivos da sociedade, as desigualdades sociais. Estes são, para o jornalista, sinais de que o problema da morte dos dois rapazes é bem mais complexo.

Figurativamente, pode-se ler, pelas anotações do repórter, que a ação policial faz jus ao Lixão do Alvarenga. De fato, esse local é um matadouro humano. Para lá convergem os degredados. Para lá também os policiais levaram os dois garotos e os executaram. Talvez possamos ir até mais longe, se fizermos uma correlação simbólica entre esse caso e uma outra anotação do repórter no caderno, quando ele falava de um outro crime: “Coincidência ou não, sempre que a gente apura, aparece sujeira”. Numa leitura figurativa a imundície do lixão estaria na própria polícia.

O inusitado

Há no roteiro um trecho em que ele teoriza a respeito das suas descobertas. O repórter observa: “Nos lugares mais improváveis você encontra o impossível”. A anotação tem ligação com o caso do Lixão do Alvarenga.

Na apuração, o jornalista chegou à sistemática da matança de Roberto Lopez Martinez. Percebeu, então, que a execução de suas vítimas se realizava sempre longe de testemunha. Daí seria improvável ele executar alguém num espaço bastante freqüentado como o do lixão.

A repetição do método de Martinez, de certo modo, conduzia a uma redução da novidade, vindo, portanto, a transformá-la num evento provável. Matava longe de testemunha e no boletim de ocorrência repetia a versão de tiroteio, por resistência à prisão, seguido de morte. Usava a técnica de levar a vítima ao hospital. Desta vez, nada disso ocorreu. Até o cadáver foi ocultado. A descoberta de que, junto com mais dois colegas, ele desrespeitou a regra de planejar e matar a sua vítima, trazia a investigação para o campo do inusitado.

Diálogo externo

A natureza comunicativa se torna clara na relação de Caco Barcellos com os estudantes que atuaram na investigação. Para exemplificar esse tipo de comunicação, nada mais indicado do que observar as fichas que ele criou para anotar dados do jornal Notícias Populares e do IML sobre crimes envolvendo policiais militares.

Na ficha *NP* datada de 30/05/80, Caco Barcellos anota que o corpo da vítima “não foi localizado no IML”. Daí ele escreve: “Investigar”. Daniel Annenberg complementa: “Ver ficha 3.363/80 no IML dia 28/06/80”.

Na ficha *NP*, de 13/08/74, Caco Barcellos anotou: “Investigar IML. Apurar”. Logo adiante, Daniel Annenberg sugeriu: “Ver ficha 5171 IML, 11.08.74”. Esse

mesmo pesquisador aparece na ficha nº 1.542/80, com data no IML de 22/03/80, indicando: “Averiguar. Possibilidade de ser 24/03/80”. Na ficha IML 6.541/80, de 15/12/80, Caco Barcellos escreveu: “Procurar Auditoria”.

Observemos inicialmente que todas as falas, recolhidas das fichas, indicam a continuidade da investigação dos casos anunciados pelo jornal. Veja que, a todo instante, aparecem as expressões procurar, investigar, ver, averiguar, além de outras que identificamos em diversos momentos da apuração, como verificar e pesquisar.

Todos esses verbos, de certo modo, já funcionam aí como indicadores da tese de que Caco Barcellos não se apóia apenas na suspeita. Eles encaminham para a obtenção de provas que validem uma determinada informação. O uso freqüente desses termos também pode indicar um certo rigor na apuração dos dados, ainda que se tenha de ir aos arquivos quantas vezes for preciso. Não é à toa que flagramos em certos momentos Caco Barcellos recomendando: “refazer cruzamento”. Uma indicação de que as informações fornecidas pelas fontes devem ser confrontadas. No caso, os dados do *NP* com os do IML.

Daí também se constatar a preocupação do jornalista em não cometer erros na sua investigação, embora ele saiba que em qualquer processo as falhas são possíveis de ocorrer. O que na semiótica denominou-se de falibilismo.

Essa idéia de que o jornalista, junto com seus pesquisadores, está a todo instante conferindo dados, de modo a evitar erro na sua apuração, pode ser reforçada por esse relato de Caco Barcellos: “O grande medo que eu tenho é de errar. Isso me angustia muito e me faz trabalhar demais. Eu trabalho mais do que devia, acho, por causa do medo de errar” (Barcellos 2000).

Emissor e receptor

Um outro ponto é que, na comunicação através das fichas, tanto Caco Barcellos quanto os seus colaboradores são remetente e destinatário. Isto é, emissor e receptor nesse processo. Para se compreender como acontece isso, relembremos o esquema comunicacional que nos serviu de ponto de partida. Tem-se lá, por exemplo, um registro do jornalista: Verificar IML. Essa informação pode ser averiguada por Daniel ou um outro parceiro na pesquisa, que, depois de consultar os arquivos do instituto, anota na ficha o que foi solicitado. Como pode acontecer o inverso: a determinação partir dos colaboradores e Caco Barcellos fazer a consulta. Quer dizer, neste circuito eles podem alternadamente assumir a função um do outro.

Esse circuito comunicativo, de certo modo, revela que a função dos pesquisadores contratados foi redimensionada. Chamados para vasculharem os arquivos do *NP* e do IML em busca de crimes dos policiais, eles acabaram ocupando um papel relevante no processo. Assumiram muito mais do que um trabalho de mero registrador de fatos.

A comunicação travada através das fichas é reveladora de que esses pesquisadores têm a liberdade de se posicionar, de opinar sobre os fatos que lêem no jornal ou sobre os dados que recolhem do arquivo do IML.

O que poderia ser lido como uma simples anotação na ficha, de certa maneira, vem acompanhada de interpretação. Por vezes, porém, os comentários dos pesquisadores chegam carregados de ironia. Como apareceu na ficha IML 3.363/80 no IML, datada de 28/06/80, e que já nos serviu para uma outra exemplificação, em que Daniel Annenberg escreve: “O corpo só apareceu no IML um mês depois”.

As anotações de Sidnei M. são exemplares neste sentido. Examinando o noticiário do *NP*, em determinado momento ele comenta: “Esta você tem que investigar! O

soldado gritou: Pára que é polícia! O homem continuou correndo. Levou bala nas costas. Sabe por que não parou? Era surdo, disseram os parentes” (Ficha *NP* 3/11/77).

Em outro momento, Sidnei novamente chama a atenção de Caco Barcellos: “Veja bem este caso, Caco. Bandido de 13 anos, Vanderlei dos Santos Dacel, surdo-mudo, trocou tiros com a PM. Treze anos de idade, surdo-mudo, pode?” (Ficha *NP* 28/7/75).

Entre as várias leituras que a ironia nessas falas pode suscitar está a de quão frágeis são as versões policiais apresentadas para os crimes. Assim como são reveladoras da ausência de critérios técnicos e científicos que justifiquem a escolha de suas vítimas. Além de indicar o despreparo e a arbitrariedade dos policiais na abordagem daqueles que eles julgam à primeira vista serem criminosos.

Há outras passagens que indicam a interferência de Sidnei no trajeto da investigação. Ele enumera: “Mais um morto no meu bairro. Sempre negro ou pardo, está percebendo?” (Ficha *NP* 7/7/89). Em outro instante: “Hoje faz quatro meses que estou lendo esse jornal. Você já notou que não tem notícia de tiroteio com sobreviventes?” (Ficha *NP* 6/3/87).

São artifícios próprios para suscitem caminhos à investigação. Sabe-se que o resultado final trouxe o dado de que se mata mais negro e pardo. Além de que a observação de tiroteio sem sobreviventes foi uma das chaves para Caco Barcellos chegar à descoberta da sistemática da matança policial. Tudo isso, é certo, indica que o jornalista percebe certos aspectos do seu objeto a partir de outros olhares.

Comumente, Caco Barcellos anota nas fichas as expressões: Bom caso! Atenção! Importante! Interessante é ver Daniel Annenberg fazendo uso dessas convenções. Ele sabe, por exemplo, que casos que envolvem os policiais da Rota 66 e os que a polícia diz ter matado por engano (erro de alvo) ou aqueles em que as vítimas são dadas como desconhecidas devem ser selecionados à investigação. Quando se está diante de um

desses episódios, ele registra tratar-se de “bom caso”. Tudo isso serve, indubitavelmente, para mostrar como a comunicação estabelecida ao longo do percurso gerou cumplicidade entre o jornalista e seus colaboradores.

A pauta

Nessa comunicação, há de se analisar outro recurso que entra na investigação jornalística. A pauta permite Caco Barcellos conversar com Luciana Bulamarqui. No roteiro preparado para a estudante de Jornalismo, o repórter indica a fonte a ser entrevistada – António Sória – e formula questões a serem discutidas com o policial.

Caco Barcellos escreve logo no início: “Bom, no dia 23 de abril de 75, na noite do caso, Sória era o comunicador do rádio da viatura”. Ele não informa o que aconteceu. Apenas deduz que, pela referência a data do ocorrido, a estudante já sabe a que caso ele se refere.

O fato de o jornalista pressupor que a estudante tem um conhecimento prévio acerca do assunto a ser abordado constitui-se naquilo que Peirce chama de experiência ou observação colateral.

Por ‘observação colateral’ não quero dizer familiaridade com o sistema de signos. O que é assim obtido não é colateral. É, pelo contrário, o pré-requisito para se obter qualquer idéia significada pelo signo. Mas por observação colateral entendo uma prévia familiaridade com aquilo que o signo denota” (1995: 161-162).

Peirce explica que a familiaridade não implica em intimidade com o sistema signífico. Ou seja, a familiaridade não é interna ao signo, mas são referências externas ao que ele pode denotar. “Toda aquela parte da compreensão do signo para a qual a Mente Interpretante necessitou de observação colateral está fora do Interpretante” (Peirce 1995: 161-162).

Daí Peirce exemplifica que para se compreender o que significa a sentença “Hamlet era louco”, deve-se saber que, às vezes, os homens ficam neste estado estranho. E acrescenta:

deve-se ter visto homens loucos ou deve-se ter lido sobre eles – e será melhor se se souber especificamente (e não houver necessidade de ser impelido a presumir) qual era a noção que Shakespeare tinha da insanidade. Tudo isso é observação colateral e não faz parte do Interpretante (Peirce 1995: 161-162).

A experiência da fonte

Na pauta, o processo exige deles (repórter e colaboradora) que acessem o seu repertório, cujo termo aqui é entendido “como uma espécie de vocabulário, de estoque de signos conhecidos e utilizados por um indivíduo” (Coelho 1996: 123).

Fica claro, assim, que as experiências colaterais tornam-se importantes à compreensão do processo comunicativo. Nessa perspectiva, a pauta se apresenta como espaço de informações compartilhadas não apenas entre o jornalista e sua auxiliar no caso aqui Luciana), mas também entre eles e a fonte, o policial Antonio Sória.

Pelo documento, é possível observar que o jornalista conta com o repertório não apenas da sua colaboradora, mas também da fonte. Uma das primeiras perguntas listadas na pauta é essa: “Ele soube da fuga dos três rapazes a partir das transmissões da Rota 13. Alguém informou que o carro era caráter geral (isto é, roubado)?”.

Na verdade, o pauteiro parte do pressuposto de que o policial já detém informações acerca do assunto. Ele (Antonio Sória) tem, vamos dizer assim, experiência colateral sobre este mesmo signo: o caso ocorrido na noite do dia 23 de abril de 75.

Ao mesmo tempo em que orienta a estudante para a entrevista, Caco Barcellos também mantém o controle do que está sendo planejado na investigação. Vale ressaltar que a pauta no âmbito do jornalismo em geral se manifesta como o espaço em que

repórter, pauteiro, chefias, editorias e diretorias se interagem sobre a feitura das edições jornalísticas.

Pauta inacabada

No caso da pauta, para Luciana Bulamarqui, a comunicação foi mantida mesmo depois do texto da entrevista pronto. Uma anotação da estudante para Caco Barcellos, após o cumprimento de seu trabalho, comprova isso. Eis o registro: “Procurei reproduzir a entrevista, dando as minhas impressões no que julguei mais importante, para tentar lhe passar qual a postura dele diante do caso 66 e de outros conceitos”.

Outro trecho traz as impressões da estudante:

Sobre o caso de Rota 66, ele não disse nada de muito revelador, acho que você sabe tudo. O mais interessante são as suas opiniões, o que pensa da polícia, bandidos e como se coloca no caso com a sua ‘falta de memória’ e o seu medo de falar. Achei o mais importante de tudo o fato dele não se arrepender de nada e que faria tudo novamente.

Tal constatação evidencia a complexidade do processo investigativo de Caco Barcellos. No exemplo citado, os acontecimentos (os assassinatos) já passam pela mediação de um signo produzido pela pauta (elaborada por Barcellos), pela fonte (no caso, o militar Antônio Soria), e pela estudante (encarregada de executar a entrevista, transcrevê-la e selecionar o que julga mais importante).

Uma outra parte do bilhete de Luciana Bulamarqui revela que o exercício da comunicação no jornalismo extrapola os limites da entrevista. Ou seja, mesmo já tendo sido realizada e o texto produzido, a comunicação poderá se prolongar, desde que haja necessidade de novas informações ou esclarecimentos sobre o assunto. É o que podemos deduzir desse fragmento: “Caso surja dúvidas ou queira saber outros detalhes me fale. Posso lembrar de outras coisas e também fiquei de ligar para ele (Antonio Sória) caso precisasse de alguma coisa a mais”.

No processo jornalístico, de modo geral, o jornalista pode retornar à fonte para confirmar ou não determinadas informações. A tentativa é diminuir o risco de erros de interpretação, que eventualmente possam ocorrer entre a fala do entrevistado – no momento da entrevista - e a redação do texto pelo repórter.

Tais consultas podem ser desde a aferição de nomes, datas até outras declarações mais fortes do entrevistado. Essas iniciativas de voltar à fonte são desejáveis sobretudo no caso de denúncias graves ou outros acontecimentos complexos, que implicam no envolvimento direto ou indireto de pessoas ou instituições.

Cabe lembrar que, quando se fala aqui do procedimento de voltar ao entrevistado, não se está falando dos casos de repórteres que enfrentam problemas com as fontes, que desejam ler o texto antes de sua publicação. A situação é outra. É o jornalista ligando ou conversando pessoalmente com a fonte para checar dados que lhe foram fornecidos.

Nesse caso, a ação do repórter pressupõe a verificação de certos aspectos do trabalho para evitar a divulgação de dados incorretos. Bem diferente da situação em que a publicação da matéria passa pela leitura prévia da fonte, com o intuito de censurar ou impedir a veiculação de fatos que lhe são indesejáveis.

A fonte judiciária

Esse processo de indicação da palavra de outrem na investigação está também na relação entre Caco Barcellos e suas fontes de informação. No contato com as fontes judiciárias, os documentos revelam os entraves burocráticos que a pesquisa sofreu. Para o trabalho de identificação dos matadores e de suas vítimas, Barcellos tentou, durante anos, obter informações sobre o andamento de processos na Auditoria Militar de São Paulo. Os juízes negavam esses pedidos, alegando dificuldades na localização dos processos porque o jornalista nem sempre tinha identificação dos envolvidos no crime.

Depois que conseguiu identificar os principais matadores pelo banco de dados que criou no início da pesquisa, juntamente com sua equipe, Caco Barcellos conseguiu obter no distribuidor criminal da Auditoria os números dos processos que desejava. Na documentação de *Rota 66* que tivemos acesso, encontramos vários pedidos, por escrito, em que ele solicita ao órgão responsável bloco de folhas para requerer certidões no poder judiciário, alegando que o objetivo era a realização de uma longa pesquisa sobre antecedentes criminais para a sua empresa Pena Branca Produções de Vídeo.

No seu percurso, Caco Barcellos se defronta com outras pendências burocráticas. De posse dos números obtidos no distribuidor criminal, o jornalista tentou consultar os processos nos cartórios da Justiça Militar. Em 1987, alguns juízes não permitiram. Cinco anos depois, o jornalista, em pedido encaminhado ao juiz da primeira Auditoria, Paulo Antônio Prazak, solicita autorização para consultar os processos de sete policiais militares. Desta vez, alega que o objetivo da pesquisa é o levantamento de dados para a produção de futuros trabalhos jornalísticos.

Esse processo de comunicação entre jornalista-fonte é reforçado por um outro papel localizado entre o material que nos foi apresentado. Trata-se de um questionário encaminhado por Caco Barcellos a pessoas que perderam parentes, vítimas da violência na cidade de São Paulo.

O documento apresenta dois tópicos básicos: o primeiro, com cinco perguntas, refere-se à hipótese de a pessoa não ter recebido indenização pela morte do parente; o segundo, com seis indagações, destina-se aos casos de pessoas que não foram indenizadas. Nessa correspondência, Caco Barcellos diz o objetivo da sua pesquisa. “Meu interesse nesse trabalho é saber exatamente qual é o tamanho do seu drama. O seu caso já está registrado no nosso Banco de Dados. Mas ainda nos faltam algumas

informações, que são fundamentais para conseguirmos melhores resultados nesse trabalho”.

A carta do PM

Para se comunicar com um dos policiais envolvidos na matança (Antonio Sória), como se viu, Caco Barcellos utilizou-se de uma pauta, preparada para a estudante que lhe auxiliou nas entrevistas. Já com o policial Roberto Lopez Martinez, a comunicação veio através de uma carta, escrita a partir de um pedido de entrevista do jornalista.

Da solicitação de Caco Barcellos até a resposta de Martinez, o percurso é marcado pela interferência de várias vozes. Da Promotoria de Justiça, informando que nada tem a se opor, desde que o preso concorde. Da Juíza Auditora, determinando que o comandante do Presídio Militar Romão Gomes consulte Roberto Lopes Martinez para saber se ele aceita ou não ser entrevistado e que lhe seja informado o teor da entrevista.

Em caso de uma resposta positiva do preso, a juíza Matilde J. Hojda lembra que o pedido deve ser submetido à apreciação dos juízes auditores que relataram processos envolvendo Martinez. Se esses juízes nada tiverem a se opor, a juíza adverte que a entrevista fica condicionada a assinatura de um termo de compromisso pelo entrevistado de que respeitará “o previsto na Lei de execução Penal 7210/84, especialmente em seu artigo 41, inciso VIII”.

Daí outros encaminhamentos foram dados até que a resposta de Roberto Lopez Martinez chegasse a Caco Barcellos. Nesse percurso, há outros pronunciamentos, como o do setor de Assistência Social. Há também o do Comandante do Presídio Militar Romão Gomes informando à Juíza Corregedora que o interno Roberto Lopez Martinez se manifestou “taxativamente pela inconveniência da entrevista com o repórter policial”. Em anexo, encaminhou o original e a carta datilografada.

Enquanto discurso, a carta marca-se, basicamente, por dois aspectos. De um lado, está a cordialidade com que o policial trata o repórter. Vejamos os fragmentos que expressam essa questão. “Sinto-me profundamente lisonjeado com a lembrança do honrado repórter em entrevistar-me” (*Rota 66*, p.173).

Logo a seguir, temos: “Vejo-me na contingência de, respeitosamente, recusar a esse amável convite”. Ao final, despede-se solicitando que sejam enviados “os meus protestos da mais alta estima e consideração ao amável repórter e, se possível, que ele tome conhecimento das minhas palavras e, aproveitando esta oportunidade, que aceite as minhas escusas em não lhe conceder entrevista” (*Rota 66*, p.174).

O outro ponto diz respeito às razões apresentadas pelo policial para não conceder entrevista. Preso, ele sente-se injustiçado e caluniado. Julgando-se vítima dessas acusações, Roberto Lopez Martinez insinua que a sua prisão foi fundamentada em depoimentos mal investigados.

Nesse diálogo, o quadro se inverte. O narrador assume uma postura cordial – “amável repórter”, “sinto-me lisonjeado”, “honrado repórter”, “amável convite” -, cujo perfil é bem diferente do policial matador que o jornalista tem em seu banco de dados.

Independente das intenções do policial, seja de conquistar com esse discurso a confiança do jornalista ou outra coisa qualquer, o que interessa é que aqui ele se apresenta como um homem educado e gentil. Em determinado trecho do documento, ele até se revela uma pessoa humilde: “Essa explanação torna-se imperativa para que tenha V. S^a uma pálida idéia de como encontra-se destroçado meu íntimo e as chagas em meu ser ainda abertas, causadas pela calúnia e maledicência de que fui vítima sem possibilidade de defesa” (*Rota 66*, p.174).

Essa carta não reflete apenas a recusa de alguém que está sendo acusado e não quer dar entrevista. Nela concentram-se questões elementares das regras jornalísticas.

Caco Barcellos sabe da recomendação básica do jornalismo de se ouvir o outro lado. Logo, ele sabe que é preciso ouvir o pronunciamento do homem considerado o principal matador da polícia militar de São Paulo, pelo ranking do seu banco de dados.

Ainda que se tenham fortes indícios dos crimes cometidos por esse policial, o jornalista manifestou a sua intenção de que esse indivíduo fosse ouvido. Tanto é que a carta que lhe foi enviada por Martinez entrou na íntegra no livro, por mais estranha que possa parecer essa resposta do militar.

A presença dos amigos

As marcas desse processo dialógico se manifestam, também, no contato com os amigos. Numa correspondência, localizada no emaranhado de papéis que nos foi entregue para estudo, a escritora Patrícia Melo elogia e comenta o estilo de Caco Barcellos em *Nicarágua: a revolução das crianças*, um livro que ele escreveu anteriormente a *Rota 66*.

Essa carta, na verdade, revela não apenas o incentivo que o jornalista recebeu da escritora para a realização de seus trabalhos, como também mostra momentos de fragilidade do autor diante de seu objeto. “Lembrei-me de você falando que, às vezes, ficava desanimado para escrever *Rota 66* por achar que isso só interessaria a você e tive vontade de te telefonar, em plena madrugada, para dizer que você tem o compromisso moral de escrever este livro”.

No processo de escritura de *Rota 66*, as palavras de um outro amigo impulsionaram Caco Barcellos a tocar à frente o seu projeto. “Quando escrevi as primeiras linhas de *Rota 66*, enviei o texto para Emílio Chagas, meu amigo em Porto Alegre. Ele leu e devolveu-me entusiasmado com o que escrevi. Aquilo foi um grande incentivo”, revela o jornalista, em entrevista à autora deste trabalho, em setembro de 2001. Cecília Salles observa que esses leitores particulares - escolhidos para terem

acesso preliminar ao trabalho, recém-terminado ou ainda em processo -, por vezes, “mostram poder em relação à obra em construção, na medida em que as suas observações são acolhidas pelo artista. Outras vezes, desempenham só o papel de um acompanhante do percurso” (1998: 45).

As marcas da editora

Essa necessidade de uma quase que “aprovação” dos seus leitores particulares, quando a obra encontra-se ainda em processo, pode ser apontada em outro momento do trajeto de Caco Barcellos. Na fase de redação, sugestões são dadas pela sua editora Eliana Sá, a quem o jornalista confiou a leitura dos seus originais. “Acabei não cortando nenhum dos textos dos processos. Achei que procedem e que, afinal de contas, um dos capítulos pode ser mais ‘preciso’. Fiz algumas pequenas mudanças e enxuguei algumas outras laudas. Veja o que você acha”. Em outra anotação, a mesma leitora acrescenta: “Caco, devolvendo já lido. Gostei. Veja algumas propostas de mudanças”.

A forma como Eliana faz as suas intervenções indicam que essa leitora está autorizada a interferir no processo a ponto de modificar o texto. Quando há necessidade, ela risca os papéis e enxuga frases ou períodos. Diferentemente de outros leitores, cuja função limita-se a chamar a atenção do autor para possíveis correções. Há ocasião em que Daniel Annenberg, por exemplo, faz isso. Ele marca a palavra ou parágrafo e ao lado manifesta a sua posição.

As anotações de Daniel são quase sempre desse tipo: “Explicar que o capixaba era o dono do bar, senão não fica claro”, “Talvez fazer um mapa com a área em que as vítimas são mortas pela polícia”, “contraditório com a página anterior que diz 85”, “são 4.120 ou 4.444?”, “parágrafo confuso”, “qual o número de PMs da Rota”, “qual o número de carros da Rota”, “Como se compõe cada carro e como são divididos os

PMs?’. No caso da editora, ela não só indica como já substitui e reescreve palavras e frases que não estão bem formuladas.

A grande rede

A análise mostrou que Caco Barcellos se utilizou de uma grande rede de informantes. De alguma forma, cada um deles deixou sua marca no processo investigativo. Nesse trajeto, uma série de conexões foram estabelecidas, o que permitiu ao jornalista o acesso às informações referentes aos crimes envolvendo os policiais militares.

Na verdade, a pesquisa o tempo todo se manifestou no jogo dialógico entre o jornalista, seus colaboradores, seus amigos, suas fontes e sua editora. O que nos levou a crer que um dos motores da investigação é exatamente o da comunicação. Ou seja, está na sua própria essência a necessidade de ser compartilhada.

No percurso de *Rota 66*, a relação do repórter e dos colaboradores se processou de forma dinâmica e interativa. Há marcas dessa interação em praticamente todos os passos do processo, tais como planejamento, apuração e redação.

Nas fichas, houve uma troca freqüente de informações. Ora, se anotava um dado, ora se solicitava outro. Daí alguém complementava a informação ou indicava onde ela deveria ser mais bem apurada. Isso espelha que a situação comunicativa nesse processo é, de certo modo, inesgotável.

Exemplo dessa inter-relação está no fato de que certos aspectos da investigação foram vistos por Caco Barcellos a partir dos olhos de seus colaboradores. Sidnei M., em certo momento, chamou a atenção do jornalista para a matança, na sua maioria, de pessoas negras e pardas.

A relação do repórter e das suas fontes, por outro lado, se manifestou na pauta, nas solicitações encaminhadas às autoridades, nos pedidos de entrevistas e nas cartas.

Nesse processo, o ato comunicativo se deu também na busca da confiança recíproca entre entrevistado e jornalista.

Pode-se dizer que a ligação entre jornalista e fonte foi uma forma de conexão com as instituições que compuseram os campos da investigação. Entre elas, estão a Justiça, a Polícia, o IML, a família das vítimas e a imprensa (NP e os demais meios consultados).

Em linhas gerais, a investigação em *Rota 66* reuniu todas essas vozes que, ao se conectarem, ampliaram os horizontes da pesquisa. Tal articulação de signos se deu graças aos processos comunicativos ali instalados.

Dentro dessa perspectiva dialógica, cabe lembrar, as observações de Eliana Sá caracterizaram-se como dispositivos em que as intenções editoriais se apresentaram através de normas e sugestões repassadas ao jornalista. Todo esse processo não apenas serviu para dar visibilidade às imposições da área editorial. As anotações da editora em originais de *Rota 66*, por exemplo, mostraram, de certa maneira, que essas operações são resultados de negociações.

Referências

BARCELLOS, Caco (1999). *Rota 66: a história da polícia que mata*. São Paulo: Globo.

COELHO NETO, Teixeira (1996). *Semiótica, informação e comunicação*. 4. ed. São Paulo: Perspectiva.

JAKOBSON, Roman (1970). *Linguística. Poética. Cinema*. São Paulo: Perspectiva.

LOTMAN, Iuri (1978). *A estrutura do texto artístico* Tradução de M. Carmo V. Raposo e A. Raposo. Lisboa: Estampa.

PEIRCE, Charles S. (1972) *Semiótica e Filosofia*. São Paulo: Cultrix.

_____ (1983). *Peirce e Frege*. (Col. Os pensadores, vol. XXXVI). Abril Cultural.

_____ (1995). *Semiótica*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva.

_____ (1998). *Antologia filosófica*. Tradução Antônio Machuco Rosa. Lisboa:

Imprensa Nacional/Casa da Moeda.

SALLES, Cecília Almeida (1990). *Uma criação em processo, Ignácio de Loyola Brandão e Não Verás País nenhum*. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica, São Paulo.

SANTAELLA, Lúcia (1995). *A teoria geral dos signos: semiose e autogeração*. São Paulo: Ática.

A lógica do entretenimento no jornalismo cultural brasileiro

Sérgio Luiz Gadini ¹

Resumo: Com base em alguns indicadores mais freqüentes encontrados nas páginas culturais dos principais diários brasileiros, o texto que segue discute um dos eixos temáticos e de perspectiva de abordagem do jornalismo cultural contemporâneo: a lógica do entretenimento/lazer, aliada à preocupação com o ‘jornalismo de serviço’ (roteiro e agenda) numa gradual substituição/redução do espaço outrora ocupado pela informação e crítica (literária, musical, de teatro ou cinema, por exemplo). Tal orientação vai ao encontro da constante influência e ação que a indústria cultural vem exercendo nos modos de ser, pensar e agir dos leitores/telespectadores/usuários e, pois, simultaneamente, nas lógicas de produção jornalística setorizada – seja como orientação de pauta, rotina ou estrutura editorial.

Palavras-chave: Jornalismo cultural. Entretenimento. Produção Jornalística da Cultura.

*Passaram a ter mais sucesso os escritores fotogênicos ou de vida interessante. (...)
Proust, por exemplo, virou biografia, álbum, livro de receitas e de auto-ajuda.
(Leyla Perrone-Moisés)*

Show business, star system e ensaios da vida privada: uma outra (ou mesma) cultura?

Uma tendência cada vez mais crescente na cobertura jornalística da cultura no Brasil contemporâneo é a gradual redução do campo cultural ao que se denomina de entretenimento que, não por acaso, significa diversão e passatempo. Assim é que, sob o pretexto de explorar a informação como um serviço, notícia se converte em entretenimento, priorizando a tematização e o agendamento de atividades, eventos e programas que visam à diversão do seu público. Esse é um primeiro aspecto a ser considerado neste debate.

Um outro aspecto a ser considerado, nessa ‘conversão’, é o fato de que a informação sobre o *star system* não se sustenta apenas no filme, telenovela, seriado ou *realities* e *talk shows*, mas no mecanismo identificador que geralmente está centrado na vida do ator/atriz dos referidos programas e produtos. Aqui, o entretenimento se associa à publicização da vida privada e ao personalismo.

E um terceiro aspecto parece estar associado a esse processo: a tradição do colunismo social presente no jornalismo brasileiro, herdado parcialmente das revistas de variedades. Esses três aspectos não apenas sintetizam uma certa tendência de parte do jornalismo cultural brasileiro contemporâneo em reduzir a cultura à perspectiva do lazer/entretenimento, como ressaltam o viés

¹ Doutor, professor de Jornalismo e do Ms. em Ciências Sociais Aplicadas/UEPG.

de espetáculo que perpassa uma determinada expressão cultural em sua estrutura de representação e simultânea construção discursiva. Esse viés, contudo, não é exclusivo, uma vez que essa mesma expressão cultural – discurso, ‘produto’ e representação que possibilita a instituição de outras relações sociais – é forjada por uma série de aspectos que tensionam uma visibilidade e potencial projeção de sentidos no imaginário coletivo dos leitores ouvintes, telespectadores ou internautas.

Expressão identitária; informação; potencial forma de lazer/entretenimento; dimensão pedagógica e espaço possível ao exercício da cidadania são dimensões da cultura que, em maior ou menor grau, podem estar presentes em uma determinada produção simbólica. No caso do jornalismo cultural, ao que tudo indica, o problema residiria, portanto, na tentativa – na maioria das vezes, por iniciativa de grandes corporações ou indústrias que operam pela lógica comercial do consumo – de reduzir essas mais diversas dimensões a um único aspecto: seja a espetacularização ou seja a centralidade da lógica do entretenimento. Note-se que, como muitos outros discursos, o jornalismo institui essa multiplicidade de dimensões possíveis do campo cultural.

O que se poderia entender, a partir deste estudo, como uma gradativa ‘autonomização’ dos cadernos culturais – seja em termos editoriais ou de publicação em forma de cadernos, não mais como uma ou duas páginas que, outrora, integravam o primeiro ou segundo caderno dos diários brasileiros – apresenta algumas características que traduzem estas e outras transformações da produção periodística no campo cultural. Tais características, além de tipificar os cadernos culturais, podem ser associadas a um contexto econômico e industrial do mercado da mídia impressa. Esse cenário possui alguns antecedentes que não configuram exclusividade da realidade brasileira.

Modelo industrial e cultura do lazer no jornalismo

É a partir do término da Segunda Guerra (pós-1945) que a chamada indústria hollywoodiana do cinema registra um maior e acelerado desenvolvimento, com grande penetração nos mais diversos países do mundo. Essa presença cultural norte-americana também se consolida simultânea a uma implementação acentuada de ações políticas integradas no chamado terceiro mundo (e também em países outrora já considerados em desenvolvimento), em alguns casos com o apoio da ONU (como, de certa forma, a Unesco em comunicação). Esse modelo de produção cultural só encontrou mais resistência nas tradicionais sociedades européias, até porque boa parte da Europa oriental manteve-se mais ‘fechada’ em função da “cortina de ferro”, até o final dos anos 1980.

Nos países dependentes – ou subdesenvolvidos, em especial na América Latina –, principalmente a partir da década de 60, essa política de expansão cultural contou com o aval e aceitação dos governos militares, facilitando sua rápida penetração e um conseqüente enfraquecimento das expressões e movimentos artísticos e culturais então considerados como manifestações pró-comunistas ou subversivos pelos respectivos agentes governamentais.

Sem grandes preocupações com a defesa de identidades culturais, a indústria da cultura do cinema de Hollywood conseguiu, em muitos casos, forjar, prioritariamente, um espaço para circulação e consumo de produtos mais voltados ao entretenimento. A simples preocupação de controle e censura às inúmeras iniciativas culturais que poderiam refletir situações da realidade brasileira foi, assim, abrindo mais espaço ao cinema *made in EUA*.

Claro que o caráter de entretenimento também sempre marcou inúmeras produções da cultura nacional, como atestam as revistas de humor, a comédia no teatro, o circo, algumas produções cinematográficas da extinta Vera Cruz, as comédias da Atlântida, ou mesmo determinadas produções do rádio-teatro, seguido mais tarde pela crescente penetração televisiva.

Ao mesmo tempo, o jornalismo impresso brasileiro, ao longo desse período e até o final da década de 1970, caracterizou-se muito mais como um espaço de crítica literária (algumas vezes também de teatro, música e cinema) e de formação de um público ‘seleto’ (em muitos casos, elitista), forjando uma tradição na vida intelectual brasileira por meio dos suplementos de final de semana que, nos principais diários do País (embora, a prática fosse mais habitual na capital federal, Rio de Janeiro, e depois em São Paulo), eram apresentados como literários ou culturais. Não por acaso, a década de 1950 (até o golpe militar de 1964) representa um importante marco de efervescência cultural e manifestação política nas principais cidades do País (ABREU, 2000).

Com o acirrado controle das produções culturais brasileiras, em uma realidade marcada pela acentuada desigualdade social, com altos índices de analfabetismo e limitado acesso aos bens/serviços culturais, a comercialização dos produtos hollywoodianos vai ganhando adesão e mercado de consumo, registrando na década de 1990 um índice superior a 90% de ocupação das salas de cinemas no País².

Os principais jornais brasileiros que, desde a segunda metade da década de 1950, vinham publicando suplementos literários e cadernos diários, a partir do final da mesma década registram e, ao mesmo tempo, refletem/projetam o fortalecimento do campo cultural por meio do agendamento cotidiano de temas, fatos e uma cobertura mais sistemática da área. Observa-se, então, uma gradativa autonomização das editorias de cultura que inclui as seções de variedades, passatempos, horóscopo, além das colunas sociais.

É, contudo, com o fortalecimento e penetração televisiva no cotidiano brasileiro que os cadernos de cultura acentuam a mudança de sua cobertura – marcada por ensaios, textos mais longos e apreciação crítica dos bens/serviços culturais – para notas, imagens e informações que comentam ou apenas atualizam situações da programação televisiva.

Essa tendência de explorar a cultura como um quase sinônimo de lazer e divertimento – voltado em boa medida aos setores de baixo poder aquisitivo – não é, portanto, nenhuma novidade ou exclusividade da era marcada pela celeridade da informação, consenso generalizado, queda da sensibilidade estética, hegemonia da programação televisiva, dentre outros fatores. O que não significa que as diferenças e variações entre os vários subcampos do campo cultural tenham se apagado.

Lazer e Cultura da Mídia

Ao caracterizar a ‘cultura da mídia’, Douglas Kellner lembra que esse fenômeno é relativamente recente. O autor destaca que esse processo de ‘mídiatização’ da cultura e da sociabilidade se acentua de modo ainda mais acelerado e intenso com o desenvolvimento das chamadas novas tecnologias da comunicação. “A TV a cabo e por satélite, o videocassete e outras

² Os dados constam do estudo “O Povo do Cinema – Na busca da tela”, realizado pela Subcomissão de Cinema do Senado Federal, no ano 2000. Brasília, Senado Federal, dezembro de 2000. O relatório está disponível no endereço www.senadofederal.gov.br, acesso em 21/08/2002.

tecnologias de entretenimento doméstico, além do computador pessoal – mais recentemente – aceleraram a disseminação e o aumento do poder da cultura veiculada pela mídia” (2001, p. 26).

A mídia ‘cataliza’ as atenções, interesses e investimentos forjando uma cultura, em que, guardadas as proporções, se pode identificar modos de pensar e viver que, configurados num consumo fácil, não projetam muita possibilidade de transformações da ordem vigente. Nesse contexto, “não exatamente o noticiário e a informação, mas sim o entretenimento e a ficção articulam conflitos, temores, esperanças e sonhos de indivíduos e grupos que enfrentam um mundo turbulento e incerto” (Kellner, 2001, p. 32).

Conforme Kellner (2001, p.54), “vivemos num mundo no qual a mídia domina o lazer e a cultura. A mídia é, assim, a forma dominante e o lugar da cultura nas sociedades contemporâneas”, diz. Contudo, essa reconfiguração midiática do campo cultural não garante a ampliação do acesso aos bens e serviços culturais, até porque ela se processa numa certa redução da cultura à perspectiva de lazer e entretenimento. “Os mais explorados e oprimidos pela ordem social, porém, podem pagar pouco mais do que o entretenimento ‘gratuito’, especialmente televisivo” (Kellner, 2001, p. 421).

Mas a noção em que a cultura passa a ser entendida como sinônimo de lazer e/ou divertimento apresenta um outro efeito no campo cultural: quando não desconsidera ou ‘apaga’ as demais projeções de sentidos, o produto voltado ao entretenimento tende a reduzir a perspectiva de reflexividade e projeção identitária dos seus usuários/consumidores. Basta pensar nas funções históricas que a produção cultural possui nos grupos e sociedades anteriores à atual fase de industrialização e comercialização das iniciativas culturais.

Evidentemente, essa conversão do jornalismo ao entretenimento não está dissociada das fusões das empresas do setor, que tornam a grande mídia dependente de poucas pessoas, responsáveis por uma quota cada vez maior de contas de publicidade. “A concentração não pode viver em boa harmonia com o pluralismo da informação”, afirma Claude-Jean Bertrand (2002).

É importante, contudo, não reduzir a lógica da notícia-entretenimento a uma simples e eventual perspectiva negativa ou mesmo pejorativa. Afinal, a cultura traduz-se em expressões integradas por múltiplas facetas, das quais faz parte também o entretenimento. O problema reside, dessa forma, na centralidade – por vezes, quase exclusiva – da cultura ao lazer/entretenimento, apagando outras dimensões de uma determinada manifestação cultural.

Pertinente ainda destacar que esta mesma ampliação de aspectos abordados pelo jornalismo cultural está relacionada a uma simultânea ampliação do público, própria da busca de maior adesão e comercialização da informação na contemporaneidade. Essa discussão, que envolve um gradativo imbricamento das iniciativas e atividades de entretenimento e informação, é uma preocupação dos setores mais críticos e organizados da sociedade civil brasileira.

Cultura-entretenimento nos diários brasileiros

Mesmo que os denominados grandes jornais não assumam, explicitamente, o fato é que muitas matérias, textos e imagens diariamente veiculadas em seus cadernos culturais apresentam essa abordagem discursiva do lazer/entretenimento, como se a cultura fosse, efetivamente, o que estabelecem as indústrias culturais. Associados às demandas de uma segmentação de mercado, muitos jornais brasileiros assumem e reproduzem essa tendência, buscando alavancar sua tiragem, circulação e, pois, margem de lucro. Isso, claro, além de manter a publicação de matérias onde – se diz – o leitor pode encontrar informações sobre as atividades artísticas tradicionais que integram o campo cultural (cinema, pintura, dança, teatro, literatura, música etc).

O fato é que, cada vez mais, o fio condutor desses cadernos parece atender às exigências do *showbiz* cultural e, em muitos casos, na ausência de bases reais para identificar o leitor, os próprios editores acabam cedendo às pressões de agendamento e tematização das estratégias de marketing e divulgação de seus produtos. Resultado: sob pretexto de “atender” a um público variado e eclético, os cadernos culturais de inúmeros diários – que se dizem voltados aos ‘formadores de opinião pública’ ou preferencialmente às ‘classes A/B/C’ – acabam se tornando bons divulgadores da indústria cultural e guias de lazer e entretenimento.

Com variações, essa caracterização vale tanto para os chamados ‘grandes jornais’ quanto para os diários regionais em circulação nos principais estados da federação. Nesses, aliás, é possível encontrar estruturas editoriais muito similares às dos grandes jornais: além de publicar diariamente um caderno cultural - com matérias de comportamento, lazer e cultura, além da programação das estações de TV e colunas sociais -, aos domingos a maioria dos diários circula com um suplemento de ‘televisão’ – com pautas originárias de matérias de agências noticiosas ou das redes de TV aberta –, onde se procura dar um toque ‘jornalístico’ à vida e rotina de trabalho de artistas destacados em programas de maior audiência da televisão brasileira. Nesse sentido, a lógica do lazer e entretenimento, que perpassa os cadernos culturais, parece encontrar nos suplementos de televisão, roteiros e demais publicações setorializadas seu lugar de realização por excelência.

Entretanto, são os diários ‘populares’ os que mais apostam numa abordagem da cultura como entretenimento, com ênfase ao meio televisivo. A princípio, poder-se-ia justificar essa abordagem pela faixa de público a qual eles se dirigem, preferencialmente às classes C, D e E – que, não por acaso, concentram a população com menores condições de acesso aos bens de consumo, inclusive e principalmente os culturais.

O crescente espaço dedicado pelos cadernos culturais dos diários brasileiros à atualização programática, bem como situações da vida privada dos referidos artistas que integram tais atividades, tende a reforçar a máxima identificada como a lógica do consumo fácil: filme para descontrair, música para divertir e televisão para não pensar.

Aliada a essa tendência, a integração dos diários em conglomerados de comunicação – em que emissoras televisivas são apenas outros dos muitos espaços midiáticos integrantes de mesmos grupos empresariais – coloca assim a pauta e o agendamento dos cadernos culturais como situações previsíveis que refletem e inter-agendam programações de TV aberta, sistemas fechados, páginas on line ou mesmo eventuais programas radiofônicos. A troca de agenda se processa, assim, como um imperativo em que, para além do interesse e caráter público da informação, parece predominar eventuais compromissos com o que acontece ou vai ser veiculado em outros espaços midiáticos dos conglomerados de comunicação. De certo modo, para muitos diários, tem-se, assim, uma espécie de jornalismo da cultura como incentivo ao consumo televisivo.

A aproximação cada vez maior entre entretenimento e notícia pode causar sérias conseqüências à credibilidade dos jornais. O alerta é de Bonnie M. Anderson, presidente de uma empresa voltada ao treinamento profissional de jornalistas e à discussão da ética na imprensa. A profissional discutiu o tema "O jornalismo sério é a base para a democracia", durante o Congresso da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), realizado na capital paulista, em agosto de 2003³.

³“ANJ: Entretenimento pode comprometer a notícia”. Disponível em <http://www.meio&mensagem.com.br/MMbyemail>. Acesso em 12/08/2003.

Com o objetivo de levantar a audiência dos telejornais ou a circulação dos periódicos, as companhias jornalísticas estão desvirtuando os critérios do que é notícia, que sempre foram baseados na relevância da informação para o público-alvo. Essa "enfermidade", segundo Bonnie Anderson, já atinge o Brasil. Ela cita a foto de destaque publicada, recentemente, na capa de um grande jornal, que mostrava uma mulher baleada. Mais tarde, soube que se tratava de uma cena de novela – a morte da personagem Fernanda, de "Mulheres Apaixonadas", da Rede Globo –, que havia se tornado o assunto do momento.⁴

Trata-se, portanto, de compreender que, se por um lado, o entretenimento também integra a lógica noticiosa, por outro, ao priorizá-lo – em detrimento de outras expressões de sentido presentes numa determinada produção simbólica –, o jornalismo cultural acaba por se tornar prioritariamente um mecanismo de espetacularização. Essa análise, entretanto, não autoriza a pensar o viés do entretenimento como se o mesmo fosse, sempre e unicamente, prejudicial à produção jornalística contemporânea. O problema estaria na centralidade do entretenimento, com simultâneo ‘apagamento’ dos demais aspectos de uma determinada expressão cultural.

Fortalece-se, assim, uma redução da abordagem da cultura para um enfoque de ‘lazer fácil’. Neste contexto, a ‘estetização’ dos produtos jornalísticos adquire uma ‘superimportância’ em relação a um simultâneo descaso dos próprios conteúdos. A prioridade plástica na produção técnica (apresentada como qualidade) parece, assim, reduzir a contextualização e importância do modo de dizer/expressar dos assuntos tematizados.

Não se trata, ressalta-se, de ‘desqualificar’ a informação voltada ao entretenimento, mas de compreender que essa gradual redução (simplificada) da abordagem cultural, ao mesmo tempo em que entende o leitor apenas como consumidor, tende a restringe o potencial criativo e de expressão (reflexão/projeção) que também perpassa as produções jornalísticas e o campo cultural.

Buscar formas de abordar a cultura como um campo de tensões, conflitos e projeções dos modos de viver, pensar e agir dos grupos humanos constitui-se, dessa maneira, em um dos principais desafios do jornalismo cultural brasileiro contemporâneo. Talvez, assim, seja mais aceitável falar no próprio termo jornalismo cultural. E isso, como se sabe, passa também pela formação de profissionais capazes de repensar a produção jornalística que, pela tematização e agendamento, participa da instituição cotidiana das relações que forjam o campo cultural.

Lógicas editoriais do jornalismo de serviço (cultura como lazer/entretenimento)

Em estudo realizado (para tese doutoral do autor, desenvolvido entre 2000 e 2003, junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação/Unisinos), apontamos as diretrizes (“lógicas editoriais”) que norteiam a produção cotidiana do jornalismo cultural brasileiro, a partir de uma pesquisa que ouviu representantes dos diferentes setores que cotidianamente interagem na produção dos cadernos de cultura, paralelamente a uma análise de produto cultural (que incluiu 20 diários de diferentes regiões e estados do País), dialogando ainda com diversas contribuições bibliográficas da área. Para este artigo, contudo, interessa apenas destacar as variáveis lógicas que mais dizem respeito ao jornalismo de serviço (voltado ao lazer/entretenimento).

A cultura do entretenimento como informação... sem abandonar o jornalismo como campo de debate e crítica. Essa parece ser outra referência (lógica) da produção dos cadernos culturais. Diante do crescimento acelerado de mega-corporações empresariais voltadas ao lazer/entretenimento, cada vez mais associados (ou integrados?) aos veículos assumidamente

⁴ Id. Ibid.

periodísticos, os cadernos procuram atender à expectativa (de mercado) da diversão e, ao mesmo tempo, manter uma característica que o jornalismo cultural dos diários herdou dos suplementos semanais literários: a tradição de funcionar como espaço para debate, polêmica e crítica cultural.

A explicação parece simples. O gradual deslocamento da esfera pública propriamente legitimada na modernidade em substituição pelo interesse em torno de peripécias e situações que envolvem a vida privada de celebridades da cultura midiática forjou, assim, valorações que se medem cada vez mais por critérios de adesão mercadológica que por fatores de controle social, interesse coletivo ou defesa da vida pública.

Dessa forma, diz Juremir Machado da SILVA (2000: 125), “revelar detalhes da vida privada de políticos e de estrelas do espetáculo tornou-se o derradeiro espaço do jornalismo investigativo”. E, assim, “a investigação não investiga, a crítica não critica, a teoria não desvela, a informação não informa. A mitologia serve de embalagem para o triunfo do marketing”, completa. Em outros termos, afirma SILVA (2000: 137), “o verbo distrair, mais uma vez, eliminou os seus concorrentes educar e informar”.

Nesta perspectiva, responsabilizar repórteres e editores pelo atual modelo de produção jornalística na área cultural seria desconhecer as relações econômicas que marcam a ação (e pressão) cotidiana das indústrias; grandes distribuidoras de cinema; cinco gravadoras que controlam cerca de 90% da produção musical brasileira; editoras que disputam o mercado editorial; empresas que mantêm espaços culturais; além de redes e consórcios midiáticos que agendam os demais veículos de comunicação mais muito pela disputa de audiência do que por conteúdos, critérios editoriais ou qualidade dos produtos pautados.

E na promessa de oferecer ao leitor (usuário) um misto de serviço, lazer e informação, em muitos casos, boa parte do que se apresenta como jornalismo cultural parece girar em torno de comentários da programação televisiva do dia, do cartaz do filme da semana, além de resenhas que, um pouco diferente da crítica e análise criteriosa de produtos, sustentam-se mais facilmente no exercício do elogio ao autor pela ‘ousadia’, ineditismo e coragem.

Confira alguns indicadores que melhor ilustram a produção jornalística da cultura a partir de estudo dos principais diários impressos do País.

Com uma média de 6 a 12 páginas diárias⁵ em formato standard⁶ – ou entre 12 e 16 páginas no formato tablóide –, os principais jornais impressos do País apresentam uma estrutura editorial formada por: [1] matérias jornalísticas – notícia, reportagem, entrevistas diretas, além de eventuais breves notas; [2] crítica cultural, que inclui, na maioria dos casos, espaço para um articulista por edição, com texto em forma de artigo, ensaio ou crônica, dependendo do diário; [3] coluna social; [4] serviço e roteiro, com sinopses de filmes em cartaz, endereço de salas, programação de teatro na cidade base, roteiros de museus, centros culturais, bares e demais espaços com atividades artísticas e culturais; [5] programação ou guia de TV, com destaque para filmes do dia, seriados em exibição e informações sobre atores de telenovela, geralmente nos canais da televisão aberta; e [6] variedades.

Com impressão em cores e em forma de caderno (editado separadamente do primeiro bloco, mantendo a histórica herança de ‘caderno dois’), o jornalismo cultural brasileiro veicula cerca de 50% a 70% das matérias diárias com temas que abordam assuntos locais ou regionais.

⁵ Dos 20 diários que compõem a amostra da pesquisa, apenas três possuem caderno cultural com formato tablóide (*Zero Hora*, *Extra* e *Agora*). Os demais mantêm o formato padrão do jornal standard.

⁶ O formato standard possui em torno de 48 cm de largura por 76 cm de altura. Esse tamanho pode variar, de um diário para outro mas, em média, gira em torno dessa referência. O formato tablóide, embora também variável, apresenta um tamanho médio de 24 cm de largura por 38 cm de altura.

São pautados eventos, lançamentos ou questões de interesse e abrangência geográfica dos referidos periódicos, seja a capital político-administrativa ou o Estado em que os mesmos circulam predominantemente.

Os principais jornais do eixo Rio de Janeiro/São Paulo⁷ veiculam um maior número do total das matérias com assuntos locais, oscilando entre 80 e 100% do material jornalístico de cada edição. O restante das matérias inclui textos traduzidos de jornais estrangeiros, matérias enviadas por assessorias e agências noticiosas, diariamente publicadas pela maioria dos diários brasileiros. Pertinente destacar que as matérias publicadas pelos cadernos culturais são, na grande maioria das vezes, de autoria e produção da equipe de reportagem dos respectivos jornais.

Colunismo social, roteiro, variedades e programação televisiva nos cadernos

Enquanto as reportagens e notícias possuem um eco interpretativo nas críticas e nos textos dos articulistas dos cadernos culturais, ‘ampliando’ por assim dizer o espaço de uma abordagem propriamente jornalística – o que, em alguns casos, totaliza entre 2 e 5 páginas de uma média de 8 a 12 dos cadernos –, a coluna social⁸ parece manter uma tradição herdada das revistas de variedades, com pequenas notas, comentários e frases de efeito, cercando imagens do que, regra geral, é apresentado como ‘flashes da vida social’ das cidades-pólo da região geográfica de abrangência de edição e circulação dos diários. Imagens festivas, comemorações, lançamentos, exposições, aniversariantes, homenagens e afins... tudo parece ser (bom!) motivo para ocupar os espaços das colunas sociais diariamente mantidas pelos cadernos culturais dos jornais brasileiros.

Um rápido passeio pelas colunas sociais indica como as estruturas e relações de poder podem estar ali contidas, em uma ou outra nota; legitimadas pela veiculação em páginas diárias, pelo hábito forjado da representação de setores da elite em salões da nobreza oligárquica, ilustrando ‘colunáveis’, geralmente via imagens e registros de festas de clube ou mesmo em circuitos familiares, datas comemorativas, dentre outros eventos e lembranças ‘privadas’, na maioria das vezes, apresentadas como de interesse público.

Pertinente destacar que a publicação diária de breves textos, destaques de programação, frequência (diária) e a grade de programa das principais emissoras são práticas comuns nas páginas – culturais ou de serviço – dos diários de inúmeros jornais estrangeiros observados, como é o caso de diários espanhóis, franceses e portugueses.

Regra geral, a perspectiva de ‘serviço’ constitui a ‘lógica’ da seção de roteiro cultural (guia ou programação cultural) diariamente veiculada pela editoria de cultura dos jornais brasileiros. O próprio nome da seção – que, de um jornal para outro, varia de ‘roteiro’, ‘guia’, ‘acontece’, ‘divirta-se’, ‘agenda’, ‘em cartaz’, ‘programa’, ‘RioShow’, ‘viver/lazer’, dentre outras denominações – já indica essa perspectiva.

A programação televisiva como serviço! Uma página standard ou o equivalente a duas páginas no formato tablóide dedicadas à publicação da grade de programação televisiva do dia⁹.

⁷ Incluídos os jornais *Agora*, *Diário de São Paulo*, *Extra*, *Folha de São Paulo*, *Jornal do Brasil*, *O Estado de São Paulo* e *O Globo*.

⁸ “A palavra coluna, como conhecemos hoje, foi utilizada desde os primórdios dos jornais. Os textos recebiam tal denominação porque ocupavam efetivamente uma coluna do jornal, geralmente sendo redigida para cobrir um espaço que ia da cabeça ao pé da página” (Lustosa, 1996, p. 163).

⁹ Conforme análise realizada, 14 dos 20 diários da amostra deste estudo dedicam uma página standard (ou o equivalente, duas no formato tablóide) à programação televisiva (grade com destaques da edição). Os demais cadernos dos jornais analisados dedicam cerca de meia página standard ou, em um ou dois casos, até mesmo um espaço pouco superior a uma página standard à grade e programa diário de TV.

Em alguns casos, este espaço inclui a programação das principais emissoras de TV fechada (cabo e/ou por assinatura). Impressa em letra (corpo) menor que as matérias de texto veiculadas, a seção ‘TV’ (em alguns jornais denominada ‘televisão’, ‘tevé’, ‘telemânia’, ‘na telinha’, ‘programa’, ‘hoje na TV’, ‘guia de TV’, ‘teleprograma’, dentre outras variações afins) também é destaque dentre a programação cultural do dia: geralmente formado por um breve texto, foto de divulgação de filme ou seriado, acompanhado de legenda e o serviço de informação (emissora, canal, horário, direção, etc).

Em vários diários, a programação das telenovelas recebe tratamento diferenciado, com edição de imagens de atores/atrizes, seguidas de legendas. As imagens editadas, na grande maioria das vezes, são de autoria da divulgação do programa ou provenientes de assessorias de imprensa. Os destaques de programação seguem a lógica de ‘estrelas’ artísticas ou televisivas que, também em outros espaços midiáticos, atraem audiência e um possível interesse dos leitores, ouvintes ou telespectadores.

A lógica (própria) da seção televisiva nos cadernos culturais é, preponderantemente, a divulgação da grade de programação das TVs abertas (e, em alguns casos, também da TV fechada), chamando o leitor para o que os editores consideram ‘destaques’ da programação do dia. Também impresso em corpo (letra) menor que a média dos textos veiculados, a seção TV vem ao encontro de uma demanda forjada pela presença acentuada que a televisão possui no cotidiano dos leitores, ouvintes ou telespectadores na sociedade contemporânea. Ao mesmo tempo em que opera como um ‘serviço’- via divulgação do que será transmitido pelas redes televisivas ao longo do dia – os cadernos culturais ‘integram’ assim o que se poderia definir como o circuito midiático-cultural da contemporaneidade, onde a televisão ocupa um papel de destaque.

Ao mesmo tempo, a publicação do resumo do capítulo de novelas e sinopse de filmes, dentre outras breves notas sobre programação da TV, na seção ou página televisiva que integra os cadernos culturais, parece atender a demanda de informação do público brasileiro, em tese, bastante ‘ligado’ ao que acontece e é programado pela televisão, quando, na verdade, não deixa também de forjar e alimentar uma expectativa de consumo, a qual os jornais impressos, por sua vez, integram e tampouco poderiam simplesmente ignorar.

Esse contexto indica uma ‘lógica’ editorial e, pois, discursiva em que os cadernos culturais se torna(ram) também televisivos, em especial e de modo crescente ao longo das últimas três ou quatro décadas. Assim, ao mesmo tempo em que mantêm (reforçam ou tensionam, dependendo também dos modos como isso se apresenta) a relação televisiva que boa parte dos leitores possuem, os cadernos culturais operam numa lógica marcada por um ‘mix’ de informação, serviço, guia e roteiro, onde aquilo que acontece nos outros principais espaços de produção simbólica também não pode(ria)m ser ignorados.

Confira, agora, o espaço das ‘variedades’! Horóscopo, palavras cruzadas, jogo dos sete (ou oito) erros e algumas tiras (entre quatro e oito, variável de um jornal para outro). Em alguns cadernos, também são publicadas outras modalidades de ‘entretenimento’ e atividades afins, como numerologia, tarô, búzios, o anjo do dia, além de piadas, jogos e outras modalidades de diversão ou lazer que formam o espaço das ‘variedades’ dos cadernos culturais dos diários brasileiros. A fonte do horóscopo diariamente veiculado pelos jornais não possui padronizações significativas. As ‘previsões’ (do zodíaco) provêm de autores diferentes, exclusivo para os mais diversos diários.

Na maioria dos jornais, as ‘variedades’ não chegam a ocupar muito espaço (entre 10 e 15% do total disponível), mas ao que tudo indica mantêm uma tradição do jornalismo brasileiro

que, herdada das revistas, hoje ocupa as páginas dos diários, como forma de manter o ‘interesse’ de um determinado segmento de leitores do periódico.

A lógica das variedades que integra os cadernos culturais dos diários brasileiros segue, de modo geral, a perspectiva de ‘entretenimento’ do leitor, procurando “deixar as páginas da editoria de cultura mais leves e atraentes ao interesse do leitor médio”, como diz uma editora de cultura (que solicitou não divulgar seu nome e periódico).

Pertinente considerar que essas estruturas (principais) dos cadernos culturais não podem ser compreendidas de modo estanque ou isolado, separado por linhas fixas, ou como supostas distâncias prévias. Basta lembrar do modo como a leitura de um jornal ‘desloca’ – numa espécie de deslizamento por entre páginas, assuntos e seções que, necessariamente, se relacionam entre si – e sugere conexões no interior do produto, passando de uma página a outra, de um caderno a outro, de uma seção a outra, de cima para baixo da página, e assim por diante.

Uma linha – nem sempre explícita ou racionalmente lógica – também relaciona frequentemente as matérias apresentadas com a programação cultural veiculada; sugere atividades de lazer por meio de notas em colunas sociais, que também integram o roteiro do dia; sinaliza para um programa de TV que, por sua vez, é destacado com imagem no meio da página; além das eventuais suítes (seqüências de matérias) que ganham desdobramentos em críticas e análises de filmes que entram em cartaz, orientando opções de lazer, consumo e cultura ao leitor do jornal.

Esse inter-agendamento não está dissociado do que acontece nos demais meios de comunicação, bem como nos espaços culturais da cidade, que ganha reciprocidade e, ao mesmo tempo, legitima a existência (social) dos cadernos.

Por fim, em termos estatísticos, poderia-se dizer que a maioria dos cadernos culturais dos jornais diários brasileiros utiliza quase 50% do seu espaço total (teoricamente aproveitável) com a publicação do roteiro, a programação televisiva e as colunas sociais. Essa média é ainda maior nos jornais conhecidos como ‘populares’ ou que assumem estar mais voltados às classes C e D¹⁰.

Se as variedades forem incluídas nesse cálculo, estima-se que o percentual do caderno ocupado com essas seções passa para 60% do espaço existente. Restaria, portanto, cerca de 40% para a publicação de matérias jornalísticas e críticas culturais. O espaço publicitário, na maioria dos dias da semana, pode ser estimado em torno de 30% do total do caderno cultural.

Para concluir, as observações aqui apresentadas centram-se fundamentalmente no que seriam ‘grandes’ estruturas dos cadernos culturais dos diários brasileiros e, de forma mais específica, permitem discutir a crescente influência da ‘lógica’ da cultura como um quase sinônimo de lazer/entretenimento. Não é, pois, preocupação deste artigo, problematizar os conteúdos que integram e constituem cotidianamente tais publicações.

Enfim, o que se verifica em muitos cadernos culturais – onde a agenda e os assuntos televisivos ocupam boa parte das páginas diárias – faz parte assim de um sistema midiático, cada vez mais integrado, que parece limitar os jornais impressos a uma função legitimadora ou de manutenção de uma ‘cultura de TV’... onde pouco ainda se faz de jornalismo propriamente dito, como informação, debate público, reportagem e pluralidade, por exemplo. E, nesse sentido, o que

¹⁰ A pesquisa apurou que a grande maioria dos diários de maior tiragem, circulação e influência no mercado jornalístico e profissional da área se dizem – assumidamente – estar voltados ou que possuem, dentre seus leitores, a maioria integrantes das classes A, B e, em alguns casos, C. Mesmo que tais indicadores sejam divulgados mais para efeito de marketing e busca de adesão publicitária, não deixa de ser indicial o fato de o público-alvo dos principais diários do País estar, prioritariamente, voltado às camadas de maior poder aquisitivo e, simultaneamente, influentes na formação da opinião pública.

parece predominar no jornalismo cultural verde-amarelo é uma ‘lógica’ (com suas variáveis tangenciais ou complementares) do serviço/lazer e entretenimento.

Referências

ABREU, Alzira Alves de et alli. “Os suplementos literários: os intelectuais e a imprensa nos anos 50”. In: *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro, Editora FGV, 1996.

ACKERMANN, Luciana e SILVA, Rose. “Cinema - O império dos sentidos”. In: *Revista Fórum*. Edição eletrônica 2003. Disponível em www.revistaforum.com.br/Revista/. Acesso em 10/04/2003.

BERTRAND, Claude-Jean. “Concentração da mídia empurra o jornalismo para o info-entretenimento”. Conferência. II Seminário Internacional Comunicação. Brasília: novembro de 2002. Disponível em <<http://www.jornalistasc.org.br>>. Acesso em 13/11/2002.

ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira: Cultura Brasileira e Indústria Cultural*. São Paulo, Brasiliense, 1995. 5. ed.

PACHECO, Elza Dias. “A inocente televisão”. Entrevista concedida a Gabriela Goulart. Rio de Janeiro: *Jornal do Brasil/Caderno B*, 07/07/2002.

SILVA, Juremir Machado da. *A miséria do jornalismo brasileiro: as (in)certezas da mídia*. Petrópolis, Vozes, 2000.

ZAN, José Roberto. “Música Popular Brasileira, Indústria Cultural e Identidade”. In: *ECCOS Revista Científica*. São Paulo, Uninove, 2001. Número 1, Vol. 3. Pp: 105-122.

Narrativa jornalística: dramas da vida real

Sonia Maria Lanza*

Resumo: Dramas da vida real estão nas novelas, na literatura. Mas o jornalismo também tem se pautado neste modo narrativo de contar fatos cotidianos. Os crimes e a morte, principalmente, constituem o *plot* dessas matérias. O homem sempre tentou explicar a aceitação da morte. A ciência, a religião, a arte, a mídia, todas as áreas do conhecimento têm experienciado a complexidade do tema. Ter consciência da morte é perder a individualidade. Rituais que ora enfatizam a morte como algo a ser conscientizado pelo homem, ora como aquilo que nos aterroriza parecem amenizar esta condição do homem. A morte no jornalismo é retratada como realidade, como fato, mas também como textos que se transformam em verdadeiros rituais, dramas diante desse sentimento traumático.

Palavras-chave: jornalismo, narrativa, morte, drama, ritos.

1. O drama: o código recodificado.

“Hoje as histórias reais parecem mais com as novelas que com a própria vida” É muito comum ouvir este tipo de frase por pessoas que não se dedicam, necessariamente, a estudar nenhum tipo de narrativa, são pessoas anônimas que gostam de ler/ouvir histórias, histórias que também são veiculadas em jornais diários. São dramas da vida real. Cotidianamente, parece que as pessoas não vivem sem este gênero, seja nas novelas ou no jornal. Algumas passam a ser personagens da trama que vai sendo escrita por meio do tempo vivido por elas e as subtramas se ligam àquela geradora, ao fato em si.

O melodrama é um estilo antigo, mas “umas das criações estéticas mais importantes do século XIX” (Huppés, 2000:10). A autora acrescenta que o melodrama seria o sucessor da tragédia, que não fica restrito ao romantismo, ultrapassa-o e, no século XX, ele acaba recuperando espaço em outras formas de expressão artística, ou de entretenimento popular como é o caso do cinema e a televisão e até mesmo do jornal impresso.

* Doutoranda do Programa em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), mestre pela mesma instituição e programa e professora no Curso de Comunicação Social da Unifio/SP.

O melodrama é a referência de identificação imediata entre as narrativas e o leitor, é a catarse necessária, ao processo que Silvia Oroz (1999:13) chama de ‘educação sentimental das massas’. Ela acrescenta,

(...) as lágrimas aparecem como veículo mais apropriado para ‘limpar os erros’. As lágrimas redimem. As lágrimas purificam. Esta colocação moral das lágrimas é característica da produção da cultura de massas e foi competentemente desenvolvida pela indústria cinematográfica da América Latina nas décadas de 30, 40 e 50.

Esta catarse, por meio das lágrimas, tem migrado para outras linguagens e mídias. O jornal, com menor intensidade que o cinema, também utiliza este gênero, embora diluído, e na televisão por meio das telenovelas e dos telejornais.

O melodramático está na cultura do homem que, apesar de uma vida fragmentada e frenética, busca uma maneira de escrever/ler/ver/ouvir os fatos cotidianos de forma amenizada, catártica; fatos em ficção.

O jornalismo se vale, assim, da emoção que fatos como crimes e mortes causam nos leitores para produzir matérias dramáticas. Resgata e recodifica, assim, códigos que já foram muito utilizados no início da história desse veículo de massa que ainda hoje seduzem o público.

2. Morte: o *plot*¹

A morte é complexa, é cultural. A morte não é tema somente no jornalismo, também na literatura e outras artes. Isto porque *o gênero humano não pode suportar muita realidade*². Como viver com isso? De que forma a realidade é trabalhada pelo homem? Morin afirma que sem a magia, o rito, o mito, sem a religião, o caráter crísico do *Homo sapiens*, sem a neurose, “a humanidade talvez não tivesse sobrevivido” (1973:142). Ela é, então, narrativizada,

¹ *Plot*: núcleo central da ação dramática. (Comparato, 1998:438)

² T. Elliot apud Morin, E. em *O paradigma perdido*, 1973:142

ritualizada. O homem, por meio de suas produções, como a pintura, a literatura, o cinema, etc, inclusive o jornalismo e outras mídias, transforma e ameniza a dura realidade.

Tragédias, romances, comportamentos, fatos que assustam ou que fascinam a humanidade sempre foram pautas em todos os tempos, em todas as produções humanas. Alguns fatos da vida real confundem o receptor quanto à informação jornalística. A morte da Princesa Diana³ é um exemplo, outros como de um *motoboy* ou “o maníaco do parque”⁴, que após ser preso recebe cartas de amor de algumas mulheres; do jornalista Pimenta Neves⁵ que matou sua namorada, também jornalista, Sandra F. Gomide e até aqueles que chocaram o mundo como o atentado a Nova York⁶, ocorrido em 11 de setembro de 2001, a tragédia que surpreendeu e matou milhares de pessoas na Àsia⁷, em 26 de dezembro de 2004, entre tantos outros fatos que fizeram e fazem das notícias relatos dramatizados e narrados (quase?) como ficção.

Mas atualmente, parece que vivemos num “mundo onde a fantasia é mais real que a realidade” (Boorstin apud Gabler,1999:11), e o mote “a vida imita a arte” vem se traduzindo em “a arte imita a vida”.

Um exemplo de que a arte imita a vida foi o caso da novela *Senhora do Destino* (2005), da Rede Globo. Aqui a morte não é o *plot*, mas sim o seqüestro de uma criança. O autor, Aguinaldo Silva, declarou que a trama teve origem no “Caso Pedrinho”, como ficou conhecido na mídia. Pedrinho é o nome do recém-nascido roubado numa maternidade, em Brasília. Este fato teve grande repercussão na imprensa. Em 21 de janeiro de 1980, Pedro

³ Separada do Príncipe Charles, ela morreu dia 31 de agosto de 1997, em Paris.

⁴ Já mencionado anteriormente, o caso foi veiculado, por todas as mídias, em fevereiro de 1998 e meses seguintes.

⁵ Fato ocorrido em 20 de agosto de 2000, veiculado por várias mídias. Pimenta Neves, 63 anos, diretor de redação de *O Estado de São Paulo*, tem seu relacionamento amoroso rompido por sua namorada Sandra Gomide, 32 anos, também jornalista da mesma empresa. Ele não aceita o afastamento da companheira e em um Haras localizado em Ibiúna, São Paulo, depois de discutir com a jovem, matou-a com dois tiros.

⁶ Fato ocorrido em 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos da América. Dois aviões são desviados por terroristas e se chocam contra a Torre Sul e a TorreNorte do World Trade Center.

⁷ Fato ocorrido em 26 de dezembro de 2004, domingo. Um tremor foi registrado na Ilha de Sumatra, na costa da Indonésia e que se estendeu também a outros países do sudeste da Ásia e leste da África. O fenômeno ficou conhecido por tsunami que gera ondas gigantes e provocou milhares de mortes.

Braule Pinto foi levado do hospital onde nascera. Seus pais, Maria Auxiliadora Braule (Lia) e Jayro Patajós Braule Pinto, não tiveram informações sobre o seqüestro e o crime foi arquivado em 1997. Em outubro de 2002, por meio de uma denúncia anônima de uma pessoa ligada à família adotiva do menino (registrado com o nome de Osvaldo Martins Borges Junior), o garoto foi localizado e em novembro de 2002, provou-se por exame de DNA que ele era Pedrinho, o filho de Dona Lia. *A Folha de S. Paulo* publicou o fato em 15 de novembro de 2002 como “Entenda o caso”, análogo a resumos de capítulos de telenovelas.

A protagonista da novela *Senhora do Destino* (2005) também tem a filha roubada ainda pequena em um hospital, no Rio de Janeiro. A mãe de Pedrinho encontrou-o 16 anos depois e na novela a personagem Maria do Carmo também reencontra a filha 22 anos depois. Neste caso, a arte imita a vida, guardadas as diferenças, evidentemente.

Este drama da vida foi amplamente divulgado pelos jornais. Matérias com título “A verdadeira história da mulher que roubou a vida de um filho”⁸, ou “Mãe adotiva de Pedrinho chora e nega crime”⁹, entre outros assemelhavam-se com os capítulos de novelas, também veiculados, toda semana, nos jornais.

O caso “Pedrinho”, nos jornais, portanto, é análogo às narrativas novelescas. O *ombudsman* da *Folha de S. Paulo* observa e comenta, na época, a estrutura novelesca, ao escrever:

*(...) Enumerem-se seus ingredientes ‘humanos’: um casal que teve o filho ‘subtraído’ na maternidade e que após 16 anos o localiza a partir de um exame de DNA, um jovem que, duas semanas depois de perder o pai (adotivo) por causa de um câncer, vê sua identidade e sua filiação brutalmente questionadas, uma mãe (agora viúva) com complicada trajetória posta, de repente, ante uma situação na qual pode perder o filho (adotivo) e/ou, talvez, ir para a prisão.*¹⁰

O “caso Pedrinho”, assim como na novela *Senhora do Destino*, parece que teve um “final feliz”, mas a grande maioria das tragédias não o tem. E a imprensa noticia o fato sem

⁸ Revista *Seleções*, em www.revistaselecoes.com.br acessado em 02 de novembro de 2004.

⁹ *Folha de São Paulo*, Caderno Cotidiano, p. C-1 de 16/novembro/2002.

¹⁰ Caderno Brasil, p. A-8 de 17 de novembro de 2002.

gran finale, afinal jornalismo é informação e é associado à notícia, para a maioria dos leitores.

E notícia não pode ser inventiva, criativa, deve relatar o fato de forma referencial.

Entretanto, mesmo referenciais, a notícia e também algumas reportagens têm sido publicadas de forma diferenciada, nas últimas décadas. São informações pautadas no relato do cotidiano real, mas utiliza códigos de outros gêneros.

3. Dramas da vida real: o rito, a catarse.

O jornalismo é texto da cultura e como tal tem a capacidade de reconstituir, de restaurar lembranças da história da cultura e da humanidade.

Os textos tendem à simbolização e se convertem em símbolos integrais. Os símbolos adquirem uma grande autonomia de seu contexto cultural e funcionam não somente no corte sincrônico da cultura, mas também na diacronia desta". (Lotman,1996:89)

A primeira página de um jornal impresso é um exemplo no qual podemos verificar a organização. As manchetes se referem a fatos que aconteceram no dia anterior ou ainda a “anteontem”. O jornal impresso não pode trabalhar em tempo real, como o rádio, a televisão e a *internet*, assim é o tempo que, geralmente, organiza o jornal. O jornalismo tem princípio organizador.

(...) a desordem renasce constantemente e a ordem social, por sua vez, também renasce sem parar. E assim surge a lógica, o segredo, o mistério, da complexidade e o sentido profundo do termo auto-organização. (1973:43)

O leitor quer clareza, ordem nas informações. O jornal quer seduzir o público, então procura apresentar a matéria de forma ordenada.

Uma tendência que pode ser verificada nos jornais impressos é o modo como estes têm veiculado os fatos com imagens e pequenos textos, são *storyboards* da notícia. Isto facilita muito a organização visual, temporal e de conteúdo e imprime ordem ao leitor, pois é praticamente induzido a ler quadro a quadro.

No exemplo a seguir, a *Folha de S.Paulo* traz a informação sobre os dez anos depois do massacre dos sem-terra em Carajás¹¹. Cada quadro informa de maneira resumida a seqüência do fato:



Atualmente esses *storyboards* têm sido recorrentes. Eles aparecem em várias notícias, não somente nas trágicas ou de mortes. Claro que nestas últimas são mais freqüentes, pois, muitas vezes, não há como flagrar fotograficamente o fato, por exemplo, um seqüestro, um assalto, e assim o jornal apresenta os infográficos.

A matéria propõe uma ordem no labirinto dos fatos, uma forma roteirizada, novelesca¹² que captura o leitor. O jornal recupera, rememora as informações anteriores numa tentativa de organizar o caos.

A sociedade tem o dever de manter a ordem no mundo, da mesma maneira que a ordem do mundo tem o dever de manter a vida social. Os ritos constituem as técnicas de harmonização. (Morin, 1973:163)

Ao tratar dessa harmonização, Morin refere-se às festas. Estas libertam as pulsões, *expulsa catarticamente as forças da desordem, deixa-as mesmo submergir temporariamente a*

¹¹ Publicado no *Caderno Brasil* de 16 de abril de 2006. O texto integral dos quadros está no Anexo I.

¹² A telenovela é um gênero que possui grande audiência na sociedade brasileira. A forma de sintetizar os capítulos, a linguagem acessível à grande massa, seduz o jornalismo impresso a utilizar este recurso, resgatando, assim, o gênero folhetinesco, que marcou o início do jornalismo.

ordem social, o que fortifica essa mesma ordem (1973:1630). A festa é uma recreação social. Atualmente a mídia parece exercer esta recreação.

As notícias são representações e o leitor, acredito eu, não se deleita com os fatos trágicos, como o caso acima – o massacre de Carajás. A mídia espetaculariza e a forma de veicular estas notícias tem caráter organizador e até mesmo catártico, no sentido de denunciar o fato e apresentar uma possível solução ou até mesmo de o leitor compadecer-se com o acontecimento.

Um fato que tem sido tema recorrente para todas as produções artísticas e também na mídia é a morte. Como já afirmamos, ela amedronta e, ao mesmo tempo, fascina.

É só com a consciência da morte que o homem irrompe a transformação para outra vida. O imaginário e o mito serão produtores e co-produtores do destino humano. Para operar a passagem para outra vida, têm-se os ritos que contribuem para enfrentar a morte. Os ritos amenizam ou *exorcizam um traumatismo provocado pela idéia da redução ao nada*. (Morin,1973:95).

Os funerais traduzem uma crise que causa angústia, mas trazem esperança e consolação. O homem não aceita a morte e tenta resolvê-la com a transposição no mito, nas narrativas e na magia. É ainda pela existência da morte e pelo imaginário que o homem está condenado a tentativas e erros, a incertezas, a excessos.

O homem é louco-sensato. *Homo sapiens, Homo demens*. Sua genialidade está na descoberta, na criação. Assim é consciência da morte desencadeia a questão do tempo, do surgimento do homem imaginário, das produções por meio do mito, do rito, da magia. Estes são caminhos para exorcizar a morte.

Morin (1970) reflete o tema,

(...) o nó da complexidade biológica é o nó górdio entre destruição interna permanente e auto-poiesis, entre o vital e o mortal. (...) a sociedade funciona não apenas apesar da morte e contra a morte, mas também que só existe enquanto organização, pela morte, com a morte e na morte. A existência da cultura, isto é, dum patrimônio coletivo de saberes, só tem sentido porque as

gerações morrem e é constantemente preciso transmiti-la às novas gerações. Só tem sentido como reprodução, e este termo assume o seu sentido pleno em função da morte. (1970:10-11)

A morte é o “enigma do homem”, tão antiga quanto ele, é inaceitável, tema complexo, única certeza da vida, como afirma o ditado popular. No entanto ela é pauta e reflexão para muitas artes, literatura e também para a ciência. A morte é o fim da vida, o vazio, é o sentimento de perda.

Todos os dias os jornais veiculam matérias sobre morte. *Não é por acaso, portanto, que (...) a tensão entre vida e morte esteja presente no jornal. (Baitello Jr, 1997:110)*

O jornal *Folha de S.Paulo*, além de evidentemente publicar notícias sobre a morte de alguém, do obituário, publica artigos sobre este assunto. Às vezes, o tema não está tão claro, mas quando a morte é a “personagem principal” e o fato é inesperado, torna-se pauta até de artigos.

O artigo *Memórias póstumas de um cadáver em Ipanema*¹³, de Moacyr Scliar, publicado no jornal *Folha de S.Paulo*, refere-se ao fato de um homem ter sido encontrado morto na praia de Ipanema, Rio de Janeiro. O que mais parece causar espanto no cronista é a indiferença dos banhistas que estão na praia. O texto simula ser um depoimento pessoal, como se o cadáver estivesse catarticamente ali, naquela praia, e a morte, tão inaceitável pelo homem, fosse amenizada, para ele e para nós, pelo prazer de estar onde, em vida, talvez nunca tivesse estado.

¹³ Ver Anexo II.

MOACYR SCLiar

Memórias póstumas de um cadáver em Ipanema

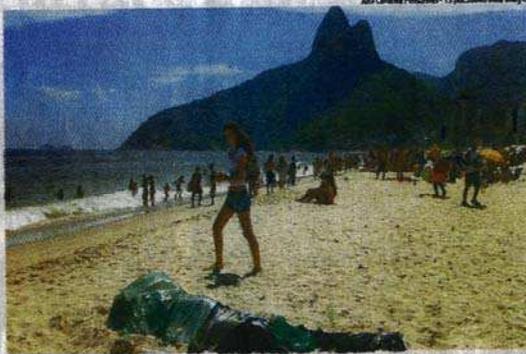
Um cadáver vindo do mar ficou aberto por cerca de seis horas na praia de Ipanema, a principal da zona sul do Rio. O cabo Renato, do Corpo de Bombeiros, que trabalhou na retirada do homem do mar, diz que o cadáver deve ter sido lançado da favela do Vidigal, próxima de Ipanema. "A calça dele estava com marcas de violência. Pelo visto, ele pode ser sido morto e lançado ao mar por traficantes do Vidigal", disse Renato. Apesar da cena insuportável e do mau cheiro causado pelo cadáver em decomposição, a rotina da praia praticamente não mudou. O trecho é frequentado por jovens da zona sul. Cotidiano, 14 de janeiro de 2006

REALMENTE, não posso me queixar do Destino: acabei realizando meu sonho. É verdade que isto só aconteceu depois da morte, mas a maioria das pessoas nem isto consegue. O meu sonho? A praia de Ipanema. Nasci e cresci na favela do Vidigal, ali perto. Muitas vezes pos-

sei pela praia, cheia de gente bonita, elegante, famosa. Nesses momentos eu entendia por que Ipanema é famosa em todo o mundo. O que só fazia aumentar minha admiração. Desde criança eu sabia cantar "Garota de Ipanema". Cantava tanto que meus pais me mandavam parar.

Minha mãe sabia de meu sonho e me aconselhava: desista, meu filho, aquilo lá não é para seu bico, quem nasceu no Vidigal nunca chega a Ipanema. Contenta-se com o que você tem, estude e trabalhe bastante e, quem sabe um dia, Deus ajudando, você vai melhorar de vida.

Mas eu não desisti. Ao contrário, sempre que podia, corria para Ipanema. O Brasil pelo menos tem disse: as praias são públicas, qualquer um pode frequentá-las. Claro que eu ali destoava, mas dava um jeito de ficar vendendo sanduíche natural ou refrigeran-



Menina passa próximo a corpo que apareceu boiando e ficou encalhado na praia de Ipanema, no Rio

tes, ou mesmo pedindo esmola.

Só que com isso não dava para ganhar a vida. E eu precisava ajudar minha gente: meu pai paralí-

tico, minha mãe diabética... Acabei no tráfico. O que é que eu ia fazer? Era a maneira mais fácil de arranjar dinheiro. Mas até nisso

tive azar: a gangue da qual eu fazia parte se desentendeu com uma outra. Na briga que se seguiu fui morto a pauladas. Quan-

do jogaram meu corpo no mar, e ainda estava agonizando e eu lembro que pensei: ah, se pelo menos eu terminasse em Ipanema.

Minha praia foi ovrada e agora estou aqui, estendido no areia, verdade que cobriam meu corpo com um plástico, mas consido tudo que estão sem proteger. A por outro lado, sinto-me feliz pelo fato de que minha presença não incomoda ninguém. As pessoas continuam ao sol, jogando bola, conversando, tomando banho e mar. Ainda há pouco disse um rapaz, perto de mim: "Fazer o que? As férias são curtas e temos de aproveitar de qualquer jeito". Você está certo, meu jovem amigo. Não só as férias são curtas, a vida também. Agora, Ipanema sempre um consolo. É um bom assunto para memórias póstumas.

Moacyr Scliar escreve há 50 anos na cultura, um texto de ficção baseado em notícias publicadas no jornal.

No título, o cronista alude ainda à obra de Machado de Assis, *Memórias póstumas de Brás Cubas*, único romance no qual o defunto é o autor e ironicamente narra sua vida iniciando pela própria morte. Aqui também, um rapaz vai narrar brevemente sua vida ao morrer.

Também no texto de Scliar, o defunto-autor, não se queixa do seu destino. Consegue realizar seu sonho, embora tenha sido somente depois da morte: estar na praia de Ipanema, no meio de gente bonita, gente rica. O narrador nasceu e cresceu na favela do Vidigal e sempre quis estar na tão famosa praia, mas a dura vida levou para o tráfico. Era o único jeito de arranjar dinheiro para ajudar o pai paralítico e a mãe diabética. O inevitável aconteceu: desentendeu-se com a gangue e foi morto a pauladas. Jogado no mar, chegou à praia. "Acabei realizando meu sonho. (...) Meu sonho? A praia de Ipanema."

A dedicatória não aparece no artigo de forma clara, mas, assim como no romance machadiano, a ironia é predominante. "Realmente, não posso me queixar do Destino". A sorte

não foi tão madrasta, acaba realizando o sonho de estar junto de jovens em férias, -direito de todos (?)-, numa praia da zona sul do Rio de Janeiro – cidade maravilhosa-, com sol, ser a personagem principal. Também não falta a digressão, característica machadiana, no final do texto:

Minha prece foi ouvida e agora estou aqui, estendido na areia. É verdade que cobriram meu corpo com um plástico, mas, considerando que estou sem protetor solar, até que não foi má idéia. E, por outro lado, sinto-me feliz pelo fato de que minha presença não incomoda ninguém. As pessoas continuam ao sol, jogando bola, conversando, tomando banho de mar. Ainda há pouco disse um rapaz, perto de mim: "Fazer o quê? As férias são curtas e temos de nos divertir de qualquer jeito". Você está certo, meu jovem amigo. Não só as férias são curtas, a vida também. Agora, Ipanema sempre é um consolo. E um bom assunto para memórias póstumas.

A morte é biológica, é certa, é o estágio final da evolução na terra, é o fim de um ciclo, é passagem. Muitas pessoas se chocam com a morte, não exatamente com o indivíduo que está ali, inerte. O corpo encalhou na praia, causou espanto, mas logo as pessoas continuaram a aproveitar as férias. A cena da morte e o rito oferecem ao cronista a brecha para expulsar o impacto que a imagem veiculada pelo jornal e a matéria poderiam ter causado no público leitor. É a magia com que o texto expurga o traumatismo da morte.

Morin, citando Freud, comenta o que sente um escritor ao matar suas personagens.

Este sentimento é análogo ao do espectador ou leitor:

Encontramos (na literatura) homens que sabem morrer e que sabem matar os outros. Somente aí se encontra satisfeita a condição pela qual poderíamos reconciliar-nos com a morte. Com efeito, tal reconciliação só seria possível se conseguíssemos compenetrar-nos da convicção de que continuamos sempre a viver quaisquer que sejam as vicissitudes da vida... Identificamo-nos com um herói na sua morte e, contudo, sobrevivemos-lhe, prontos para morrermos inofensivamente, outra vez, com outro herói (...) (Freud, apud Morin, 1970:159)

As artes ajudam a enfrentar nossos medos. No cinema, assim como na literatura, são incontáveis os filmes que ritualizam a morte, que mitificam, que a tornam mágica. O filme *Encontro Marcado*, um exemplo dentre muitos, que tem como título original *Meet Joe Black* (EUA, 1998), dirigido por Martin Brest, conta a história de um milionário que recebe inesperadamente a visita da morte e faz um pacto com ela: mostrar-lhe-ia como é a vida em troca de viver um pouco mais. Com uma narrativa simples, o inusitado ficou por conta de a personagem Morte ser representada pelo ator Brad Pitt. “A morte não é tão feia como parece”,

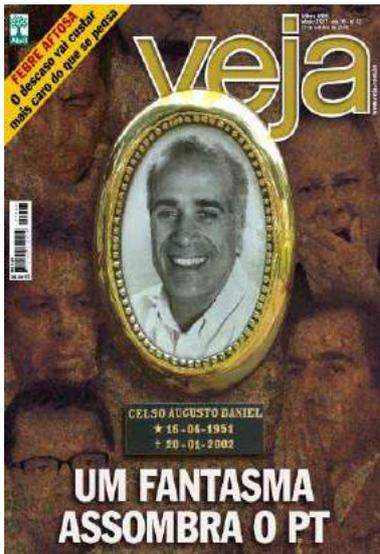
afirma o dito popular. Não é só pela beleza do ator, mas pela tranquilidade que a personagem passa. A Morte (a personagem) aceita negociações, adia o final da vida, ama e se mostra generosa. O cinema tenta tirar o terror da morte que o homem sempre nutriu.

Também a mídia faz do real um simulacro bem mais atraente que a realidade. A televisão, além dos programas de ficção, simula em seus telejornais e em outros tipos de programas jornalísticos o tema a fim de minimizar o impacto que a morte causa. “O pobre, quando morre, é estatística; o rico é destaque”¹⁴. É uma forma de amenizar a emoção, o horror que ela causa. Nas grandes catástrofes, os telejornais mostram os detalhes do fato. Casas destruídas, ruas vazias, roupas perdidas, várias pessoas, enfim, são objetos e pessoas anônimas que contabilizam o dado estatístico. Diferentemente quando o fato refere-se a uma pessoa célebre, de destaque na sociedade. Os telejornais e também programas jornalísticos, mostram a vida da pessoa, rememoram tudo que ela tenha feito. Esta forma de noticiar a morte ritualiza o fato.

Os jornais impressos têm veiculado a morte e muitas vezes textos que parecem ritos, também para amenizar o fato, como a crônica, de Moacyr Scliar, já referida neste trabalho.

A revista *Veja*, em várias capas, minimiza o fato por meio da ironia. A imagem de Celso Daniel, feliz; Raul Cortez, astuto, com jeito de quem conseguirá superar o fato; e a foto dos pés juntamente com o texto que ironiza a morte, são exemplos de como a mídia impressa (jornal e revistas) narrativiza a morte e diminui o impacto da notícia.

¹⁴ Heródoto Barbeiro disponível em www.usp.br/jorusp



19/10/2005



11/05/2005



18/05/2005

Outras vezes, as imagens se aproximam mais da arte pictórica que da arte fotográfica como mero relato. A Revista *Veja* consegue, assim, provocar emoções que fazem ignorar as perturbações reais produzidas pela morte. Parecem pinturas.



17/03/2004



08/09/2004

Os textos, as imagens exercem função mágica, ritualística sobre o homem. Ritualizar, perpetuar, tentar vencer a morte marcam culturas e indivíduos frente à morte. Ela é, na verdade, um encontro com a vida e o jornalismo, mais que outras mídias, têm simulado e tornado menos árdua esta emoção. As narrativas jornalísticas conseguem transformar os dramas da vida real em uma espécie de catarse, de rito.

Referências Bibliográficas.

- ASSIS, Machado. *Memórias póstumas de Brás Cubas*. São Paulo: Scipione, 1994.
- BAITELLO Jr, Norval. *O animal que parou os relógios*. São Paulo: Annablume, 1997.
- COMPARATO, Doc. *Da criação ao Roteiro*. Rio de Janeiro: Artemídia/Rocco, 1998.
- Folha de S. Paulo. Vários..* Empresa Folha da Manhã S/A, São Paulo.2002 e 2006.
- HUPPES, Ivete. *Melodrama: o gênero e sua permanência*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000
- LOTMAN, Iuri. *La semiosfera I*. trad, de Desidério Navarro, Madrid: Ediciones Cátedra, 1996.
- LOTMAN, Iuri e Bóris USPENSKII. “Sobre o Mecanismo Semiótico da Cultura”; em: *Ensaio de Semiótica Soviética*. Lisboa, Livros Horizontes, 1981.
- MACHADO, Irene. *Escola de Semiótica*. São Paulo, Ateliê Editorial/FAPESP, 2003.
- MEYER, Marlyse. *Folhetim: uma história*. São Paulo: Cia das Letras, 1996.
- MORIN, Edgar. *O paradigma perdido: a natureza humana*. Trad. de Hermano Neves. 4ª.ed. Lisboa: Publicações Europa-America, 1973.

_____. *O homem e a morte*. Trad. de João Guerreira Boto e Adelino dos Santos Rodrigues. 2ª ed. Lisboa: Publicações Europa-América, 1970.

GABLER, Neal. *Vida, o filme*. Trad. Beth Vieira. São Paulo, Companhia das Letras, 1999.

OROZ, Silvia. *Melodrama: o cinema de lágrimas da América Latina*. Rio de Janeiro: Funarte, 1999.

Revista Veja. Vários exemplares. São Paulo: Editora Abril S/A.

Sites:

BARBERO, Heródoto. *A morte como parte da vida*. Disponível em: www.usp.br/jorusp/arquivo acessado em 12 de março de 2006.

A verdadeira história da mulher que roubou a vida de um filho. Disponível em www.revistaselecoes.com.br acessado em 02 de novembro de 2004.

Senhora do destino. Disponível em www.globo.com acessado em 05 de março de 2006.

Um autor sempre polêmico. Aguinaldo Silva sobre *Senhora do destino*. Disponível em www.portaldoscondominios.com.br/culturaChris11.asp acessado em 05 de março de 2004.

ANEXO I: Matéria *Folha de S.Paulo: Saiba como ocorreu o massacre*. Publicado no *Caderno Brasil* de 16 de abril de 2006.

1º QUADRO: Para reivindicar a desapropriação de uma área para reforma agrária, 1.200 sem-terra ligados ao MST bloqueiam a rodovia PA-150, na chamada curva do “S”, em Eldorado do Carajás. Eles formam duas barricadas.

2º QUADRO: O então governador Almir Gabriel (PSDB) ordena que a PM libere a estrada. Sob o comando do major José Maria de Oliveira, um grupo de 68 PMs pára diante da barreira. Alguns vão negociar, mas dizem ter recebido tiros.

3º QUADRO: Sob o comando do coronel Mário Colares Pantoja, 85 PMs de Marabá chegam a uma barricada do outro lado do bloqueio, a 300 metros da primeira. Dizendo terem sido recebidos a tiros, lançam bombas de gás e disparam tiros de metralhadora, primeiro para o alto e em seguida nas pernas dos sem-terra.

- Por volta das 17h, alguns sem-terra armados reagem com tiros de revólver. Todos, o seguir, avançam contra os policiais munidos de pedras, pedaços de madeira, foices e facões. Pantoja, comandante-geral da operação, manda a PM intensificar o fogo.

- Os sem-terra que estão no meio da rodovia recuam em direção à primeira barricada. O major Oliveira decide avançar pelo outro lado e manda a tropa entrar atirando.

4º QUADRO: A maioria dos sem-terra busca refúgio na mata e no acampamento às margens da rodovia. Alguns dos feridos são presos e levados a um ônibus da polícia. Mulheres e crianças buscam refúgio em uma casa à beira da estrada.

5º QUADRO: Os feridos são atendidos no hospital de Curionópolis (PA). Os mortos são transportados para o Instituto Médico Legal da cidade e, depois, para o IML de Marabá (PA). Saldo final do confronto: 19 mortos e 81 feridos.

ANEXO II: Memórias póstumas de um cadáver em Ipanema, de Moacyr Scliar, publicado na Folha de S.Paulo

FOLHA **cotidiano**

São Paulo, segunda-feira, 16 de janeiro de 2006

★Um cadáver vindo do mar ficou ontem por cerca de seis horas na praia de Ipanema, a principal da zona sul do Rio. O cabo Renatti, do Corpo de Bombeiros, que trabalhou na retirada do homem do mar, diz que o cadáver deve ter sido lançado da favela do Vidigal, próxima de Ipanema. "A cabeça dele estava com marcas de violência. Pelo visto, ele pode ter sido morto e lançado ao mar por traficantes do Vidigal", disse Renatti. Apesar da cena inusitada e do mau cheiro causado pelo cadáver em decomposição, a rotina da praia praticamente não mudou. O trecho é freqüentado por jovens da zona sul. **Cotidiano, 14 de janeiro de 2006**

"Realmente, não posso me queixar do Destino: acabei realizando meu sonho. É verdade que isto só aconteceu depois da morte, mas a maioria das pessoas nem isto consegue.

O meu sonho? A praia de Ipanema. Nasci e cresci na favela do Vidigal, ali perto. Muitas vezes passei pela praia, cheia de gente bonita, elegante, famosa. Nesses momentos eu entendia por que Ipanema é famosa em todo o mundo. O que só fazia aumentar minha admiração. Desde criança eu sabia cantar "Garota de Ipanema". Cantava tanto que meus pais me mandavam parar

Minha mãe sabia de meu sonho e me aconselhava: desista, meu filho, aquilo lá não é para seu bico, quem nasceu no Vidigal nunca chega a Ipanema. Conte-se com o que você tem, estude e trabalhe bastante e, quem sabe um dia, Deus ajudando, você vai melhorar de vida.

Mas eu não desistia. Ao contrário, sempre que podia, corria para Ipanema. O Brasil pelo menos tem disso: as praias são públicas, qualquer um pode freqüentá-las. Claro que eu ali destoava, mas dava um jeito de ficar vendendo sanduíche natural ou refrigerantes, ou mesmo pedindo esmola.

Só que com isso não dava para ganhar a vida. E eu precisava ajudar minha gente: meu pai paraplégico, minha mãe diabética... Acabei no tráfico. O que é que eu ia fazer? Era a maneira mais fácil de arranjar dinheiro. Mas até nisso tive azar: a gangue da qual eu fazia parte se desentendeu com uma outra. Na briga que se seguiu fui morto a pauladas. Quando jogaram meu corpo no mar, eu ainda estava agonizando e me lembro que pensei: ah, se pelo menos eu terminasse em Ipanema.

Minha prece foi ouvida e agora estou aqui, estendido na areia. É verdade que cobriram meu corpo com um plástico, mas, considerando que estou sem protetor solar, até que não foi má idéia. E, por outro lado, sinto-me feliz pelo fato de que minha presença não incomoda ninguém. As pessoas continuam ao sol, jogando bola, conversando, tomando banho de mar. Ainda há pouco disse um rapaz, perto de mim: "Fazer o quê? As férias são curtas e temos de nos divertir de qualquer jeito". Você está certo, meu jovem amigo. Não só as férias são curtas, a vida também. Agora, Ipanema sempre é um consolo. E um bom assunto para memórias póstumas."

Moacyr Scliar escreve às segundas, nesta coluna, um texto de ficção baseado em notícias publicadas no jornal.

Sobre alguns mitos do “jornalismo cidadão”

Sylvia Moretzsohn ¹

Resumo: O trabalho procura desfazer alguns mitos que envolvem o chamado “jornalismo cidadão” ou “jornalismo participativo”, que derivaria da disseminação da tecnologia digital e transformaria a “todos”, potencialmente, em jornalistas. Começa por questionar a idéia de que a tecnologia é capaz de, por si, provocar mudanças sociais e a seguir discute os argumentos apresentados em favor dessa alegada “revolução no jornalismo”, insistindo na necessidade de se reiterar o papel específico da mediação jornalística. Conclui que, longe de diluir-se entre as múltiplas atividades do cotidiano, essa atividade torna-se cada vez mais complexa diante desse quadro novo que transforma a “todos”, potencialmente, em fontes, e portanto impõe um rigor ainda maior no critério de seleção das informações.

Palavras-chave: jornalismo cidadão, jornalismo participativo, blogs

As facilidades proporcionadas pelas novas tecnologias da comunicação vêm provocando, entre muitas outras, a profecia do fim do jornalismo tal como o conhecemos: munido de um celular com câmera, operando um blog na internet, qualquer um se transformaria em repórter. Uma pequena pausa para reflexão permitiria, entretanto, arrefecer significativamente o entusiasmo diante dessa perspectiva supostamente democratizante – ou, talvez mais precisamente, libertária –, que acena com o ideal do poder pulverizado entre “todos” e esconde ou despreza os mecanismos através dos quais esse mesmo poder se reorganiza nas mãos dos poderosos de sempre, ao mesmo tempo que desconsidera um aspecto fundamental para sustentar a profecia: o caráter específico da mediação jornalística, que é o que legitima socialmente esse tipo de informação e impõe procedimentos necessários para que se lhe exija a indispensável credibilidade.

Já na primeira reunião da SBPJor, há três anos, procurei oferecer elementos para essa crítica (Moretzsohn, 2003). Aqui, pretendo aprofundá-la, enfatizando a discussão a respeito do chamado jornalismo “cidadão” ou “participativo”, que derivaria da disseminação da tecno-

¹ Professora de jornalismo no Departamento de Comunicação Social do Iacs/UFF. Doutora em Serviço Social pela UFRJ. Mestre em Comunicação pela UFF.

logia digital. Espero, com isso, contribuir para uma reorientação no enfoque sobre essa proclamada revolução no jornalismo, que, longe de diluir-se entre as múltiplas atividades do cotidiano – como ocorreria se, de fato, “todos” fôssemos potencialmente jornalistas –, torna-se cada vez mais complexo diante desse quadro novo que nos transforma a “todos”, potencialmente, em fontes, e portanto impõe um rigor ainda maior no critério de seleção das informações. O que, por sua vez, é contraditório com a lógica do “tempo real” em que o jornalismo se produz atualmente – mas aí já teríamos de enveredar por um caminho que excede os limites do tema proposto.

O mito da tecnologia redentora

A primeira questão que se costuma levantar para confrontar o entusiasmo com a tecnologia é a do acesso: os dados mais recentes do Internet World Stats (2006), atualizados em 31 de março de 2006, indicavam que apenas 15,7% freqüentavam a rede em todo o mundo, com a previsível concentração (68,8% desse total) na América do Norte. Mas digamos que esse dado não seja tão relevante, considerando-se a tendência ao crescimento do número de usuários (183,4% em relação ao ano 2000); concentremo-nos no sempre tão recorrente elogio da técnica como elemento de redenção do público.

Ao elaborar sua “teoria do rádio”, na virada dos anos 20 para os anos 30 do século passado, Brecht vislumbrava esse potencial transformador, no qual o público não seria apenas receptor, mas também emissor: a radiodifusão teria exatamente essa perspectiva relacional e interativa em que se baseia hoje a internet. No entanto, o dramaturgo alemão formulava sua tese pensando na perspectiva da superação da sociedade burguesa, à época um ideal aparentemente ao alcance da mão; os acontecimentos imediatamente posteriores – a vitória do franquismo na guerra civil espanhola, a Segunda Guerra Mundial e a consolidação do bloco soviético no contexto auto-excludente da guerra fria afastariam o horizonte desse ideal, que ficaria

em suspenso com a derrota do “socialismo real” pós-queda do Muro de Berlim e a ausência de alternativas concretas aos modelos existentes ou recém-derrotados.

Valorizar em si o potencial transformador da tecnologia não é novidade – Marinetti, que posteriormente aderiria ao fascismo, já o fazia nos anos 20; McLuhan fez o mesmo nos anos 60, à contra-corrente dos movimentos da esquerda da época –, e é talvez mais fácil hoje, com a emergência de movimentos sociais sem um núcleo organizador definido, adequado ao desenho de “rede” que a internet representa: parecem feitos um para o outro.

Ocorre que nenhuma tecnologia é capaz de, por si, alterar as relações sociais; pelo contrário, e como a própria experiência do rádio o demonstra, são as relações sociais, a luta política, os conflitos e contradições historicamente determinados que vão conformar a utilização dessa tecnologia. Fora da superação da sociedade burguesa, as promessas revolucionárias do rádio viram-se confinadas a movimentos periféricos de contestação, e a nova tecnologia enquadrou-se nos parâmetros da grande indústria de comunicação que então se formava. O mesmo se aplica hoje para as promessas da internet, cujo potencial mobilizador depende da articulação a projetos políticos que até o momento não demonstraram capacidade de ir além de slogans como o “outro mundo possível”, de concretização entretanto distante, sem perspectivas de enfrentar o poder do capital. Que é, por sua vez, quem fomenta a pulverização, em seu próprio benefício, na era da “acumulação flexível” (Harvey, 1993; Castells, 1999), reentronizando a ideologia do *laissez-faire* numa conjuntura radicalmente distinta da dos primórdios do capitalismo industrial.

No campo da comunicação, o “movimento Wiki” é a expressão mais evidente dessa tendência: um conjunto de projetos voltado para a produção e disseminação de informações em várias línguas, a partir da colaboração voluntária de qualquer um. Não se explica a opção pela palavra “*wiki*”, referida apenas à sua origem havaiana, que significaria “rápido”: essa agilidade, característica da internet, é o que marca o processo de edição coletiva de documen-

tos em hipertexto, sem que os conteúdos precisem ser revisados antes da publicação. O antidoto contra erros ou fraudes decorreria de uma espécie de seleção natural, resultante da colaboração e do confronto de vários autores, que assim zelariam pela qualidade dos documentos.

A principal reserva em relação a esse projeto não diz respeito à credibilidade das informações, como seria razoável supor², mas sim a uma questão de fundo: a idéia de que, tanto na economia como em qualquer outra área, o mercado – isto é, a competição aberta – é que permitirá obter o melhor resultado possível. Malheiros (2005) lembra que não é assim:

De fato, existe um mundo objetivo que pode ser estudado e há pessoas que o estudam e que adquirem mais conhecimentos sobre determinadas áreas do que outras.

De fato, a democracia é o primado da maioria... nas escolhas políticas. Ninguém em seu perfeito juízo decidiria o tratamento médico que deve seguir com base num referendo no seu bairro.

Essa ressalva, que demarca a crítica à fluidez pós-moderna, está evidentemente ausente das iniciativas que seguem o “espírito *wiki*”. Nos limites do tema que interessa aqui, Bowman e Willis (2003) fornecem um dos exemplos mais significativos da adesão a esse espírito: o trabalho intitulado *We Media* (algo como “a mídia somos nós”), no qual o prefaciador Gillmor (2004) se inspiraria para batizar seu livro, *We the Media* (à maneira do “*we the people*” da independência americana), sobre o “*grassroots journalism*” – o jornalismo à margem do institucionalizado –, feito “pelo povo, para o povo”.

Gillmor assume explicitamente a tese já tantas vezes contestada da passividade do público para valorizar o papel dos blogs nessa “mudança de natureza” do jornalismo que os autores afirmam: agora, na era do “jornalismo participativo”, o modelo *broadcast* (de um para muitos) tende a ser ultrapassado pelo da “rede pensante” (de um para outro, e vice-versa), como se as forças em jogo fossem equivalentes. Todo o argumento se desenvolve com base na oposição entre o poder imperial, exclusivista, elitista e arrogante dos jornalistas – ou das empresas jornalísticas – e as audiências, o público difuso; a questão, portanto, em momento algum é o enfrentamento do capital. Por isso é tão fácil desenhar-se o quadro de uma disputa

entre “blogueiros” e o jornalismo tradicional, que, como toda simplificação, é mistificadora. Um bom exemplo ocorreu durante a campanha eleitoral de 2004 para a presidência dos Estados Unidos, quando o *60 Minutes*, da CBS, divulgou documento comprometedor para a reputação de George W. Bush, então candidato à reeleição. A notícia suscitou imediata reação de blogs alinhados ao partido do presidente, que demonstraram a fraude na fonte utilizada para a notícia. O episódio causou um evidente desgaste no prestígio do telejornal, levou à demissão de alguns profissionais de alta hierarquia na emissora e apressou a aposentadoria do apresentador, Dan Rather, um ícone do jornalismo americano, que teve de pedir desculpas pela falha, logo caracterizada como deliberada manobra da CBS a favor do candidato democrata. “Vitória dos ‘jornalistas de pijamas’”, comemorou Castilho (2004a), preferindo ironizar os termos com os quais a CBS – afinal flagrada em erro, ou algo pior – menosprezava os blogueiros, em vez de sublinhar o aspecto nada desprezível de que, longe de usarem pijamas, os blogueiros contestadores estavam muito bem organizados e articulados entre si para alcançar seu objetivo político.

Portanto o mais correto seria dizer que, como tantas inovações tecnológicas ao longo do século passado, o ciberespaço reproduz relações de poder que estão na sociedade – como, aliás, o próprio Castilho menciona de passagem, ao reconhecer que os blogs mais acessados são de jornalistas independentes (embora aqui talvez fosse o caso de usar aspas, para circunscrever essa “independência” ao estatuto formal de sua atividade) ou profissionais contratados por empresas de comunicação. Em decorrência, não parece justo falar em mudança de status numa suposta oposição entre “blogueiros” e jornalismo institucionalizado. O que se altera é a velocidade e o alcance público da contestação a uma notícia inverídica ou precária: antes, o protesto limitava-se a telefonemas para a redação ou a cartas que a seção do leitor publicaria (ou não) no dia seguinte.

² De acordo com reportagem da revista *Nature* de 15 de dezembro de 2005, a Wikipédia, enciclopédia “livre” e carro-chefe do projeto, apresenta margem de erro semelhante à da tradicional Enciclopédia Britannica.

Nada disso, porém, é levado em conta na abordagem de Bowman e Willis (2003, p. 7), que se concentram nas possibilidades de quebra da “hegemonia” da “venerável profissão de jornalista” como gatekeeper diante de uma audiência capaz de criar e disseminar notícias e informações. O primeiro exemplo é o movimento ocorrido durante o atentado ao World Trade Center: o congestionamento dos sites mais procurados levaria a outros meios para a busca de informações (e-mails, blogs e fóruns virtuais), o que, segundo os autores, teria estimulado uma nova proliferação do “jornalismo do faça você mesmo”, cuja expressão mais estruturada seriam precisamente os blogs, supostamente responsáveis por “um fenômeno que aponta os parâmetros de uma revolução – *dando a qualquer um com o devido talento e energia a condição de ser ouvido amplamente na Web*” (Bowman e Willis, 2003, p. 8).

O destaque é meu, para sublinhar um detalhe nada irrelevante: a condição para tornar-se uma referência no meio virtual ou para influenciar o rumo do noticiário não viria, como deveria ser óbvio, “do conhecimento de que os seus autores gozam por razões exteriores à blogosfera, como políticos, comentaristas, colunistas, etc.” – como afirma, por exemplo, Moreira (2005) –, mas da competência e do empenho do indivíduo. Os mistérios da comunicação se confundem, assim, com os mistérios de certas religiões, como nos milagres prometidos pelos pastores evangélicos em troca de fé e donativos: se a graça não foi alcançada, é porque o crente não acreditou suficientemente, nem colaborou à altura.

Esse “jornalismo participativo” é definido por Bowman e Willis (2003, p. 9) como “o ato do cidadão, ou grupo de cidadãos, de desempenhar um papel ativo no processo de coletar, reportar, analisar e divulgar notícias e informações”, visando a garantir uma informação “independente, confiável, precisa, de amplo alcance e relevante (...) que uma democracia requer”. A credibilidade seria um atributo quase natural do cidadão-jornalista, pois, como diz uma fonte citada pelos autores, “reportagens testemunhais surgem em grande parte devido ao

desejo das pessoas de compartilhar suas histórias e publicar a verdade”³. E a checagem de informações, outra providência fundamental para assegurar a credibilidade, também seria uma atividade freqüente, diante do esforço permanente da comunidade (aquela comunidade envolvida no blog) de descobrir a verdade.

Simples assim. “Deixem a verdade e a falsidade enfrentarem-se; quem já viu a verdade ser derrotada, num embate livre e aberto?”, perguntava John Milton no século XVII, muito antes de Goebbels e do império dos marqueteiros na (tele)política.

Por isso o elogio do “jornalismo participativo” concentra-se no confronto entre os jornalistas (confinados a procedimentos rígidos e orgulhosos de seu privilégio como detentores da informação) e o público (isto é, a audiência), desinteressado, ansioso pela verdade e agora possuidor dos meios para obtê-la e revelá-la. Logo, não haveria qualquer problema na inversão de procedimentos para publicar alguma informação: em vez de primeiro filtrar para depois publicar, o “jornalismo participativo” trabalha com a lógica inversa, publicando primeiro e filtrando depois. Porque tal procedimento faria parte da própria lógica de auto-correção propiciada pela troca de informações entre esses cidadãos ativos: “redatores submetem suas matérias [aos editores] para serem publicadas ou rejeitadas antes que o público possa vê-las. Membros de uma comunidade, em contrapartida, dizem o que têm a dizer, e o que tem valor é separado do que é medíocre *depois do fato*” (Shirky, *apud* Bowman e Willis, 2003, p. 12. Destaque meu).

É o que postula o “*open source journalism*”, ou jornalismo de fonte aberta, em que a comunidade envolvida participa da elaboração da informação, complementando-a ou corrigindo-a – bem de acordo, aliás, com o “método *wiki*”. No entanto, como indica Deuze (*apud* Bowman e Willis, 2003, p. 35), trata-se de um tipo de jornalismo mais viável em “nichos de

³ A fonte citada é John Hiler, co-fundador da WebCrimson, empresa de consultoria de software baseada em Manhattan, e do Xanga.com, um dos maiores sites que hospedam comunidades de blogs (Bowman e Willis, 2003, p. 33-34).

mercado especializados”. Seria talvez o caso de substituir o advérbio e dizer que esse tipo de jornalismo seria viável *apenas* nessas condições, que supõem um equilíbrio na qualificação de quem participa desse fórum e implicam um alcance limitado.

Portanto, não faz qualquer sentido generalizar e dizer: “Meus leitores sabem mais do que eu. (...) Esta é, por definição, a realidade para qualquer jornalista, *independentemente do setor em que atue*” (Gillmor, *in* Bowman e Willis, 2003, p. vi. Destaque meu), embora esse raciocínio seja a base do argumento para a tal mudança de natureza do jornalismo (de uma “aula” para uma “conversa”). A suposta declaração de humildade, a rigor, não se justificaria em nenhuma condição: se os leitores sabem mais que o jornalista, por que precisariam dele? De todo modo, leitores de uma coluna especializada podem saber mais que o colunista, devido justamente à especialização do tema; fontes também são leitores, e sabem mais que o jornalista – exatamente por isso são fontes; mas o público em geral necessariamente sabe menos, e se quiser informar-se precisará recorrer a algum meio confiável.

De minha parte, confesso minha total ignorância a respeito do que se passa nos bastidores do poder – isto é, da política, da economia, dos ambientes em que se tomam as decisões capazes de condenar populações inteiras à morte e à miséria, pela guerra ou pela definição de prioridades de investimento, pela sustentação do cassino financeiro global que promove periódicos choques especulativos e fomenta a instabilidade política, a insegurança social e a violência que afetam crescentes contingentes de um planeta submetido a um sistema que, 150 anos depois de Marx, continua a promover a escassez a partir da abundância. Confesso minha ignorância: eu não sei mais do que o jornalista, preciso dele e de seu *status* que – pelo menos em tese – lhe garante acesso às fontes capazes de fornecer pistas para uma investigação que forneça os elementos suficientes para a informação esclarecedora. E confesso também minha irritação, mais que frustração, quando vejo programas que prometem revelar os bastidores do poder e se comprazem com historinhas curiosas e pequenas fofocas e maledicências próprias

às colunas de mexericos dos suplementos de TV, como se as questões políticas pudessem ser tratadas como um grande *fait-divers*.

Portanto, não faz sentido a festejada idéia que está na base do “jornalismo participativo”, segundo a qual “todo cidadão é um repórter” (Yeon Ho, 2004). Um repórter, isto é (segundo Yeon Ho), “qualquer um que procura novidades, escreve-as e as compartilha com os outros”. Qualquer novidade será notícia? Talvez sim, porque notícia pode ser qualquer coisa na “disneilândia da informação” de que fala Muniz Sodré (2004). O próprio título do jornal de Yeon Ho é exemplo disso: *OhmyNews* – inspirado, segundo Castilho (2004b), na expressão “*Oh, my God!*”, ou, para ser coerente com o espírito de síntese anglo-saxão, simplesmente “*Oh, my!*”. É como se tivéssemos um jornal intitulado “Nossa!”. Nada surpreendente, como se pode verificar na alusão de Gomis (1991, p. 55) a respeito de uma curiosa definição de notícia:

Notícia é tudo o que faz as pessoas exclamarem “nossa!”, dizia Arthur McEwen, do *Examiner*, de San Francisco. Naturalmente, podemos substituir esse “nossa” por outras exclamações, conforme a notícia e o leitor. A versão original de McEwen, que foi um homem que trabalhou com Hearst, tinha mais de estalido e de zumbido, era, segundo Park (1960), “*Gee Whiz!*”. (...) [mas] o importante é que a notícia leve a uma exclamação.

Essa “definição” se encaixa no contexto histórico de constituição da imprensa de massa, quando

uma série de empresários e jornalistas norte-americanos vêm na notícia uma mercadoria capaz de atrair um público que até então estava alheio aos periódicos. A notícia não deveria ser apenas a comunicação de um fato distante, importante ou curioso, mas poderia estar na cidade, no bairro. Não era o que faziam os reis nos palácios, podia ser qualquer coisa. Com uma condição: que desse o que falar. (Gomis, *idem*, *ibidem*).

Yeon Ho (2004) parece ignorar essa história ao sentenciar: “No século XX, uma coletiva do presidente da República era notícia, e as lágrimas derramadas pela pessoa amada não eram. Nós vamos agora recuperar essa outra face das notícias”. E, referindo-se à foto que ilustra seu texto (uma multidão promovendo uma queimada de grandes proporções, que impres-

siona pelo colorido das chamas), conclama: “vamos queimar a cultura de uma mídia que alienou os cidadãos comuns e tudo que lhes é familiar”.

A falsidade do argumento é evidente: desde que se tornou uma atividade voltada para a “massa”, nos meados do século XIX (para não falar de certas publicações do período pré-industrial, com as histórias de amor e morte), o jornalismo – ou melhor, o jornalismo dominante, empresarial – não apenas investe pesadamente na dramatização de historinhas banais do cotidiano – circunscrevendo-as a seu próprio universo, sem inseri-las no contexto político mais amplo – como procura tratar dessa mesma forma as questões políticas. Porém é com base nesse argumento que Yeon Ho (2004) anuncia, com seu jornal na internet – que também tem uma versão impressa, embora de periodicidade irregular –, uma revolução no jornalismo, sugestivamente trazida à luz no raiar do ano 2000:

Nascido na primavera do novo milênio, *OhmyNews* declara sua completa ruptura com a cultura midiática do século XX. Vamos mudar a cultura através da qual as notícias são produzidas, distribuídas e consumidas, tudo de uma vez só.

(...)

Não estamos apenas reformando a cultura da mídia coreana, estamos estabelecendo um novo patamar na história da imprensa mundial.

Essa “revolução” teria como principal “arma”, justamente, a idéia de que todo cidadão é um repórter. A linguagem bélica é do próprio Yeon Ho (2004):

(...) erguemos bem alto a bandeira do combate de guerrilha. (...)

Temos três táticas principais:

- Abolir a barreira para que alguém se torne um repórter.
- Abandonar o cânone para a redação de matérias.
- Demolir os muros que isolam a mídia (do público).

Daí o título que anuncia “a revolta dos 727 guerrilheiros da notícia” (Yeon Ho, 2004): pois o projeto, depois de algumas edições-teste em fins de dezembro de 1999, foi lançado em fevereiro de 2000 com apenas quatro jornalistas responsáveis e 727 “cidadãos-repórteres”. O sucesso embrionário aumentou rapidamente: em quatro anos, o *OhmyNews* ampliava sua re-

dação para 35 profissionais e contava – segundo Yeon Ho (2004) – com cerca de 35 mil colaboradores.

Entretanto, caberia indagar, diante dessa perspectiva libertária que nivela a competência de todos os cidadãos (pelo menos nesse quesito relativo à tarefa de informar), o motivo pelo qual se mantém e se amplia uma redação profissional. É forçoso reconhecer, portanto, a permanência dessa abominável divisão de tarefas, em que uns apuram e escrevem e outros editam. Embora talvez a contradição não seja tão grande: a rigor, Yeon Ho diz que todos somos repórteres, não editores.

O cidadão “digital”: ainda uma fonte

Transformar todo cidadão em jornalista não é uma aspiração nova, apesar da novidade do conceito: perde-se na memória a origem da confusão entre o exercício do jornalismo e a defesa da liberdade de expressão; além disso, já nos anos 70, Tuchman (*in* Traquina, 1993, p. 88) comentava que, “como os jornalistas não estão rodeados por uma mística técnica, dá a impressão que qualquer pessoa poderia fazer o seu trabalho. Afinal de contas, quase toda a gente é bisbilhoteira”. Na era das redes, do descentramento e do poder pulverizado, fica mais fácil ainda aderir ao lema do “*do it yourself*” para um jornalismo *as you like it*: por isso Gillmor (2004) pode confrontar duas epígrafes em seu livro, opondo ao clássico argumento de Liebling (“a liberdade de imprensa está limitada a quem possui um jornal”) o convite aparentemente libertário do escritor, jornalista e radialista “alternativo” Wes “Scoop” Nisker (“se você não gosta das notícias... vá à luta e produza-as você mesmo”).

Não vale a pena lembrar que notícia não é uma questão de gosto, mas de necessidade. Porém é preciso notar, mesmo de passagem, que essas idéias se formulam no contexto da suposta “fluidez” pós-moderna, em que tudo se equivale. Nesse ambiente, não haveria por que conferir ao jornalismo uma autoridade especial: seria apenas um discurso, mais um entre tantos, que se dilui entre as muitas atividades do cotidiano dos cidadãos.

Será portanto necessário lembrar alguns aspectos do que certa vez chamei de “óbvio surpreendente” (Moretzsohn, 2003) para demonstrar a inconsistência desse argumento. Primeiro, que esse estímulo de “ir à luta e produzir suas próprias notícias” ignora a evidência de que “as pessoas” – como Gillmor costuma se referir ao público – precisam ganhar a vida em suas respectivas profissões – ou, nos duros tempos que correm, talvez enfrentem a dificuldade maior de tentar conseguir algum meio de sobreviver – e têm de dar conta de seus prosaicos afazeres da vida cotidiana; dificilmente lhes sobraria tempo para essa tarefa suplementar de produzir notícias⁴.

É algo elementar, que talvez ajude a desfazer a velha confusão recorrente entre o trabalho jornalístico – o exercício de uma profissão que implica a responsabilidade na apuração e divulgação das notícias e exige uma qualificação capaz de dar ao profissional condições de mover-se nesse terreno conflituoso em que tantos interesses disputam o espaço midiático – e o direito constitucional à liberdade de expressão e de comunicação, que é de todos, deve ser incentivado e certamente se amplia significativamente com o acesso às novas tecnologias. Reiterar o caráter profissional do jornalismo – portanto, negar a naturalização dessa atividade no cotidiano – não tem nada a ver com defesa corporativa ou “reserva de mercado”, como a crítica mais ligeira costuma apontar; significa insistir no papel do jornalismo como mediador,

⁴ A propósito, é significativo o balanço que o jornalista e professor Manuel Pinto, da Universidade do Minho – portanto, não uma “pessoa” qualquer, mas um estudioso do tema – faz da trajetória de seu blog: surgido a partir do questionamento de uma aluna a respeito das novas fontes que esse instrumento representaria, o “Jornalismo e Comunicação” aglutinou rapidamente muitos colegas; porém, com a conclusão da parte curricular do curso de mestrado ao qual estava vinculado, a maioria dos participantes retornou às suas atividades profissionais e a tarefa de alimentar o blog ficou principalmente com o professor. “É um trabalho difícil de agüentar, visto que o leque de fontes que regularmente rastreio me dariam para um trabalho muito mais abrangente e sistemático se... se... a minha vida fosse essa, se não tivesse mais nada para fazer. Quando olho para este trabalho – que sei ser seguido com atenção nomeadamente pelos jornalistas de diferentes veículos – dou-me conta de que o que distingue esta atividade do jornalismo profissional reside no fato de, precisamente, eu não ter tempo para fazer o trabalho que devia ser feito. Não apenas na pesquisa e edição de informação, mas também na análise e no comentário. Além do tempo, há a questão não pequena dos recursos, visto que, do ponto de vista do trabalho jornalístico, se torna necessário não apenas pegar ou comentar a informação produzida por outros, mas ir à procura dela, verificá-la, confrontar as fontes, etc. Como é evidente, tendo sido jornalista profissional e editor durante quase dez anos, me pauto pelas exigências do que entendo ser um profissional do jornalismo”. (Manuel Pinto, em conversa com a autora, por e-mail, em 12 de setembro de 2005).

o que implica recuperar de forma crítica o referencial do “quarto poder”, desmistificando-o, de modo a apontar o papel necessariamente político dessa mediação.

Abandonar esse referencial de credibilidade é abrir as portas à disseminação de todo tipo de boato, num terreno onde não se exige ou não se tem garantias da identidade de quem informa.

Uma das questões mais controversas em matéria de *accountability* do poder público tem que ver com a problemática do *whistle blowing*, ou seja, o do papel da denúncia de corrupção ou de abusos do poder por parte dos que trabalham nos próprios serviços públicos. Há vários países, como a Grã-Bretanha, onde a lei encoraja as denúncias, protegendo os autores das informações de perseguição disciplinar ou outra, desde que feitas de boa fé e em prol do bem público. Ora, a blogosfera proporciona condições ótimas para que os colaboradores dos serviços levem ao conhecimento público os casos de corrupção ou de violação das leis em geral, aproveitando-se do seu conhecimento interno. É aqui que se levanta o controverso tema do anonimato na blogosfera, muito freqüente, que recorrentemente vem à tona. De fato, se nuns casos o anonimato constitui uma compreensível proteção do autor, sem a qual as suas informações e advertências não viriam a público, noutros muitos casos o anonimato é apenas a cobertura para patifarias de toda a espécie. (Moreira, 2005)

Podemos agora retornar à questão essencial, que como sempre é a questão do poder.

Começemos por retomar a afirmação de Liebling: “a liberdade de imprensa está limitada a quem possui um jornal”. “Agora, milhões possuem”, afirmam Bowman e Willis (2003, p. 47). Milhões, menos os próprios jornalistas, a julgar – para ficar apenas num exemplo – pelos relatos reunidos por Borjesson (2002), reveladores do “mito da imprensa livre” e resultado de um esforço através do qual os colaboradores do livro superaram “o risco de perder o emprego e de entrar para a lista negra das empresas”.

Por outro lado, esses “milhões” (talvez bilhões) que possuem um jornal nem sempre serão bem-vindos. Basta ver o uso que forças políticas contrárias ao poder estabelecido fazem da internet: por exemplo, grupos fundamentalistas islâmicos que filmam a decapitação de suas vítimas e divulgam as imagens na rede ou publicam ali seus manifestos ameaçadores. Ninguém se lembra do “jornalismo participativo” diante do massacre de Beslan, que inclusive levou algumas das principais redes de televisão a reconsiderar a propriedade das transmissões ao vivo, não só para poupar os espectadores de cenas chocantes como para se resguardar da

eventualidade de os terroristas usarem o poder da imagem ao vivo para impor suas exigências diante de uma audiência perplexa⁵.

As providências dessas redes demonstram a tentativa de manter as rédeas do processo de informação, apesar de nem sempre o conseguirem – o caso Mônica Lewinski, detonado por Matt Drudge, um *blogger* de primeira hora, nada inocente nas suas intenções, foi bem revelador disso. O que não significa dizer que toda e qualquer informação que caia na rede produzirá efeitos: tudo depende das forças políticas interessadas na sua divulgação ou abafamento. Também aqui funciona o processo que Ramonet chamou de “mimetismo midiático”, em outro ambiente, mas sob as mesmas regras.

Assim, os acenos das empresas de comunicação ao “repórter cidadão” têm inapelavelmente esse sentido mistificador de sugerir que o “povo” fala, embora não edite. Além disso, representam uma econômica alternativa para obter matéria-prima a partir de uma mão-de-obra informal, que ao mesmo tempo se comove com a súbita valorização e retribui com sua audiência fiel. A britânica BBC e a portuguesa SIC são exemplos de redes de televisão que passaram a estimular o público a enviar imagens de cenas potencialmente jornalísticas; já canais embrionários como a Current TV, do ex-vice-presidente americano Al Gore, baseiam-se fortemente nesse tipo de colaboração, apresentando-se como “a TV do espectador”.

⁵ No dia 1º de setembro de 2004, feriado escolar em que tradicionalmente se comemora o “Dia do Conhecimento” na Rússia, um grupo armado de separatistas chechenos tomou uma escola em Beslan, onde já haviam previamente instalado explosivos, mantendo cerca de 1.300 pessoas reféns, entre crianças, pais e professores. O seqüestro durou três dias e resultou em centenas de mortos, a maioria crianças. A intensa concorrência das redes de televisão durante a cobertura, com a encarniçada disputa por imagens exclusivas e espetaculares, levou os próprios editores dessas redes a uma autocrítica que se traduziria em decisões contrárias à promessa da informação em “tempo real”: em seu novo guia editorial, publicado em junho de 2005, a BBC, além de outras orientações (como jamais entrevistar um seqüestrador ao vivo nem divulgar, ao vivo, vídeos ou áudios produzidos por seqüestradores), determina “uma defasagem durante a transmissão ao vivo de matérias sensíveis, como o cerco a uma escola ou o seqüestro de um avião. Isto é particularmente importante porque os desdobramentos são imprevisíveis e nós devemos gravar cenas chocantes, impróprias para transmissão antes de uma cuidadosa edição” (cf. BBC, *Guia Editorial*, seção 11, “Guerra, Terror e Emergências”, subitem “Seqüestros, raptos, tomada de reféns e cercos”, in www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/war/hijackingkidnap.shtml). Não se informa, porém, o tempo desse retardamento na transmissão das imagens. Pouco mais de um mês depois do massacre, entretanto, matéria publicada no *Jornal de Notícias* informava que a Sky TV propunha uma defasagem de 20 segundos, sem entretanto indagar se 20 segundos bastam para que “excelentes jornalistas (...) possam tomar decisões imediatas sobre o que emitir ou não”. (“Sky News estuda atraso de imagens nos directos”, JN, 24 de outubro de 2004).

O que nos leva a duas conclusões: a primeira, de que o testemunho do cidadão capaz de lidar com a tecnologia digital ganha mais relevância, porém como fonte a ser adequadamente checada – um processo que se complica ainda mais diante da profusão da oferta; a segunda, de que o jornalismo “*as you like it*” – isto é, a naturalização do jornalismo – tende à alegoria imaginada por Soler (*apud* Pinto, 2005b):

(...) voltemos à figura fascinante do repórter cidadão e concedamos que esta figura está em alta e que em muito pouco tempo grande parte da informação será obtida por eles, por gente que está diante de uma notícia e espontaneamente a fotografa, ou escreve sobre ela e a coloca em seu blog. Agora imaginemos, com ânimo novelístico, (...) que cada cidadão exerce seu direito de se converter em *citizen reporter* e sai todos os dias armado com seu telefone, que também é câmera, disposto a caçar a notícia do dia, e continuemos a imaginar que esta febre jornalística se estende a todos os habitantes de uma cidade. Em que se converte a informação quando todos a geram e ninguém a recebe? E, uma vez estendida a febre, os repórteres cidadãos irão todos fotografando qualquer peça de informação, qualquer coisa, porque tudo pode ser notícia, um bueiro destampado, um homem que manca, uma flor murcha, todos os detalhes do dia consignados permanentemente em tempo real, até que a trama chegue a um ponto em que, passo a passo às vinte e quatro horas do dia real, transcorrem, de maneira rigorosamente paralela, as vinte e quatro horas de notícias instantâneas desse dia.

A propósito, Pinto (2005) comenta: “o que, de fato, Soler propõe à nossa reflexão não é tanto o problema da informação instantânea, mas o da informação inútil”. E conclui parafraseando um célebre conto de Borges: “para que serviria um mapa se acaso ele fosse elaborado a uma escala tal que se confundisse com o próprio território?”

Referências

- BORJESSON, Kristina (org). *Into the Buzzsaw. Leading journalists expose the myth of a free press*. Nova Iorque: Prometheus, 2002.
- BOWMAN, Shayne e WILLIS, Chris. *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*. www.hypergene.net/wemedia, julho de 2003.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz & Terra (3 vols), 1999.
- CASTILHO, Carlos. “A vitória dos ‘jornalistas de pijamas’”, in Observatório da Imprensa nº 295, 21 de setembro de 2004 (a), <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=295ENO001>.

_____. “Cada cidadão é um repórter”, in Observatório da Imprensa nº 275, 4 de maio de 2004 (b), <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=275ENO001>.

GILLMOR, Dan. *We the Media. Grassroots journalism by the people, for the people*. Stanford: O’Reilly, 2004.

GOMIS, Lorenzo. *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós, 1991.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1993

Internet World Stats (2006) <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (último acesso em 8 de julho de 2006).

MALHEIROS, José Vítor. “O método Wiki”, in *Público*, 11 de outubro de 2005.

MOREIRA, Vital. “O ‘quinto poder’?”, in *Público*, Lisboa, 23 de agosto de 2005.

_____. “Jornalismo, mediação, poder: considerações sobre o óbvio surpreendente”. Artigo apresentado no I Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília: UnB, 29-30 novembro de 2003.

PINTO, Manuel. “O jornalismo inútil”, in *Jornalismo e Comunicação* (www.webjornal.blogspot.com), 26 de agosto de 2005. Acesso em 26 de agosto de 2005

SODRÉ, Muniz. “O profissional da ‘economia da atenção’”, in Observatório da Imprensa nº 296, 28 de setembro de 2004.

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=296JDB003>

TUCHMAN, Gaye. “A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas”, in TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’*. Lisboa: Vega, 1993, p. 74-90.

WIKIMEDIA. <http://wikimediafoundation.org>

YEON HO, Oh. “The revolt of 727 news guerillas. A revolution in news production and consumption”, in *OhmyNews*, 19 de fevereiro de 2004. Disponível em http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?no=153109&rel_no=1. Acesso em 20 de abril de 2005.

Pirâmide e hipernotícia: elementos para uma discussão sobre o texto no jornalismo digital

Thais de Mendonça Jorge ¹

Resumo: O jornalismo é a arte de processar informação para consumo rápido de milhares de pessoas. A notícia, unidade de informação, assume a forma de *commodity* e se subordina às características da sociedade moderna: tamanho, rapidez na elaboração, adequação de linguagem, formato e estilo de fácil absorção. Enquanto a imagem e o som não se tornam rotineiros na rede mundial dos computadores é o texto que predomina nas comunicações via internet. Sob a acusação de ser um filtro ideológico do sistema, o modelo histórico da pirâmide invertida chega aos 145 anos. Sua hegemonia ainda não foi derrubada. É necessária uma aproximação teórica entre as novas possibilidades de apresentação da notícia no meio digital, a *hipernotícia*, e as fórmulas tradicionais baseadas na pirâmide, a fim de incorporarmos as mudanças à redação jornalística e, conseqüentemente, à pedagogia do Jornalismo. Neste trabalho alinhamos alguns pontos para o debate acerca de modelos para o texto jornalístico no meio digital.

Palavras-chave: Jornalismo digital, Notícia, Redação jornalística, Pirâmide invertida, Hipernotícia.

A idéia da pirâmide invertida nos remete às pirâmides do Egito. A grande pirâmide de Quéops, em Gizé, mede 138 metros de altura e é considerada uma das sete maravilhas do mundo. Matematicamente falando, a pirâmide regular tem como base um polígono. Suas faces se constituem de triângulos isósceles. O vértice se projeta do centro do polígono. O segredo da verdadeira pirâmide está na base bem feita, a partir da qual os egípcios equilibraram a estrutura. Se invertermos sua posição, a base vem para cima e continua sendo a porção mais importante. Assim funciona o sistema da pirâmide invertida no Jornalismo, que está assentado no tripé: 1) Base – é o lide, que introduz o assunto; 2)

¹ Doutoranda em Comunicação na UnB, mestra em Ciência Política, é professora do jornal-laboratório *Campus*. Lecionou anteriormente a disciplinas Técnicas de Jornalismo e Tecnologia da Comunicação. Repórter e editora, trabalhou em O Globo, Istoé, Jornal do Brasil, O Tempo e TV Nacional e foi assessora de imprensa de vários ministérios.

Corpo – é o desenvolvimento da matéria, onde se trata do tema proposto; e 3) Fecho – corresponde ao cume da pirâmide, de preferência apontando para o futuro.

Historicamente, a idéia de iniciar a narrativa a partir de algumas questões fundamentais veio de Platão, Aristóteles e Pitágoras, 400 anos antes de Cristo. Em Roma, Marco Túlio Cícero estabeleceu em *Inventione* quesitos para uma comunicação eficaz². Cada um que se dedicasse à tarefa de escrever para ser compreendido deveria responder a perguntas básicas. A essas indagações corresponderiam, já no século XIX, os cinco Ws e um H que os norte-americanos sintetizaram³. No **Quadro 1**, podemos ver a correspondência entre as perguntas latinas e as do lide divulgado a partir dos Estados Unidos:

Quadro 1

Quis?	<i>Persona</i>	Quem?	Who?
Quid?	<i>Factum</i>	O que?	What?
Ubi?	<i>Locus</i>	Onde?	Where?
Ad modum?	<i>Modus</i>	Como?	How?
Quibus adminiculis?	<i>Facultas</i>	Com que meios?	With what?
Quando?	<i>Tempus</i>	Quando?	When?
Cur?	<i>Causa</i>	Por que?	Why?

A pirâmide invertida se difundiu na segunda metade do século XX e se tornou o estilo jornalístico mais usado no mundo ocidental. Embora tentativas de resumir os fatos mais importantes no primeiro parágrafo da notícia tenham aparecido em 1848 com a agência de notícias Associated Press, somente em 1861, durante a Guerra Civil nos Estados Unidos, foi publicada a primeira notícia em forma de pirâmide, em *The New York Times*. As dificuldades de transmissão por telégrafo e a necessidade de reduzir os custos teriam feito com que os repórteres fossem levados a concentrar a informação relevante nos

² PEREIRA, CIPILÃO Martins. **A objetividade idiota é dos EUA. Ou de Roma?** Revista de Comunicação. Ano 1, no. 4, 1985.

³ Os princípios do *lead*, segundo os cânones norte-americanos, se fundamentam na regra dos cinco W e um H: *Who, What, When, Where, Why e How*, que são ensinados aos iniciantes como elemento obrigatório das notícias. NÓBREGA DA CUNHA, C.A. **A imprensa americana e seus reflexos no Brasil**. Instituto Brasil-Estados Unidos: Rio de Janeiro, s/d.

primeiros parágrafos. Com o tempo se descobriu que o conto policial já usava essa técnica, na qual o crime acontece logo nas linhas iniciais. O objetivo seria capturar a atenção do leitor. Começar pelo fator de interesse ou relevância – segundo critérios conhecidos como *valores-notícia* (Breed, Wolf) – e depois ir decrescendo, à medida que se fornecem outros detalhes da história, é um padrão que foi sendo aperfeiçoado e hoje está sendo testado também no ciberespaço, embora haja divergências quanto à sua aplicação ao meio digital.

Grande número de textos é redigido às pressas, no calor do fechamento das edições. “O jornalismo se propõe a processar informação em escala industrial e para consumo imediato. As variáveis formais devem ser reduzidas, portanto, mais radicalmente que na literatura”, observa Lage⁴. Os problemas concretos que os repórteres enfrentam no dia-a-dia – que acontecimentos merecem ser elevados à condição de notícia, que fatos selecionar entre os dados apurados – têm que ser solucionados rapidamente e determinam a escolha do texto jornalístico mais adequado. Altheide e Snow⁵ destacam que as notícias são feitas de acordo com determinados formatos que se converteriam, segundo a lógica da mídia, em esquemas utilizados para compreender, apresentar e interpretar a realidade. Molotch e Lester⁶ pensam que os conteúdos fornecidos pelas fontes, que o jornalista edita e difunde, transformam-se em conhecimento social e em referencial a partir de seu consumo. Assim, os acontecimentos decorreriam da relação entre três instâncias: promotores de notícias (*news promoters*), “fabricantes” de notícias (*news assemblers*) e consumidores de notícias (*news consumers*).

Entre as muitas conceituações de notícia, a que nos parece mais adequada ao conceito da pirâmide invertida, enquanto estrutura para a comunicação jornalística, é a de Lage: “A notícia se define, no jornalismo moderno, como o relato de uma série de fatos a

⁴ LAGE, N. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 1986. p. 35.

partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante”. Com a ressalva do autor de que “não se trata de narrar os acontecimentos, mas expô-los”. Como toda narrativa, a “espinha dorsal” está na organização dos eventos em seqüências.

As variáveis a respeito de um fato (noticiável ou não) são tantas que, se cada jornalista tivesse que decidir, em particular, sobre cada aspecto, nenhum veículo iria ao ar. Há uma “superabundância de acontecimentos”, como frisou Wolf⁷, que exigem dosar, selecionar e encaminhar [os dados escolhidos], quando pertinentes, aos processos mais avançados da produção. Já no século XVII, Tobias Peucer lembrava que os fatos são praticamente “infinitos” e recomendava “estabelecer uma seleção” para dar preferência “àqueles que merecem ser recordados ou conhecidos” (*axiomnemóneuta*)⁸. Para Wolf, selecionar o que é noticiável pressupõe uma orientação relacionada à “condição factível do produto informativo, a ser realizado em tempos e com recursos limitados”.

Tuchman reparou que, “sem uma certa rotina de que se possa valer para fazer frente aos acontecimentos imprevistos, as organizações jornalísticas, como empreendimentos racionais, faliriam”⁹. Para essa autora, a maneira de “apresentar os fatos mais importantes primeiro” e a idéia de que “separaram cuidadosamente os ‘factos’ das opiniões através da utilização do rótulo ‘notícia de análise’”¹⁰ fazem parte da busca de objetividade dos jornalistas e se inserem entre os “rituais estratégicos” com que eles procuram se resguardar de críticas e ataques.

⁵ In SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra: Minerva, 2000.

⁶ SOUSA, op. Cit.

⁷ WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 194.

⁸ PEUCER, Tobias. **De relationibus novellis**. Leipzig: Universidade de Leipzig, 1690. Trad. Paulo da Rocha Dias. São Bernardo do Campo: Pós-Com-Umesp, 1999.

⁹ TUCHMAN, G. in Wolf, M. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 196.

¹⁰ **A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas**. In Traquina, N. **Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’**. Lisboa: Veja, 1993, p. 75 e sgts.

Devido às pressões a que o jornalista está sujeito, ele sente que tem de ser capaz de se proteger para o afirmar: ‘Eu sou um profissional objectivo’. Ele tem de desenvolver estratégias que lhe permitam afirmar: ‘Isto é uma notícia objectiva, impessoal, imparcial’. De igual modo, os editores e a administração do jornal sentem que têm de ser capazes de afirmar que o conteúdo do jornal é ‘objectivo’ e que a política informativa e a política editorial são distintas uma da outra.

No abrangente estudo que apresentou como tese de Mestrado em 1989, Adelmo Genro Filho ajudou a desvendar o segredo da pirâmide, que é o de esconder, sob o manto da objetividade, a “ideologia burguesa” que reproduz e corrobora as relações capitalistas. A objetividade jornalística, no entender do autor, “implica uma compreensão do mundo como um agregado de fatos prontos e acabados”, com existência autônoma. Genro destacava a raiz positivista do modelo aplicado ao jornalismo¹¹.

Deixemos de lado, no momento, as controvérsias em torno da pirâmide, e tratemos de vê-la como uma estrutura à disposição. Os manuais de redação, desde Pompeu de Souza, no *Diário Carioca*, em 1950, até hoje, procuram aconselhar o uso. “Lide e a técnica de redação em forma de pirâmide invertida são preceitos, trazidos pelos manuais dos jornais diários, na parte noticiosa dos periódicos, sem exceção”, constata Rodrigues¹². Esses preceitos partiram da necessidade de organização das empresas jornalísticas e do esforço de profissionalização dos jornalistas. No **Quadro 2**, temos uma compilação das principais regras estabelecidas por Souza no *style book* do *Diário Carioca*, embora ele ainda não nomeasse pirâmide e lide.

Quadro 2

Decálogo de Pompeu¹³

1. Ocupar o primeiro parágrafo das notícias com: a) um resumo conciso das principais e mais recentes informações do texto, esclarecendo o maior número das seguintes perguntas: *que?*, *quem?*, *onde?*, *como?*, e *por que?* Ou b) um aspecto mais sugestivo e suscetível de interessar o leitor no acontecimento.

¹¹ GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide. Para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Ortiz, 1989. p. 188.

¹² RODRIGUES, Jacira Werle. **Reportagem impressa, estilo e manuais de redação. A construção da autoria nos textos do Jornalismo diário**. Santa Maria: Facos/ UFSM, 2003, p. 105

¹³ Regras de Redação do Diário Carioca. In HOHENBERG, John. **Manual de Jornalismo**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1962 e SOUZA, Pompeu. **A chegada do “lead” ao Brasil**. In Revista de Comunicação, ano 8, no. 30. nov 1992. p. 24-29.

2. Só compor de modo diverso o primeiro parágrafo em caso de matérias muito peculiares, em que o elemento pitoresco, sentimental ou de surpresa o exija.
3. Ordenar o desenvolvimento do resto da notícia pela hierarquia da importância e atualidade dos pormenores.
4. Usar parágrafos curtos e evitar palavras desnecessárias, qualificativos, principalmente tendenciosos e frases feitas. Só excepcionalmente usar períodos com mais de quatro linhas datilografadas.
5. Não começar períodos ou parágrafos sucessivos com a mesma palavra. Não usar repetidamente a mesma estrutura da frase.
6. Evitar palavras chulas e expressões de gíria, não incorporadas à linguagem geral, assim como termos preciosos e frases de conteúdo puramente sensacionalista.
7. Ler sempre a matéria antes de entregá-la, a menos que o tempo não permita.
8. Ler a matéria depois de publicada e reparar nas alterações feitas.
9. Em qualquer dúvida, consultar dicionários, enciclopédias ou outras fontes de referência.
10. Evitar fórmulas e expressões genéricas sempre que se disponha de informações e pormenores precisos.

Vejamos como os manuais da *Folha de S. Paulo*, *d'O Globo* e do *Estado de S.*

Paulo abordam a pirâmide:

Técnica de redação jornalística pela qual as informações mais importantes são dadas no início do texto e as demais, em hierarquização decrescente, vêm em seguida, de modo que as mais dispensáveis fiquem no final. Criada para servir melhor às necessidades dos clientes de agências noticiosas, que podiam transmitir o mesmo texto a todos e permitir a cada um utilizá-lo no tamanho requerido por sua diagramação sem necessidade de operações demoradas: bastava cortar pelo final na medida desejada. Acabou por servir também ao leitor que pode, igualmente, interromper a leitura do texto na altura que desejar sem ter perdido as informações fundamentais. É a técnica mais adotada em jornais do Ocidente. Deve ser utilizada pelos jornalistas da *Folha*¹⁴.

O esquema clássico é o da pirâmide invertida: alimenta-se o início da matéria com os fatos mais relevantes, e o conteúdo dos parágrafos que se seguem vai decrescendo em importância. Antes do aparecimento do computador nas redações e, com ele, da medição automática e exata dos textos a serem compostos, essa era a fórmula mais segura: garantia que o corte `pelo pé` na montagem das páginas só eliminasse o menos importante. A nova tecnologia permite ao jornalista guardar um dado curioso para o fim de sua história, dando-lhe fecho com impacto¹⁵.

Procure dispor as informações do texto em ordem decrescente de importância (princípio da pirâmide invertida) para que, no caso de qualquer necessidade de corte na matéria, os últimos parágrafos possam ser suprimidos, de preferência¹⁶.

Alguns livros de estilo omitem a expressão pirâmide invertida ao falar sobre o texto jornalístico – é o caso do *Correio Braziliense*¹⁷ e *The New York Times*. Entretanto, a

¹⁴ **Novo manual da redação**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1992., p. 100)

¹⁵ GARCIA, Luiz. *O Globo. Manual de redação e estilo*. Rio de Janeiro: Globo, 1992, p. 26)

¹⁶ MARTINS, E. *O Estado de S. Paulo. Manual de redação e estilo*. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1990. p. 18.

¹⁷ Em “Preparar o peixe (Elementos do estilo)”, o manual do *Correio* recomenda: “Comece pelo mais importante. E comece bem, com uma frase atraente, que desperte o interesse e estimula a leitura. No final,

necessidade de padronização está sempre presente e subjaz às instruções sobre como fazer um lide, um bom texto, nas preocupações com “*fairness and impartiality*” (justiça e imparcialidade), ou com o uso de palavras ofensivas ou chulas (“*obscenity, vulgarity, profanity*”)¹⁸. A partir desses compêndios, podemos entender, como pressupostos do estilo:

1) o lide é a peça básica do sistema: um dos fatos é selecionado como o mais importante ou interessante; 2) o texto é blocado, isto é, estruturado em blocos de parágrafos interligados, em ordem de interesse decrescente; 3) os parágrafos têm igual número de linhas; 4) o relato não contém opinião, apenas fatos; 5) deve ser escrito na terceira pessoa do singular; jamais se usam as primeiras pessoas, nem do singular (eu), nem do plural (nós).

Do ponto de vista funcional, a pirâmide: a) começa do mais importante; b) responde às questões primeiras que surgem na cabeça do leitor acerca de um determinado assunto; c) adota o princípio da dedução: do geral para o particular; d) tem uma estrutura fixa, formando blocos de pensamento. Do ponto de vista psicológico, o lide e a pirâmide se consolidaram porque as informações transmitidas no início da leitura se fixam na memória do receptor, servem como estímulo para que continue a leitura (ou a abandone, se não estiver em seu foco de interesse) e, com isso, acabaram moldando todo o conteúdo dos meios informativos. Do ponto de vista jornalístico, qualquer texto – artigo, editorial, crônica ou reportagem –, desde que sejam material destinado à publicação, para ser lido por um grande número de pessoas, e comunguem da preocupação de transmitir a mensagem de maneira compreensível e direta, passaram a adotar o modelo.

1. Construindo a pirâmide

ofereça o prêmio cuidadosamente escolhido: um fecho de ouro, como inesquecível sobremesa a coroar um almoço de abade”. SQUARISI, D. **Manual de redação e estilo**. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand, 2005. p. 31.

¹⁸ JORDAN, L. **The New York Times Manual of Style and Usage**. New York: Times Books, 1976. Clareza no slides: p. 115. Justiça e imparcialidade ou da obrigação de ouvir os dois lados: p. 75. Linguagem e precisão: p. 147.

“A notícia é uma realidade construída”, enfatiza Tuchmann. Construtivistas são também Molotch e Lester, para quem notícias não são um espelho da realidade – são criação. A notícia vista como constructo tem a ver, ademais, com seu processo de elaboração e a visão de que é um bem simbólico, destinado ao consumo universal. Como diz Shudson, “o poder dos mídia não está só (...) no seu poder de declarar as coisas como sendo verdadeiras, mas no seu poder de fornecer as formas sob as quais as declarações aparecem”¹⁹.

Se a notícia é uma realidade construída, alguém precisa construí-la e essa pessoa é o jornalista. Ele deve, na verdade, criá-la: o relato do que viu, leu, apurou e selecionou esse *news assembler* é que define a forma como ela, a notícia, poderá ser enquadrada entre os bens simbólicos e será consumida universalmente. Definir a estrutura do texto não é tarefa das mais fáceis. Para montar a pirâmide, o repórter deve começar pelo lide. “O bom lead não nasce no terminal do computador: o repórter o traz da rua”, lembra o manual d’*O Globo*²⁰. Quando o assunto é vasto e a apuração consumiu várias páginas de apontamentos, fora a leitura de grande número de documentos, livros, fichas e outros materiais de pesquisa, o repórter pode elaborar um guia com os tópicos principais da apuração, numerados, podendo alterá-los no momento da escrita.

“O jornalista aprende a ordenar suas notas num esquema intencional”, diz Cremilda Medina. “As unidades de informação seguem um modelo consagrado e até transmitido formalmente”, continua a autora, ressaltando que “esta ordenação é uma conquista no jornalismo da fase liberal”, “levanta toda a significação dos critérios grupais de valorização do que é importante ou não no fato” e, no nível da narração, “tem sua origem ligada à

¹⁹ In TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2001. p. 46 e sgts.

²⁰ GARCIA, Luiz. **O Globo. Manual de redação e estilo**. Rio de Janeiro: Globo, 1992, p. 9.

elitização do contador de histórias: à medida que domina, no plano lógico, sua arte de reportar os fatos, escolhe-os numa montagem de decorrência crescente ou decrescente”²¹.

Além da pirâmide invertida, existem dois outros tipos de texto jornalístico com base nesse paradigma: a pirâmide normal, também conhecida como “estrutura cronológica” e a pirâmide mista.

1.1 Pirâmide normal

Vimos que, no sistema de pirâmide invertida, a base é o lide, onde se localizariam os valores-notícia mais fortes da história. No sistema pirâmide normal, o acontecimento importante volta ao lugar de origem, o pé da pirâmide. A chamada “estrutura cronológica”, na classificação de Téramo²², seria “quando as relações temporais ou causais dos acontecimentos regem a estrutura narrativa”. A referência ao conto policial, o início pelo crime, aquilo que cativa e retém a atenção do leitor, não existe na pirâmide normal. Tudo é narrado na ordem lógica e direta – como num conto das mil-e-uma noites.

O interesse é suspenso. O leitor não fica sabendo dos detalhes logo no princípio, ao contrário, tudo é engendrado para fazê-lo continuar, dando-lhe aos poucos os elementos para conformar a trama. O sistema de pirâmide normal pode começar com uma descrição do ambiente e manter o interesse com vários artifícios, entre eles a cronologia e as relações causa-efeito. Não se pode esquecer que o fecho – ou a chave da história – está no final, numa seqüência linear, daí o redator ter que equacionar os acontecimentos durante a narração. A pirâmide normal seria mais adequada a reportagens longas: requer fotografias e gráficos que ajudem o leitor a visualizar os dados e retê-los na memória, até o desfecho.

²¹ MEDINA, C. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Summus, 1988. p. 103-104.

²² TÉRAMO, María Teresa. **Medición de la calidad en la información periodística**. In TORRE, L. TÉRAMO, M.T. **La noticia en el espejo. Medición de la calidad periodística: la información y su público**. Buenos Aires: Universitas, 2004. p. 43.

O sistema comporta vários outros textos, coordenados entre si, que vão conduzindo o leitor por um caminho de informações a partir da idéia central.

1.2 Pirâmide mista – as várias formas.

[Pirâmide mista] Quando, apesar de que no começo a notícia siga a estrutura da pirâmide invertida, com a tradicional resposta às perguntas, se continua com um relato que dá conta do fato privilegiando as relações causais e temporais. É especialmente interessante quando a narração se estrutura a partir do problema que gera a informação²³.

O sistema chamado de pirâmide mista pode começar com o lide chamando para os pontos-chave da história. Depois se desenvolve o relato em ordem cronológica. O redator tem permissão para usar linguagem mais livre, com riqueza de observações e muita cor local, pois esse tipo de texto geralmente aparece nas revistas, suplementos semanais ou fins de semana, quando se supõe que o leitor tenha tempo. A pirâmide, em suas várias versões, trouxe-nos, além da padronização da escrita jornalística, os conceitos de objetividade, concisão e brevidade, precisão e exatidão, imparcialidade e neutralidade. Esses conceitos não seriam, como observou Salaverría, dentre outros, aspectos que se referem à “estrutura da narrativa”, mas ao “estilo jornalístico”. “A pirâmide invertida é um formato narrativo, não um estilo”, frisou o autor. A polêmica em torno da utilização da pirâmide invertida no ciberespaço surge daí. Salaverría acusa a defesa da pirâmide nos meios digitais de derivar de uma “visão anacrônica, de um desconhecimento absoluto da estrutura e da forma como é lido um texto em meio digital” e aponta que há uma “variedade de formatos textuais oferecidos: reportagens, crônicas simultâneas, relatos cronológicos, blogs e infográficos não-lineares”²⁴.

²³ Idem, p. 43.

²⁴ SALAVERRÍA, R. **Depoimento. Partido da Redação Ciberjornalística**. In Observatório da Imprensa, 11 jan 2005 (<http://www.observatoriodaimprensa.org.br>).

No Congresso sobre Novos Meios de Comunicação realizado em Santiago de Compostela, em 2004, a discussão sobre o emprego desta fórmula centenária à escrita digital envolveu acadêmicos importantes: a professora Maria Cantalepiedra, da Universidade dos Países Bascos, o jornalista e professor espanhol Ramón Salaverría, da Universidade de Navarra, e o brasileiro Rosental Calmon Alves, ligado à Universidade do Texas (Estados Unidos). Enquanto Cantalapedra levantou o assunto, fazendo a apologia da pirâmide, Alves advogava que “ir direto ao ponto, numa redação de estilo conciso, só ajuda a comunicação num meio nervoso e interativo como a web, especialmente ao se tratar de *hard news*, das notícias de última hora que são o forte do jornalismo na fase atual”. O debate até hoje não teve uma conclusão. A seguir, algumas idéias para a discussão sobre o formato da notícia digital.

2 O texto jornalístico no meio digital

“O texto jornalístico que vemos na tela continua a ser um texto, mas não é igual ao discurso impresso”, ressalva Díaz Noci²⁵. Ao discurso digital se juntam elementos que vão conformar uma mensagem informativa, cujos cânones ainda não estão totalmente determinados, mas alguns pontos já estão se impondo. Noci prefere denominá-los “elementos do discurso multimídia”. Gabriela Häbich²⁶ destaca que no meio digital se multiplicam as formas de escritura e de leitura. “Discursividade e visibilidade se juntam estreitamente; reforçam-se, se apóiam mutuamente.” O texto abandona seu caráter linear e ganha ícones. Até a imagem “adquire uma nova temporalidade (...) e é lida como texto”²⁷.

²⁵ DÍAZ NOCI, J. **La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico**. Zarautz: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, s/d. P. 105 e sgts.

²⁶ Apud Noci, op.cit. P. 110.

²⁷ A respeito de ícones, Edo comenta que alguns já se tornaram muito familiares: uma câmara fotográfica indicando que se pode ter acesso a fotos; uma lupa para o zoom; um arquivo aberto para abrir algum documento, um alto-falante mostra que é possível subir o volume. EDO, Concha. **Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet em la noticia, lãs fuentes e los gêneros**. Sevilha: Comunicación Social, 2003. p. 39.

O hipertexto (HT) é o primeiro elemento do discurso multimídia. Landow faz a distinção entre texto e HT: “Um texto é uma estrutura linear (...) fortemente hierarquizada: os elementos textuais, mais ou menos autônomos, estão ligados entre si por relações de ordem. Um HT é uma estrutura de rede: os elementos textuais são nós, ligados por relações não lineares e pouco hierarquizadas”²⁸. Embora o texto prevaleça hoje no suporte digital, a tendência é que a imagem e o som retomem seu lugar hegemônico, pois reproduzem com muito mais realismo a própria trajetória humana. Díaz Noci é de opinião que o texto atualmente predomina na tela eletrônica por duas razões: a dependência dos meios impressos – de fato, os maiores fornecedores de material noticioso no mundo ainda são os originários dos jornais; e uma questão técnica: palavras demoram menos a ser processadas e têm mais facilidade de ser repassadas por vários tipos de navegadores²⁹.

O hipertexto é, por definição, não-linear, mas devemos nos lembrar (com Kilian) de que “linearidade” é somente uma metáfora “para qualquer seqüência um-de-cada-vez” – como A-B-C ou 1-2-3. “Porque decoramos certos padrões (...), quando colocamos informação numa seqüência numerada, por exemplo, imaginamos que #1 seja mais importante ou mais básico do que #2, porque estamos acostumados a escutar a parte importante ou introdutória antes de ouvir detalhes.”³⁰

Por isso, concordamos quando Alves diz que “a pirâmide invertida não significa uma narrativa linear”. A pirâmide rompe com a expectativa das narrativas lineares – como a de Aristóteles, com princípio, meio e fim –, trazendo para o início os detalhes mais relevantes da história ou a sua conclusão. O professor lembra que “mesmo quando se experimentam técnicas de desconstrução, ou de narrativa não-linear, ainda vale o princípio

²⁸ LANDOW, G. **Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología.** Barcelona: Paidós, 1995. p.59-60.

²⁹ DÍAZ NOCI, J. **La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico.** Zarautz: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, s/d. p. 185.

da pirâmide invertida” no ciberespaço pois, escolhendo uma forma para organizar os dados, dizendo “logo do que se trata”, não se subtrai do usuário a possibilidade de que ele navegue pela rede através dos hiperlinks.

Nos textos atuais que vemos nos sites noticiosos, o formato pirâmide invertida ainda é o mais usual e chega a ser recomendado por autores como Jakob Nielsen, considerado o “papa da usabilidade na rede”:

Os jornalistas aderiram há muito tempo à abordagem inversa: começam o artigo contando ao leitor a conclusão (“Depois de um longo debate, a Assembléia votou o aumento das taxas em 10%”), seguido pela informação de apoio mais importante e terminando com os bastidores. Esse estilo é conhecido como ‘pirâmide invertida’ pela simples razão de que muda o estilo da pirâmide tradicional. Esta forma de escrita é útil para os jornais porque os leitores podem interromper a leitura a qualquer tempo e mesmo assim terão absorvido as partes mais importantes do artigo.

Na web, a pirâmide invertida tornou-se ainda mais importante desde que os estudos apontaram que os usuários não rolam o texto, então eles freqüentemente lêem apenas a parte de cima da matéria. Leitores muito interessados eventualmente usam as setas de rolagem para ir até o fim e obter todos os detalhes³¹.

Kilian aconselha que os pontos-chave, ao organizar o conteúdo de um site, “devem aparecer nas primeiras linhas de uma seção, onde eles automaticamente assumem importância”, deixando escondidos os pontos menores – “como na famosa pirâmide invertida dos jornais”³². Moherdau³³ apurou, em pesquisa com estudantes, que organizar a matéria em blocos e adotar o modelo da pirâmide invertida agradavam aos leitores. Apenas 10,3% do universo consultado preferiam a escrita “em forma narrativa”, contra 61% no primeiro caso e 28% no segundo. Moura³⁴ recorda que “o leitor do veículo virtual é apressado” e recomenda “um bom lide e uma boa amarração de idéias para dar continuidade até finalizar a reportagem (...) ou perdemos o freguês, que vai clicar em outro

³⁰ Kilian, Crawford. **Writing for the Web**. USA/Canadá: Self-Counsel Press. p. 28.

³¹ NIELSEN, J. In **Inverted Pyramids in Cyberspace**. <http://www.useit.com/alertbox/9606.html>

³² KILIAN, C. Op. cit., p. 28.

³³ MODERDAUI, L. **Guia de estilo Web : produção e edição de notícias on-line**. São Paulo: Senac, 2000, p. 46.

link e vai embora”. Marcos defende a pirâmide pela “necessidade de superar o caos” da abundância de informações despejadas por milhares de sites e assevera:

Sem dúvida, a permanente batalha pela atualidade imediata exige uma linguagem sóbria, estrita, como na mais genuína estrutura da pirâmide invertida. Outro fator que condiciona a criação de notícias e mensagens informativas é o tempo de leitura que os cibercibers dedicam aos meios digitais, uma média de sete minutos, três vezes menor que a empregada pelos leitores analógicos na consulta aos jornais de papel. É um paradoxo que o meio com maior capacidade informativa, com maior volume noticiável e difusão universal seja ao mesmo tempo o que obtenha registros temporais mais baixos em dedicação³⁵.

3 Conclusões

3.1 No início do livro *S/Z*³⁶, Roland Barthes conta uma história budista. “Diz-se que por força da ascese, alguns budistas chegam a ver uma paisagem completa em um único grão (de romã).” Mas o que os monges almejavam, na realidade, era ser “os primeiros analistas” da narrativa, ver todas as narrativas do mundo em uma única estrutura. “Nós vamos, pensavam eles, extrair de cada conto seu modelo, pois desses modelos faremos uma grande estrutura narrativa.” Longe disso, o que Barthes imaginava é que “a própria literatura não é jamais um único texto”, ao contrário, seria “a entrada de uma rede de mil entradas”, que proporcionaria “uma perspectiva (de restos, de vozes vindas de outros textos, de outros códigos), de onde, contudo, o ponto de fuga é ininterruptamente, misteriosamente aberto”.

Ao contrário dos monges budistas, o autor não queria ver uma única escritura do mundo: desejava “a polivalência do texto” e não “uma forma unitária, arqueturada, acabada”. Quando descreve sua visão de algo sem limites, Barthes parece mesmo estar falando do hipertexto: “Os espaços vazios e os fluidos da análise serão como traços que assinalam a fuga do texto” ou “são frases destacadas, trechos interrompidos de súbito, a

³⁴ MOURA, L. S. **Como escrever na rede. Manual de conteúdo e redação para Internet**. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 55.

³⁵ MARCOS, José Alvarez. **El periodismo ante la tecnología hipertextual**. In DÍAZ NOCI, J. e SALAVERRÍA, R. (coords.) **Manual de redacción ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003. p. 247.

³⁶ BARTHES, R. **S/Z**. Paris: Éditions du Seuil, 1970. p. 10 e sgts. Trad. D.S. Mendonça.

rede golpeada ou apagada, são todos movimentos, inflexões de um `fading´ imenso (...)³⁷”. Hoje, os espaços vazios seriam preenchidos pela interatividade; os fluidos seriam os dígitos de que se compõe a mensagem eletrônica, por onde o texto *escapa*. As frases destacadas seriam as que possuem links, sublinhadas para marcar justamente em que ponto há um hipertexto. A mão do leitor no mouse pode fazer o fluxo se interromper, clicar em outro link – um *fading* imenso.

Barthes fala, enfim, de um “texto-tutor”, que seria “incessantemente quebrado, interrompido sem nenhum respeito por suas divisões naturais (sintáticas, retóricas, anedóticas)”, ao qual seriam acrescentados comentários – negados até hoje a fazer parte do produto principal, como se lhe cortassem a palavra. Landow observou que as idéias de Barthes sobre *texto de leitor e texto de escritor* coincidem com a distinção entre textos baseados na tecnologia da imprensa e baseados no hipertexto. Este último alcança “o objetivo da obra literária (ou da literatura como obra), que consiste em fazer do leitor, não um consumidor, mas sim um produtor do texto”. Seria, para Barthes, o texto ideal.

3.2 Huesca distingue duas posturas frente às novas tecnologias. Uma considera que é preciso encontrar novas práticas e explorar as possibilidades do hipertexto. Outra prefere adaptar as práticas e normas existentes, em suma, as rotinas como a pirâmide, aos meios digitais³⁸. De nossa parte, constatamos que é necessária uma aproximação teórica entre as novas possibilidades de apresentação da notícia no meio digital – a *hipernotícia* (com Noci e Salaverría) – e as fórmulas tradicionais baseadas na pirâmide, a fim de incorporarmos as mudanças à redação jornalística e, conseqüentemente, à pedagogia do Jornalismo. No **Quadro 3**, alinhamos os principais argumentos na competição entre as duas propostas.

³⁷ Barthes, op. cit. p. 27.

³⁸ In DÍAZ NOCI, J. e SALAVERRÍA, R. (coords.) **Manual de redacción ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003. p. 32.

Quadro 3

	Pirâmide	Hipernotícia
A	Estilo flexível	Links/pausterização
B	Economia de tempo e espaço	Criatividade
C	Aceleração da produção	Liberdade de expressão
D	Leitor apressado	Multimídia
E	Organização da informação	HT – várias possibilidades de apresentação
F	Ritual estratégico: controle do autor	“Texto ideal”: controle do leitor
G	Rotinas profissionais	Novos usos

No **Quadro 3**, as duas colunas não são mutuamente excludentes, mas complementares. Senão vejamos:

A. Pompeu de Souza e todos os autores que tratam da pirâmide não fazem distinção entre o que é estilo e o que é estrutura da narrativa. A pirâmide é um formato, mas nenhuma forma se despe de ideologia quando se aplica às mídias. Assim como a TV fabrica mitos pela associação às imagens, também o ato de hierarquizar as informações, de estruturar parágrafos em seqüência e de encadeá-los em ordem lógica – na pirâmide invertida, na normal, como na mista – carrega valores agregados: a idéia de que os fatos são exatos, de que as informações foram passadas com imparcialidade, de que os dados são objetivos, e tudo foi colocado a propósito num formato conciso para economizar o tempo do leitor. Trabalhando com símbolos, não cabe aqui o mérito de julgar se o “ritual estratégico” de construir a pirâmide ilude ou não quem está lendo ou se reforça as estruturas capitalistas. Tanto o modelo de 1861 é elitista – porque calcado sobre o poder do autor – como o hipertexto, porque no momento as tecnologias ainda são excludentes e não estão à disposição de todos.

A hipernotícia pode levar à pasteurização assim como a pirâmide, quando ambos são colocados diante da realidade de redações enxutas, com poucos e mal pagos profissionais. A pirâmide não é uma estrutura única; ao contrário, ao longo do tempo

assumiu feições adequadas aos meios e por isso está sendo utilizada nos sites noticiosos. A maioria das páginas de notícias brasileiras é, por sua vez, assinante das agências internacionais que, igualmente, oferecem material nesse formato. Daí o perigo da excessiva padronização.

B. Se a pirâmide economiza tempo na produção e espaço no veículo, só o primeiro problema se coloca na rede – o fetiche da velocidade (Moretzsohn) que pressiona a produção das notícias; o segundo inexistente e abre campo para a criação.

C. Entretanto, nesses veículos on-line, na América Latina pelo menos, praticam-se novas modalidades de jornalismo, com a utilização de outros meios (rádio, jornal impresso, TV e as próprias agências) para a captação das *hard news*, cujo conteúdo é editado na redação mas, de maneira nenhuma, é exclusivo ou próprio. Acelera-se a produção – com o apelo e a praticidade da pirâmide –, links são anexados às matérias, inclusive com a participação de leitores, incentivados hoje a enviar suas contribuições por e-mail e celular. Numa das enchentes do Rio de Janeiro, em novembro último, por exemplo, usuários do site *Globo Online* enviaram relatos e fotos, que foram editados e publicados pelos jornalistas. Ainda se continua a *iludir* o leitor, porém: ele deve acreditar que tudo o que aparece na tela seja produção do site.

D. Enquanto a tecnologia não se aperfeiçoa a ponto de as imagens animadas, os filmes e as reportagens ao vivo poderem ser baixados com rapidez e perfeição, as notícias na rede dependem mormente da leitura e da escrita.

E. O leitor apressado prefere o texto que vai direto ao ponto; se quer outro tipo de informação, vai atrás de outras opções na internet, como os blogs.

F. Assim, o hipertexto ainda não está sendo empregado em todas as suas facetas e até agora não propicia – condicionado, além do mais, às especificidades da audiência – as facilidades que gostaríamos, para controle do leitor.

G. No futuro poderemos ultrapassar nossa cultura de linearidade, como os habitantes das ilhas Trobriand: eles não usam o conceito de seqüência, mas de agrupamento; detestam as narrativas lineares e os momentos de clímax. Valorizam a semelhança, a tradição, a repetição. E quando contam uma história, não há trama, desenvolvimento linear, nem desenlace³⁹. A demolição da pirâmide – tão alta e sólida no Jornalismo contemporâneo quanto a de Gizé, no Egito – certamente mudará a rotina profissional. Novos usos da informação já estão eclodindo.

4 Bibliografia

- ARMAÑANZAS, E.; DÍAZ NOCI, J.; MESO, K. **El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio**. Barcelona: Ariel, 1996.
- BARTHES, R. **S/Z**. Paris: Éditions du Seuil, 1970.
- DÍAZ NOCI, J. e SALAVERRÍA, R. (coords.) **Manual de redacción ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.
- DÍAZ NOCI, J. **La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico**. Zarautz: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, s/d.
- EDO, Concha. **Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet em la noticia, las fuentes e los géneros**. Sevilha: Comunicación Social, 2003.
- GARCIA, Luiz. O Globo. **Manual de redação e estilo**. Rio de Janeiro: Globo, 1992.
- GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide. Para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Ortiz, 1989.
- HOHENBERG, John. **Manual de Jornalismo**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1962.
- JORDAN, L. **The New York Times Manual of Style and Usage**. New York: Times Books, 1976.
- KILIAN, Crawford. **Writing for the Web**. USA/Canadá: Self-Counsel Press.
- LAGE, N. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática.
- LANDOW, G. **Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología**. Barcelona: Paidós, 1995.

³⁹ LANDOW, G. **Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología**. Barcelona: Paidós, 1995. p. 260.

- MARTINS, E. O Estado de S. Paulo. **Manual de redação e estilo**. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1990.
- MEDINA, C. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Summus, 1988.
- MODERDAUI, L. **Guia de estilo Web : produção e edição de notícias on-line**. São Paulo: Senac, 2000.
- MOURA, L. S. **Como escrever na rede. Manual de conteúdo e redação para Internet**. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- NIELSEN, J. In **Inverted Pyramids in Cyberspace**.
<http://www.useit.com/alertbox/9606.html>
- NÓBREGA DA CUNHA, C.A. **A imprensa americana e seus reflexos no Brasil**. Instituto Brasil-Estados Unidos: Rio de Janeiro, s/d.
- Novo manual da redação**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1992.
- PEREIRA, CÍPIÃO M. **A objetividade idiota é dos EUA. Ou de Roma?** Revista de Comunicação. Ano 1, no. 4, 1985
- PEUCER, Tobias. **De relationibus novellis**. Leipzig: Universidade de Leipzig, 1690. Trad. Paulo da Rocha Dias. São Bernardo do Campo: Pós-Com-Umesp, 1999
- RODRIGUES, Jacira Werle. **Reportagem impressa, estilo e manuais de redação. A construção da autoria nos textos do Jornalismo diário**. Santa Maria: Facos/ UFSM, 2003.
- SALAVERRÍA, R. **Depoimento. Partido da Redação Ciberjornalística**. In Observatório da Imprensa, 11 jan 2005 (<http://www.observatoriodaimprensa.org.br>).
- SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra: Minerva, 2000.
- SOUZA, Pompeu. **A chegada do “lead” ao Brasil**. In Revista de Comunicação, ano 8, no. 30. nov 1992.
- SQUARISI, D. **Manual de redação e estilo**. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand, 2005.
- TORRE, L. TÉRAMO, M.T. **La noticia en el espejo. Medición de la calidad periodística: la información y su público**. Buenos Aires: Universitas, 2004.
- WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

Estratégias de apresentação da opinião do ator político *O Estado de S. Paulo*

Uilson Paiva ¹

Resumo: O artigo analisa as edições impressas de *O Estado de S. Paulo*, em 2003, observando o tratamento dado pelo jornal às relações entre o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST). São enfocados dois episódios: as nomeações de pessoas vinculadas ao MST para o Ministério do Desenvolvimento Agrário e Incra, e o uso do boné do MST pelo presidente da República. Foi verificada a utilização de uma estratégia de apresentação e reapresentação dos dois episódios em diversos gêneros jornalísticos, inter-referência entre eles e criação de matérias pelo jornal para manter sua posição política, contrária à reforma agrária, majoritariamente presente nas edições, ao longo do tempo.

Palavras-chave: Jornalismo, *O Estado de S. Paulo*, MST, reforma agrária, governo Luiz Inácio Lula da Silva.

Este artigo² apresenta algumas estratégias de organização das edições de *O Estado de S. Paulo* para manter presente nelas, majoritariamente, a visão política do jornal, contrária à realização da reforma agrária e às relações entre o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). O trabalho analisa a visão do jornal diante de dois episódios, ocorridos em 2003, que marcaram a relação entre o recém-empossado governo Lula e o MST: as nomeações de pessoas com alguma vinculação ao MST e a outros movimentos sociais para o Ministério do Desenvolvimento Agrário, para presidência e superintendências regionais

¹ Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP (2006). Pós-graduação em Teoria do Jornalismo e dos Meios de Comunicação pela PUC-RS (1996). Jornalista formado pela UFRGS, ex-repórter dos jornais Zero Hora, O Estado de S. Paulo e revista Veja. Editor-executivo do site Repórter Social.

² O artigo apresenta alguns dos resultados da dissertação de mestrado *O governo de Luiz Inácio Lula da Silva e o MST em O Estado de S. Paulo em 2003: estudo de elementos da ação política do jornal*, apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação junto ao Departamento de Jornalismo e Editoração (CJE) da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo, sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Maria Otilia Bocchini, em maio de 2006.

do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), e o uso do boné do MST pelo presidente da República em solenidade oficial no Palácio do Planalto.

Irá se observar que o jornal fez uso de uma lógica interna de apresentação e reapresentação dos dois temas, ao longo do ano, nos diversos gêneros jornalísticos, seja por meio de seus editoriais, de reportagens editorializadas, da criação de notícias, do uso de fontes não identificadas, dos colunistas e articulistas de sua confiança, e das cartas que seleciona para publicar. Como consequência, *O Estado de S. Paulo* apresentou aos leitores, continuamente, a sua opinião.

Este tipo de intervenção confirma a efetiva ação política por meio da opinião que o jornal exerce, conforme vêm demonstrando alguns estudos acadêmicos importantes³. A postura historicamente defensora dos postulados liberais e seu vínculo com as oligarquias rurais brasileiras fazem o jornal *O Estado de S. Paulo* adotar, diante do tema agrário, uma posição manifestadamente a favor do direito quase absoluto de propriedade e contra proposições mais progressistas, como a da reforma agrária.

Se antes de 2002 *O Estado de S. Paulo* já atribuía grande proeminência ao MST, identificando-o como principal oponente das classes proprietárias e empresariais, como se viu no estudo de Comparato (2003), constituiria um aspecto rico para análise a postura a ser adotada por OESP no primeiro ano de mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, quando seriam definidas e anunciadas as posições do novo governo sobre a questão agrária.

³ Desde sua fundação, em 4 de janeiro de 1875, o jornal *O Estado de S. Paulo* tem participado ativamente, como ator político, dos fatos históricos mais importantes do País, tomando posição e apresentando suas opiniões sobre tais episódios. Já no período de sua fundação, sob o regime do Império, com o nome de *A Província de São Paulo*, defendia os ideais republicanos e a abolição da escravatura. Para mais informações ver Maria Helena Capelato e Maria Ligia Prado (*O bravo matutino: imprensa e ideologia no jornal O Estado de S. Paulo*: 1980); Maria Aparecida de Aquino (*Censura, imprensa, estado autoritário 1968-1978*: 1999) e Amaury César Moraes (*Imprensa e Constituinte: o projeto político do jornal O Estado de S. Paulo 1987-1988*).

A expectativa era a de que, nesse contexto, o jornal dispensaria uma atenção especial ao MST, em razão de o movimento ser a mais forte oposição aos setores agrários que com ele disputam a realização de seus interesses, verbas públicas, interlocução com o governo e busca de uma opinião pública favorável a seus propósitos.

A partir do exame do material jornalístico de todas as edições impressas de *O Estado de S. Paulo*, em 2003, foram separados todos os textos, de qualquer gênero jornalístico, em que houvesse menções ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, tomando como base a simples citação ao movimento, de seu nome por extenso ou de sua sigla.

A quantificação inicial do material demonstrou que o MST constituiu-se num tema fortemente presente no jornal no primeiro ano do governo de Luiz Inácio Lula da Silva. No total, a palavra MST apareceu 1253 vezes no jornal entre 1/1/2003 e 31/12/2003⁴, em média 3,4 citações por dia. Esteve na capa do jornal em 121 edições (um terço das edições, entre manchetes e títulos menores), mereceu 44 editoriais, 61 artigos assinados, 47 colunas de opinião e 132 cartas.

Após a leitura de todo o material de *O Estado de S. Paulo* que citava o MST em 2003, foram separados aqueles que traziam o tema das relações entre o MST e o governo federal. Dentre esses, foram selecionados para análise dois temas que ocuparam vários dias do noticiário e estiveram presentes em vários gêneros jornalísticos: as nomeações de pessoas ligadas ao MST para o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e para os cargos de presidente e superintendentes regionais do Instituto Nacional de Colonização e

⁴ Dados confirmados pelo sistema eletrônico de catalogação Doc Center, do banco de dados de *O Estado de S. Paulo*.

Reforma Agrária (Incra) e o uso do boné do MST pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva em solenidade oficial no Palácio do Planalto.

Escolhidos os dois temas, foram selecionados todos os textos que continham citações ou referências diretas ou indiretas a eles⁵, em todos os gêneros jornalísticos. As citações foram agrupadas conforme sua origem: editoriais, reportagens, artigos de opinião, colunas diárias, outras colunas e cartas de leitores (seção Fórum de Debates e seção Fórum de Leitores).

O passo seguinte consistiu em analisar os editoriais sobre cada tema, em busca de identificar os elementos da posição política do jornal no gênero jornalístico que costumeiramente melhor a expressa e que vem sendo tomado por diversos autores como objeto de estudo (Capelato e Prado, Aquino, Moraes). Em seguida, as menções ao tema nos demais gêneros jornalísticos foram cotejadas com os elementos encontrados nos editoriais, no sentido de verificar se reafirmavam, ou não, a posição do jornal expressa nos editoriais.

Levando em consideração a posição política do jornal externada em seus editoriais sobre aqueles dois temas, constatou-se uma desproporção entre o número de manifestações em sintonia com o pensamento do jornal e o daquelas em sentido contrário.

As nomeações para MDA e Incra

Vinculado ao Ministério do Desenvolvimento Agrário, o Incra é o órgão executor da reforma agrária, cabendo-lhe, dentre outras atribuições, a vistoria de terras passíveis

⁵ Referências nominais a “boné” e “Incra” acrescidas de “nomeações”, “aparelhamento”, “superintendências” e outras claramente vinculadas aos assuntos em questão.

de desapropriação para reforma agrária, a formação de assentamentos rurais e a liberação de verbas para sua manutenção.

No início de 2003, era plausível esperar que o jornal demonstrasse especial interesse nas nomeações e no perfil ideológico dos profissionais que ocupariam as funções mais destacadas do MDA e do Incra, o que se comprovou à medida que foram anunciados os nomes de Miguel Rossetto como ministro, de Marcelo Resende como presidente do Incra e dos 29 superintendentes regionais do órgão.

Apesar de as primeiras nomeações para o Incra terem ocorrido nos meses de janeiro e fevereiro de 2003, observou-se a presença do tema, de forma editorializada, ao longo de todo o ano nas edições do jornal.

No total, ao longo de 2003, apareceram 184 vezes citações ao episódio das nomeações do Incra em *O Estado de S. Paulo* – sendo aí contabilizadas todas as menções diretas ou indiretas ao fato, realizadas pelo jornal ou por fontes diversas, em vários gêneros jornalísticos. O tema esteve presente em 55 reportagens, 17 editoriais, 15 colunas fixas de opinião (14 delas de Dora Kramer), 12 artigos de opinião e em 19 cartas de leitores.

Dos 17 editoriais de *O Estado de S. Paulo* em que há referências às nomeações, em 2003, foram encontrados três cujos conteúdos tratavam diretamente do tema: “Bomba de Retardamento”, de 21 de fevereiro, “A demissão certa do homem errado”, de 4 de setembro e “Estréia desastrosa”, de 6 de setembro.

Conforme mostram os editoriais, o jornal é contra o fato de o ministro do MDA, o presidente do Incra e os superintendentes regionais daquele órgão possuírem alguma

vinculação ou objetivos políticos em sintonia com os movimentos sociais, especialmente o MST.

A análise de todas as citações sobre o episódio tomando como base a posição política do jornal indica a preponderância de manifestações publicadas que estão de acordo com sua linha editorial. Do total de 184 manifestações, 144 reafirmaram a linha editorial do jornal (**78,3%**). Em apenas 40 ocasiões (21,7%) foram publicadas visões que discordavam da opinião do jornal.

Essas manifestações discordantes foram feitas por 12 fontes diferentes, listadas a seguir:

- Ministro do Desenvolvimento Agrário, Miguel Rossetto
- Antônio Canuto, da coordenação nacional da CPT
- José Valdir Miesnerovicz, coordenador do MST
- João Paulo Rodrigues, coordenação nacional do MST
- Marcelo Resende, presidente do Incra
- Gilmar Mauro, coordenação nacional do MST
- Rolf Hackbart, presidente do Incra
- D. Tomás Balduino, presidente da Comissão Pastoral da Terra (CPT)
- Maria da Graça Amorim , secretária de Política Agrária da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (Contag)
- Economista Plínio de Arruda Sampaio Jr., do MST
- Deputado federal Adão Preto (PT-RS)

- Geógrafo Bernardo Mançano Fernandes, doutor em Geografia, professor da Unesp e membro do setor de educação do MST

Como se pode observar, todas são vozes do espectro mais à esquerda politicamente e representam, no governo ou fora dele, os grupos considerados pelo jornal inadequados para comandar as ações do governo. Vindas de onde vêm, essas opiniões só poderiam ser frontalmente opostas à posição política do jornal.

Assim, o registro por OESP, em minoritários 21,7%, de opiniões contrárias a sua, antes de representar a ação de praxe do jornalismo de publicar versões discordantes, reforça a impressão de uma intencionalidade do jornal para apresentar aos leitores a grande maioria das vozes como detentoras da posição correta.

Além da preponderância numérica de visões alinhadas com sua posição ideológica expressada nos editoriais, e reproduzidas em outros gêneros, há indícios de uma estratégia empreendida por OESP na organização interna de suas edições. Trata-se do estabelecimento de um ciclo de apresentação e reapresentação de notícias e opiniões sobre o caso em questão, em diversos gêneros jornalísticos, sucessivamente, de forma manter a exposição de sua linha editorial ao longo do tempo nas edições.

No fluxograma a seguir (Figura 1) é possível observar como o tema vai sendo abordado numa seqüência de referências em vários gêneros, que perpassa todo o ano. Assim, por exemplo, as nomeações do MDA e Inbra desencadearam um ciclo de repercussão interna do jornal, a começar pelo registro em reportagens (descrevendo a proximidade dos nomeados com os movimentos sociais e as reações das principais entidades de ruralistas), continuando com críticas na coluna de opinião de Dora Kramer,

dando origem a editoriais, que, por sua vez, reforçaram a argumentação dos articulistas – caso de José Nêumanne, João Mellão Neto e Gaudêncio Torquato – e, invariavelmente, recebendo apoio dos leitores por meio de cartas tão-somente elogiosas à argumentação do jornal e contrárias às declarações iniciais dos integrantes do MDA e do Inbra.



Figura 1 - Fluxograma com ciclo de apresentação e reapresentação do tema “Nomeações para o MDA e Inbra” nos diversos gêneros jornalísticos em *O Estado de S. Paulo*, em 2003.

Percebe-se que os ciclos de apresentação e reapresentação do mesmo fato em cada gênero considerado tradicionalmente como opinativo (editorial, artigo, coluna, carta)⁶ ocorre sucessivamente, sendo entremeadado e alimentado por noticiário contínuo. O jornal, por exemplo, destaca como notícia as declarações de concordância do presidente do

⁶ Ver Mello (1985)

Incra, Marcelo Resende, com ações dos sem-terra. É o que ocorre no trecho abaixo, extraído da reportagem, de título editorializado, “Para Incra, o que não pode é invadir prédio público” e traz como linha e apoio “Presidente do órgão vê abuso em depredação de sede em Cuiabá, mas não em ocupações de fazenda”:

O presidente nacional do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), Marcelo Resende, buscou ontem restringir as críticas aos sem-terra ao episódio de Mato Grosso, onde o prédio do órgão foi depredado pelos invasores, mas disse que não vê “nenhum problema” em outras ações promovidas pelo MST durante o feriado de Carnaval. (Gobetti, Sérgio. “Para Incra, o que não pode é invadir prédio público”, OESP, 7/3/2003: A4)

Ao mesmo tempo, na reportagem “Incra ajuda invasores a adiar desocupação”, o jornal noticia a suposta intervenção parcial do órgão em defesa dos sem-terra:

O Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra) assumiu ontem a defesa das 400 famílias de sem-terra que desde sábado ocupam a Fazenda Santa Isabel, em Alambari, na região de Sorocaba. (Tomazela, José Maria; Lacerda, Ângela; Fadel, Evandro. “Incra ajuda invasores a adiar desocupação”, OESP, 7/3/2003: A5)

Uso de fontes não identificadas para a criação de notícias

Quando não extrai material jornalístico dos fatos gerados pelos protagonistas (decisões administrativas, declarações de servidores públicos, protestos dos ruralistas, ações envolvendo ocupações de terras), para manter o tema presente em suas edições, o jornal faz uso de expedientes como a utilização de fontes não identificadas nas reportagens e a criação de matérias que não dependem de declarações ou fatos, mas, aparentemente, apenas do desejo político do jornal de falar no assunto.

No final de junho, por exemplo, o jornal publica reportagens em que afirma ter recolhido manifestações sobre suposto conhecimento que o presidente Lula teria a respeito de suposta piora na situação do campo associada às nomeações para o Incra. No texto, essas informações são tratadas como *off*, ou seja, sem a identificação das fontes:

Numa reunião com os ministros mais chegados, Lula ouviu a avaliação de que a situação no campo piorara com a nomeação de indicados pelo Movimento dos Sem-Terra (MST) para boa parte das superintendências do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra) nos estados. (Domingos, João. “Sem-terra não podem passar por cima da lei”, OESP, 25/6/2003: A4)

Quatro dias depois, é publicada notícia semelhante, atribuindo determinada preocupação ao presidente, sem fonte identificada:

O Palácio do Planalto também decidiu não mexer na estrutura do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), órgão no qual os movimentos sociais ligados aos sem-terra – MST, Confederação Nacional dos Trabalhadores da Agricultura (Contag), Comissão Pastoral da Terra (CPT) e CUT-Rural – têm influência em 27 das 29 superintendências espalhadas por todo o País. De acordo com interlocutores do presidente, o Palácio do Planalto chegou a ficar preocupado com o tamanho da estrutura montada pelos sem-terra nas superintendências regionais do Incra, mas concluiu que não há nada a fazer por enquanto. (Domingos, João; Gobetti, Sérgio. “Planalto insistirá em tratar MST como parceiro”, OESP, 29/6/2003: A6)

Outro exemplo de material produzido pelo jornal para manter o tema em suas edições ocorreu no dia 24 de agosto, quando uma reportagem ampliava as críticas à interferência do MST no Incra, abordando os supostos reflexos nos assentamentos feitos pelo governo e, inclusive, na relação com a rede bancária. Intitulada “MST usa Incra para expandir seu poder”, a notícia ganhou destaque máximo de capa (manchete do dia), e o seguinte texto:

Em todo o País, a nomeação de superintendentes regionais do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra) provenientes do MST ou endossados por ele tem interferido diretamente nos assentamentos. Os líderes do movimento têm passado por cima das normas de seleção de assentados, procurando instalar nos lotes os candidatos

que lhe são mais fiéis. Ao mesmo tempo, aumenta sua fatia no orçamento da reforma agrária e espalha temor entre profissionais que entram em conflito com ele, como gerentes de banco. (Sant'Anna, Lourival. "MST usa Incra para expandir seu poder", OESP, 24/8/2003: A10)

Em 28 de agosto, a troca no comando do Incra, que ocorreria no dia 2 de setembro, é anunciada com exclusividade pela colunista Dora Kramer ("Rossetto fica, mas Incra muda", OESP, 28/8/2003: A6). Nos dias posteriores, entre o anúncio da queda do presidente do Incra e a notícia sobre a concretização dessa queda, o jornal continuaria apresentando e reapresentando o assunto, com a publicação de uma notícia originada no próprio jornal, um artigo de opinião e uma carta de leitor.

A matéria produzida pelo jornal ganhou a manchete principal da edição de domingo, 31 de agosto: "Máquina pública emperra; 70% das nomeações são políticas". Já na edição do dia 1º de setembro, foi a vez do articulista Gaudêncio Torquato abordar o tema, fazendo referência aos quadros do Incra nomeados por indicação do MST no texto "O petismo e a estrutura do Estado". Esse é também o tema da carta do leitor José Konegae, de Ribeirão Preto, sob o título "Governo loteado".

Após esse conjunto de reapresentações do tema, foi publicada no dia 3 de setembro a manchete anunciando a concretização do desejo explicitado desde o começo do ano pelo jornal, e que confirmava o furo jornalístico dado pela colunista Dora Kramer alguns dias antes: "Cai o presidente do Incra, ligado ao MST".

A substituição, que é de início bem recebida por produtores rurais a quem o jornal dá voz, logo cede lugar à frustração, diante da nomeação do novo titular do posto, Rolf Hackbart, e de suas primeiras declarações em que anuncia não ter disposição de realizar trocas nas superintendências regionais do Incra. O fato origina o editorial "Estréia desastrosa", publicado em 6 de setembro:

(...) Eis por que os empresários rurais, que se sentiram aliviados com a substituição do presidente do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), Marcelo Resende, se mostraram tão indignados com as primeiras declarações – desastradas, é bem de ver – do novo presidente da instituição, Rolf Hackbart. (...) O que ele e Rossetto pensam todo mundo sabe, mas o mínimo que se esperava dele é que soubesse disfarçar. Realmente, difícil é acreditar que a paz voltará ao campo com a simples troca – nos setores do governo encarregados da reforma agrária – de seis por meia dúzia (OESP, 6/9/2003: A3)

Desse momento em diante, até o fim do ano de 2003, o jornal não noticiaria alterações nos quadros de superintendentes regionais do Incra nomeados pelo novo governo, nem voltaria a utilizar as fontes não identificadas para revelar críticas de membros do governo ao perfil ideológico dos integrantes daquele órgão.

Sem ver concretizadas as suas preferências políticas para o Incra, resta a *O Estado de S. Paulo* prosseguir com o agendamento do tema. Assim, o denominado “aparelhamento do Incra” volta a ganhar manchete de capa em 5 de outubro, em outra reportagem produzida pela equipe do jornal, “MST recupera verba pública e se fortalece”. O texto da capa resume que:

O governo derrubou as restrições criadas entre 2000 e 2002 para repasse de recursos públicos a entidades ligadas aos sem-terra. Parte dessa verba era usada para financiar invasões, segundo conclusão de assessores do então presidente Fernando Henrique Cardoso (...) A maior parte dos repasses, no entanto, sai das superintendências regionais do Incra, agora ocupadas por simpatizantes do MST. (OESP, 5/10/2003: Capa)

Fórum de Debates e Fórum dos Leitores: concordância com as opiniões do jornal e cartas repetidas de um mesmo leitor

Ao contrário dos articulistas e colunistas de confiança de OESP, que são convidados pelo jornal a manifestar-se, a seção de cartas de leitores poderia ser imaginada como espaço a ser utilizado para a expressão de diversidade de posições e

opiniões dos leitores. Em 2003, OESP manteve dois espaços destinados às manifestações dos leitores: as seções Fórum de Debates, em que o jornal sugere temas para as cartas, e Fórum dos Leitores, para manifestações sem determinação de assunto.

No entanto, como pode ser visto nos quadros com os textos das cartas, em OESP as manifestações dos leitores são utilizadas para endossar opiniões expressas em outros gêneros, servindo para cumprimentar o colunista, o articulista ou elogiar a cobertura que o jornal apresenta de determinado fato. Assim, a exemplo dos outros gêneros, as cartas trazem opiniões majoritariamente em consonância com a linha editorial do jornal.

Além disso, no caso em análise, chama a atenção a publicação de mais de uma carta de um mesmo remetente, na seção Fórum de Debates. No dia 11 de junho, em carta intitulada “Tolerância tem limite”, o leitor Maurício Petrosino, de São Paulo, cumprimenta Xico Graziano pelo artigo “O devaneio dos sem-terra” (OESP, 10/6/2003: A2) e também critica as nomeações para o Incra. Nos dias 31 de agosto e 3 de setembro são publicadas novas cartas do mesmo leitor, ambas com críticas à distribuição de cargos no Incra para simpatizantes ou membros do MST.

Mesma situação ocorre com a leitora Leila E. Leitão, de São Paulo. Ela escreve em 14 de fevereiro (“Massa de manobra”, seção Fórum de Debates, OESP: A2) cumprimentando artigo de João Mellão Neto, apelando ao “bom senso do presidente Lula” com relação ao MST. E, depois, em 13 de maio, com o título “Balela?”:

O **Estadão** tem sido importante nos esclarecimentos sobre o MST, trazendo a público diferentes opiniões em entrevistas, editoriais e reportagens, dando-nos a oportunidade de avaliá-lo.

A coincidência faz pensar se a utilização do espaço de cartas, longe de se constituir numa maneira de democratizar as opiniões publicadas em *O Estado de S.*

Paulo, não serviria, ao contrário, para uniformizar as repercussões manifestadas pelos leitores em relação ao que aparece nos editoriais, reportagens, artigos e colunas, fazendo chegar aos leitores uma opinião majoritariamente em linha com o pensamento do jornal.

O uso do boné do MST pelo presidente da República

SP, RJ, MG, PR e SC:
R\$ 2,20
■ Demais Estados: ver
tabela na página A4
★ Edição de 0h30

O ESTADO DE S. PAULO

RUY MESQUITA
Diretor-responsável

Julio Mesquita (1891-1927)

Julio de Mesquita Filho (1927-1969)

ANO 124 QUINTA-FEIRA Nº 40070
SÃO PAULO, 3 DE JULHO DE 2003

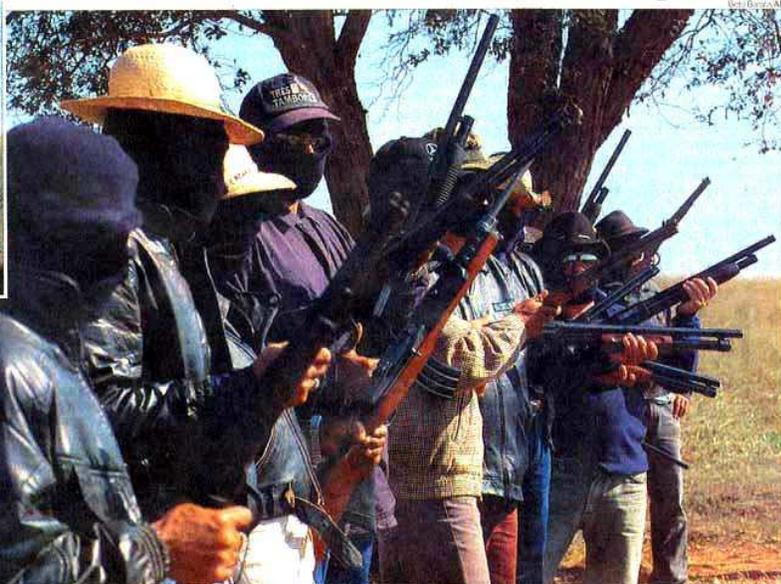
Francisco Mesquita (1927-1969) Julio de Mesquita Neto (1969-1996)

MST vai a Lula, mas nega trégua



Milícia pratica tiro ao alvo em fazenda de SP

Enquanto o presidente Luiz Inácio Lula da Silva negociava com o MST, ontem, o fim de invasões e saques, 15 homens faziam exercícios de tiro em uma fazenda do Pontal do Paranapanema (SP). O grupo, pago por fazendeiros, se destina a evitar ocupação por sem-terra e usa até armas restritas às Forças Armadas. Pág. A7



Tensão – Grupo treinava com armas pesadas no Pontal enquanto Lula (foto menor) recebia o MST e um boné do movimento

■ Saques e invasões prejudicam reforma, diz o presidente

■ João Pedro Stédile diz que as ocupações vão continuar

■ Produtores rurais também vão pedir uma audiência

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva recebeu ontem dirigentes do Movimento dos Sem-Terra (MST) e os advertiu de que saques e invasões prejudicam a reforma agrária. Ele disse que falta dinheiro para acelerar a desapropriação de terras e pregou respeito à lei. João Pedro Stédile, um dos coordenadores do MST, reafirmou depois que as invasões vão continuar. Representantes do setor agropecuário também vão pedir audiência a Lula e acharam que ele não deveria ter usado o boné de uma organização que faz invasões e saques. Págs. A4 e A7

Figura 2. Foto 1 (à esquerda) e Foto 2 (à direita) publicadas em OESP, 3/7/2003, Capa, com a legenda: Tensão – Grupo treinava com armas pesadas no Pontal enquanto Lula (foto menor) recebia o MST e um boné do movimento

No dia 2 de julho de 2003, ao receber uma comitiva de líderes do MST, no Palácio do Planalto, em Brasília, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva foi presenteado com um boné do movimento. Vestiu-o por cerca de três segundos (conforme descrição das reportagens à época), antes de prosseguir com a audiência.

O flagrante do presidente com o boné do MST foi registrado por fotógrafos e cinegrafistas e, em OESP, uma foto desse ato foi publicada no dia seguinte, na capa (Figura 2, Foto 1). A partir desse uso do boné, teve início um debate do qual participaram integrantes dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, o jornal OESP e outros veículos de comunicação.

Como consequência e estimulada pelo episódio, a oposição, no dia seguinte, apresentou e aprovou na Câmara dos Deputados a criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para apurar os atos do MST – chamada por integrantes do PT de a “CPI do Boné”.

Diferentemente das nomeações para o MDA e o Incra, atos que fazem parte da rotina esperada para o cargo de chefe do Poder Executivo, o gesto do presidente originou-se de sua vontade pessoal, que poderia estar reafirmando uma afinidade política histórica. Afinal, a aproximação do PT e seus integrantes com o MST é bastante conhecida.

Para o jornal, o gesto proporcionou uma oportunidade para externar sua insatisfação contra a aproximação do presidente com o MST e o reconhecimento desse movimento como interlocutor para os temas agrários.

Assim como no episódio das nomeações procurou-se analisar o papel de ator político de OESP ao dar sua visão sobre as relações entre o governo federal e o MST a

partir do gesto do presidente, observando as referências em texto a partir da foto publicada.

O tratamento dado pelo jornal ao gesto do presidente materializou-se no fluxo de apresentação e reapresentação do tema e majoritariamente de sua opinião, nos vários gêneros jornalísticos, por dias consecutivos, durante 17 edições, concentradas nos meses de julho e o começo de agosto.

O boné do MST em OESP, de julho a dezembro: 119 citações

Em *O Estado de S. Paulo*, a citação da palavra “boné”, suas variações “bonés” e “bonezinho”, ou que diziam respeito claramente ao episódio do MST mesmo sem dar nome ao objeto, apareceu 119 vezes ao longo de 17 edições⁷. O tema esteve presente em 27 reportagens, mereceu 2 editoriais, esteve em 9 colunas (seis delas diárias e três no Caderno 2), em 4 artigos de opinião e 10 manifestações nas seções reservadas às cartas de leitores (duas no Fórum de Debates e oito no Fórum dos Leitores).

⁷ As citações apareceram nos dias 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 15, 28 de julho; 3, 4 e 6 de agosto; 4 de setembro; 21 de novembro; 21 de dezembro; 26 e 31 de dezembro de 2003.

A opinião de OESP sobre o gesto do presidente foi externada no editorial “Rendição Incondicional”, de 4 de julho de 2003, exclusivamente dedicado ao tema. Nele, em síntese, o jornal condena a ação do presidente, afirmando que o episódio significou no plano simbólico a “rendição incondicional do governo a um movimento que, sob a inspiração de um guevarismo exumado, pretende revolucionar (...) a economia rural brasileira.”

Com base na manifestação desse editorial, foram analisadas cada uma das demais citações do caso para verificar sua reafirmação ou não da linha editorial do jornal.

A observação do material coletado demonstra a desproporção entre o espaço reservado às críticas ao gesto do presidente - portanto, em sintonia com o pensamento de OESP - e para a opinião de quem não se importa ou aprova o uso do boné. Do total de 77 manifestações em texto, 63 reafirmaram a linha editorial do jornal (**81,8%**). Em apenas 14 oportunidades, foram publicadas manifestações que discordaram da opinião do jornal (18,2%). Essas manifestações discordantes apareceram 12 vezes em reportagens, e foram feitas pelas seguintes vozes:

1. Líder do governo na Câmara, Aldo Rebelo, do PC do B
2. Presidente do PT, José Genoíno (duas vezes)
3. Ministro-chefe da Casa Civil, José Dirceu (título, texto e janela)
4. Ministro da Agricultura, Roberto Rodrigues
5. Assessor Especial da Presidência, Frei Betto
6. Senador Aloizio Mercadante, do PT
7. Líder do governo no Congresso, senador Amir Lando, do PMDB

8. João Pedro Stédile, líder do MST

Como visto, o jornal registrou opiniões contrárias apenas de integrantes do governo (três), políticos da base partidária do governo (quatro) e de um líder do MST. As outras três manifestações discordantes da linha editorial do jornal apareceram em forma de uma carta de leitor, na coluna de Verissimo, no Caderno 2, e num texto-legenda do próprio jornal para quatro fotos que mostram o presidente vestindo ornamentos diversos na cabeça.

Os leitores de OESP, portanto, não leram nenhum artigo de opinião, nenhuma menção em coluna diária, nem qualquer manifestação de outros integrantes da sociedade brasileira, que não os aliados e integrantes do governo, de forma favorável à aproximação do presidente da República com o MST, materializada no uso do boné do movimento pelo presidente.

Novamente, a exemplo do episódio das nomeações para MDA e Incra, a apresentação por OESP de uma pequena cota (18,2%) de fontes com versões discordantes à sua reforça a impressão de uma deliberada tentativa do jornal de parecer aos leitores que esta é a posição majoritária, e portanto correta, seguida pela grande maioria da sociedade.

No caso específico do boné do MST, além do agendamento do tema pelos textos, a existência de outras fotos do presidente lidando com o boné permitiu que a divulgação da interpretação do gesto por OESP, concentrada inicialmente nos meses de julho e agosto, pudesse voltar às páginas do jornal em outras ocasiões ao longo do ano.

A partir da publicação da Foto 1 (Figura 2), que desencadeia a repercussão do fato em OESP, percebe-se o estabelecimento de uma rotina de apresentação e reapresentação do

tema nos diversos gêneros jornalísticos, sucessivamente, de forma manter a exposição da linha editorial do jornal, ao longo do tempo, nas edições. No fluxograma apresentado adiante (Figura 3) percebe-se como o episódio vai sendo abordado numa seqüência de referências nos vários gêneros.

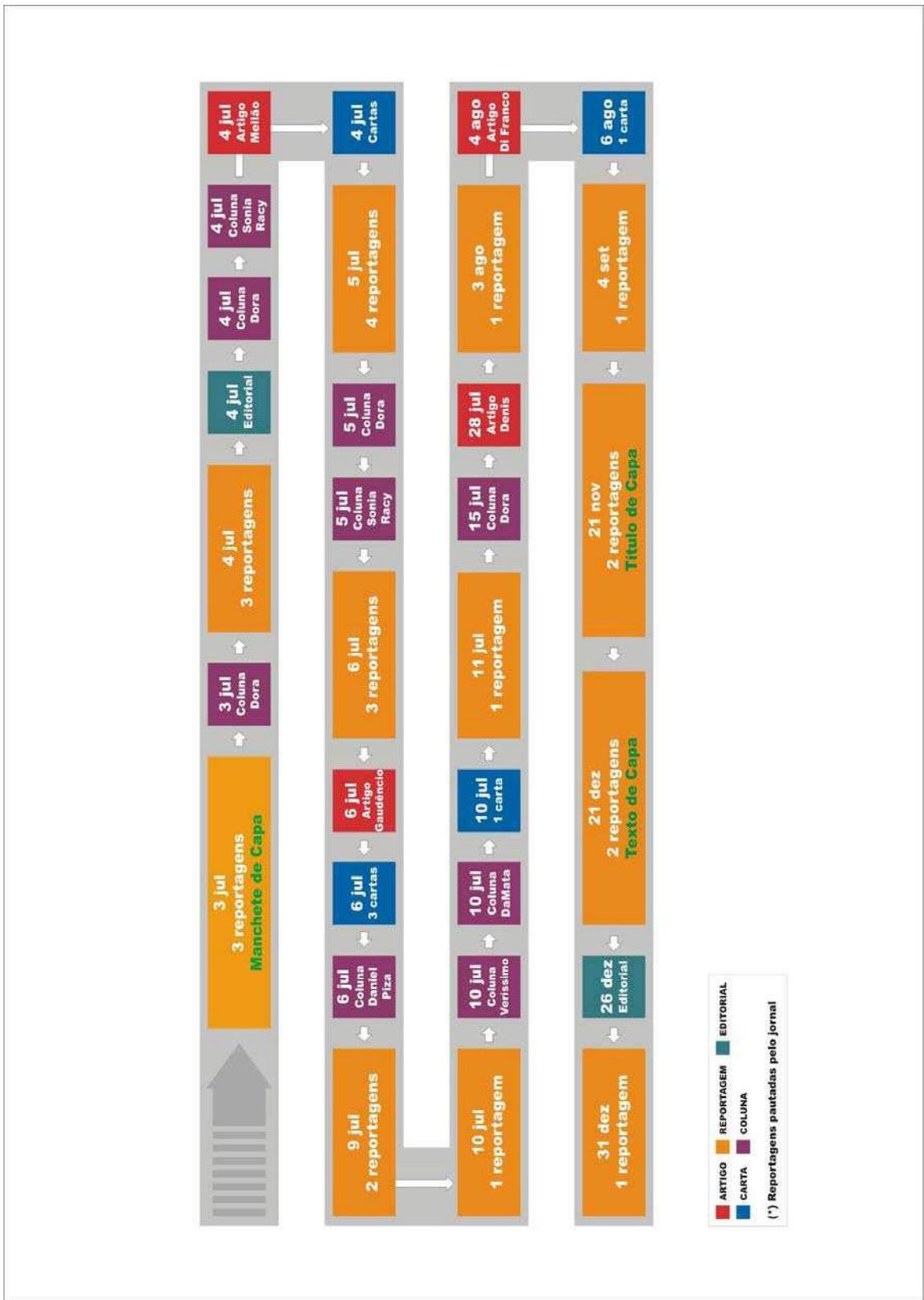


Figura 3. Fluxograma com ciclo de apresentação e reapresentação do tema “boné do MST” nos diversos gêneros jornalísticos em *O Estado de S. Paulo*, em 2003.

Mesmo que a condição de aliado do MST seja uma faceta amplamente conhecida da biografia do presidente, o jornal utiliza-se da ação de demonstração de afinidade política protagonizado por Luiz Inácio Lula da Silva para incentivar o direcionamento da opinião pública em sentido contrário. Longe de ter o gesto descrito como uma virtude democrática do presidente, por ter recebido em audiência integrantes de movimentos sociais, o jornal imputa ao gesto o caráter de “rendição incondicional” ao movimento, como diz o título do editorial sobre o episódio, e praticamente acusa o presidente de imiscuir-se na ilegalidade ao vestir o boné – uma forte analogia com “vestir a camiseta”.

Considerações finais

O fluxo contínuo de apresentação e reapresentação dos dois episódios ao longo do ano sugere que OESP confia, ao menos parcialmente, na hipótese de *agenda-setting*⁸, no poder que teriam os meios de comunicação de agendar outros meios e os interesses do público leitor.

No período analisado, mais do que retratar o alinhamento estratégico das partes – do movimento social e do governo versus ruralistas – configurava-se uma oportunidade de interferência no debate público sobre a reforma agrária, sobre a competência, ou não, do governo para agir de acordo com o ideário liberal do jornal e de seus associados no mesmo campo político.

⁸ Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (cf E. Shaw in Wolf, 2002: 144)

Nos dois casos, a expressão da posição política de OESP ocorreu não apenas nos gêneros tradicionalmente considerados como opinativos (editoriais, colunas, artigos, cartas, dentre outros), mas também naqueles gêneros quase sempre considerados como informativos: notícias, reportagens, entrevistas etc.⁹

A desproporção entre o número de manifestações em sintonia com o pensamento do jornal e o daquelas em sentido contrário demonstraria a efetiva e intencional interferência do jornal no tratamento do tema, aparentemente na esperança de influenciar a opinião pública. Conforme observa Price:

A pesar de los intentos de una transmisión objetiva, los medios son selectivos al determinar qué tipos de mensajes se retransmite. Más allá de su papel de facilitar la recogida e intercambio de ideas, los comunicadores de masas asumen también un papel mucho más dirigente al intentar configurar y moldear la opinión. Las elites de los medios de comunicación no son transportadores pasivos de debate y la información pública, sino también participantes activos. (1994: 104)

A tentativa do jornal de parecer majoritário remete à hipótese de Espiral do Silêncio¹⁰, em que a repetição garantiria o efeito de amplificar as opiniões favoráveis e, ao mesmo tempo, silenciar as em sentido contrário, num ciclo que se auto-alimenta. Na tentativa de influenciar a formação de uma opinião pública que o satisfaça, o jornal contraria até mesmo as regras de conduta que publicou para orientar seus profissionais e as quais diz seguir.

Segundo o Manual de Redação e Estilo de *O Estado de S. Paulo*, é vedada a exposição de opiniões no noticiário. Na referência que faz ao tema, o verbete “Opiniões”

⁹ Para mais informações, ver MELLO (1985)

¹⁰ Com base nos estudos desenvolvidos à frente do Instituto Allensbach, nas décadas de 1960 e 1970, na Alemanha, Elisabeth Noelle-Neumann procurou revelar como a opinião pública se forma, reage, se manifesta ou silencia, dependendo do que revela seu “radar” sobre a opinião dos demais. De acordo com a hipótese, cada indivíduo possui uma capacidade quase estatística de perceber o clima de opinião predominante a sua volta e, com base nessa percepção, irá então decidir se expõe sua opinião divergente ou resigna-se ao silêncio. Ver Noelle-Neumann (1995).

defende a expressão de opinião somente nos editoriais ou para “críticos, comentaristas, analistas, articulistas, correspondentes e outros que, em textos assinados, poderão expor suas opiniões, nem sempre coincidentes com as do Estado.” O Manual, porém, registra uma exceção: “Em casos excepcionais, a reportagens mais amplas ou delicadas se permitirá algum tipo de interpretação. É obrigatório, porém, que sejam submetidas à Direção da Redação.” (Martins Filho 1997: 204-205)

A definição exata, no entanto, do que seria “algum tipo de interpretação”, quais são seus limites e quais os critérios para atribuir a reportagens o caráter de “mais amplas ou delicadas” não são dados a conhecimento do público. E, ao que se intui pelo texto do manual, nem mesmo aos profissionais que lá trabalham, sendo reservado somente para a Direção de Redação. Talvez se possa imaginar que, pelo interesse do jornal e por sua presença constante no noticiário, o tema da reforma agrária e das relações do MST com o governo federal seja considerado “delicado” para OESP e permita “interpretação” na redação do texto.

Esse amplo campo para exceções, não claramente explicado, que o Manual registra talvez garanta a *O Estado de S. Paulo* uma desejável margem de manobra, visando redefinir como “interpretação”, aos olhos da opinião pública, a efetiva ação política por meio da opinião que o jornal de fato exerce.

Referências bibliográficas

AQUINO, Maria Aparecida. *Censura, imprensa, estado autoritário (1968-1978): o exercício cotidiano da dominação e da resistência: O Estado de São Paulo e Movimento*. Bauru: Edusc, 1999.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira*. 4ª ed. rev. e aum. São Paulo: Ática, 1990.

BERGER, Christa. *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre: Editora da Universidade, 1998.

CAPELATO, Maria Helena; PRADO, Maria Ligia. *O bravo matutino: imprensa e ideologia no jornal "O Estado de S.Paulo"*. São Paulo: Alfa-Omega, 1980.

COMPARATO, Bruno Konder. *A ação política do MST*. São Paulo: Expressão Popular, 2003.

FERNANDES, Bernardo Mançano. *A formação do MST no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2000.

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. *Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo*. 3ª ed. rev. e amp. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985.

MORAES, Amaury César. *Imprensa e constituinte: o projeto político do jornal O Estado de S. Paulo (1987-1988)*. São Paulo, 1991. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. *La espiral del silencio: opinión pública: nuestra piel social*. Trad. de Javier Ruiz Calderón. Barcelona, Paidós Comunicación, 1995.

PRICE, Vincent. *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Trad. de Pilar Vázquez Mota. Barcelona: Paidós Comunicación, 1994.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 3^a ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

STÉDILE, João Pedro; FERNANDES, Bernardo Mançano. *Brava gente: a trajetória do MST e a luta pela terra no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Trad. de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 7^a ed. Lisboa: Editorial Presença, 2002.

O predomínio do enquadramento político-nacionalista na cobertura da nacionalização do gás natural da Bolívia

Urpi Montoya Uriarte¹

Antônio Marcos Pereira Brotas²

Resumo: Os meios de comunicação do Brasil dispensaram um espaço gigantesco para a cobertura da nacionalização do gás natural pelo governo boliviano, buscando ostensivamente agendar o tema. Associado a esta perspectiva, prevaleceu na grande imprensa brasileira, salvo algumas exceções como da revista Carta Capital, o enquadramento político-nacionalista, percebendo a medida boliviana como um ato populista do presidente Evo Morales que feriu os interesses nacionais brasileiros. Aspectos sociais e culturais que contextualiza o acontecimento, foram praticamente silenciados.

Palavras-chave: Gás Natural, Bolívia, Agendamento, Enquadramento

A Bolívia, Evo Morales e o “novo eixo do mal”.

Desde o primeiro de maio de 2006 a imprensa brasileira vem dando ampla cobertura a uma das medidas do governo Evo Morales, que tomou posse em janeiro deste ano. Trata-se da nacionalização dos hidrocarbonetos, um tema fartamente agendado pela grande mídia nacional no período de 01 a 13 de maio, perdendo espaço apenas com a eclosão da violência em São Paulo. Da importância do governo Evo Morales não se fala. Da totalidade de seu programa tampouco. Chama a atenção às acusações sobre a suposta incapacidade intelectual de Evo Morales por ser índio e trabalhador e por ser “escassamente” educado. Na verdade, o que há por trás deste orgulho ferido que a grande imprensa brasileira vem mostrando é o “atrevimento” imperdoável do atual governo boliviano de pretender pôr em dúvida o modelo

¹ Antropóloga e Doutora em História Social pela USP, desenvolve pesquisa relacionada a América Latina nas Faculdades Jorge Amado.

² Jornalista e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA, desenvolve pesquisa sobre América Latina nas Faculdades Jorge Amado.

neoliberal de desenvolvimento econômico, promovendo assim um “retrocesso”, o de nacionalizar o que foi privatizado nos últimos 10 anos³. E há mais: como poderíamos aceitar que um país menor e bem mais pobre do que o Brasil queira nos impor uma renegociação do preço do gás, pretenda expulsar brasileiros (ilegalmente instalados na franja de 50 quilômetros da fronteira, o que a Constituição proíbe) e empresas brasileiras (EBX, particularmente). O etnocentrismo de grande parte da mídia e dos políticos brasileiros os impede de ver que não houve expropriação e sim um chamado à renegociação; os impede de ver que é direito de qualquer país defender as suas leis em relação à população ilegal e a empresas com funcionamento não autorizado.

Desde o ponto de vista jurídico, é completamente legítima a atitude do governo boliviano de nacionalizar os hidrocarbonetos (e não “expropriar” ou “estatizar”, como muitas vezes se confunde)⁴. O decreto boliviano do governo Evo Morales está respaldado na Constituição boliviana de 1967 e na lei de hidrocarbonetos de 2005, que é o resultado de um plebiscito junto ao povo boliviano realizado em 2004. No âmbito do direito internacional, a medida está igualmente respaldada: a resolução 1803 da assembléia geral das Nações Unidas garante às nações a soberania dos recursos naturais e seu direito a reclamar sua nacionalização. E, por outro lado, desde o ponto de vista social, a atitude de Evo Morales é completamente ética. Na verdade, ele só está cumprindo uma promessa de campanha. A nacionalização dos hidrocarbonetos fazia

³ Na secção Notas & Informações do Jornal O Estado de São Paulo, num artigo intitulado “A inépcia do governo boliviano”, prova-se muito bem o que estamos afirmando. O artigo diz: “O presidente da Bolívia atribuiu o profundo mal-estar que suas declarações provocaram nos dois países à irresponsabilidade da imprensa... Esse é um recurso cada vez menos usado por políticos de terceira categoria quando surpreendidos com a repercussão de suas declarações (...) O que choca nas atitudes do governo boliviano não é tanto a sua vocação para o atraso, resumida na nostalgia das formas de propriedade e organização social pré-colombiana. É a leviandade e a ignorância que seus membros revelam a cada momento. Quando Evo Morales anunciou seu Ministério, advertimos nesta página para as conseqüências do quase absoluto despreparo de seus ministros, tanto para a gestão do Estado como para compreender o que se passa no mundo.”

⁴ Dados concedidos pela professora Larissa Maria Lima Costa no âmbito de um debate sobre a questão dos hidrocarbonetos promovido pelo curso de Relações Internacionais das Faculdades Jorge Amado, Salvador, Bahia, 16 de maio de 2006.

parte principal da plataforma eleitoral do MAS (Movimento ao Socialismo), estava anunciada no referendun de 2004 e no programa com o qual Evo ganhou as eleições, portanto, é fruto de uma eleição dos bolivianos⁵.

Mas, de que país está se falando?⁶ O que é o Brasil para a Bolívia e o que é a Bolívia para o Brasil? A indústria brasileira (principalmente a paulista) depende do gás natural. Hoje em dia, 70% da geração de calor nas caldeiras e nos fornos da indústria paulista já são a gás. O Brasil compra, assim, 75% dos hidrocarbonetos bolivianos (a Argentina compra o restante 17%, dos quais sua maioria é revendida ao Chile). Este gás importado da Bolívia cobre a metade do gás consumido no Brasil, porém o 97% do consumido no parque industrial paulista. A Bolívia destina ao Brasil 33% de suas exportações (sendo seus dois principais produtos o gás e a soja). Os investimentos do Brasil representam cerca de 18% do PIB da Bolívia, e é responsável por 30% de sua arrecadação tributária.

Segundo o Censo de 2001, 24,8% dos bolivianos são classificados próximos do limiar de pobreza. Outros 34,2% estão em situação de pobreza moderada, 21,7% em indigência e 2,7% em condições de marginalidade, somando 58,6% da população boliviana. O PIB boliviano per capita para o ano de 2004 foi de 1.000, enquanto que o PIB brasileiro per capita foi de 8.649. O salário mínimo em 2005 no Brasil foi de 530,00 reais e o da Bolívia, em reais, de 128,5. Em suma, os índices bolivianos de desemprego e de pobreza são bem maiores do que os mesmos índices brasileiros,

⁵ Há de se mencionar ainda outra atitude que diz respeito a este compromisso e a ética do novo governo. É um governo que não fica apenas na retórica defesa dos índios: o dirigente Abel Mamani, indígena aymará, dirigente do El Alto da luta em defesa da água se tornou ministro da Água; David Choquehuanca, outro indígena aymará, foi nomeado ministro de Relações Exteriores, um outro aymará; além de quatro mulheres indígenas também nomeadas ministras. Num país cuja composição indígena é forte como a Bolívia, estas nomeações, após cinco séculos de domínio branco-mestiço é mais do que apenas significação simbólica.

⁶ Dados concedidos pelo prof. José Murilo Batista que os expôs no âmbito de um debate sobre a questão dos hidrocarbonetos promovido pelo curso de Relações Internacionais das Faculdades Jorge Amado, Salvador-Bahia, 16 de maio de 2006.

enquanto que o PIB per capita e o salário mínimo brasileiros são maiores do que os equivalentes bolivianos.

Mesmo diante dessa situação, a grande mídia brasileira, claramente posicionada do lado da indústria paulista e o capital privado, acha inaceitável renegociar o preço do gás. E é bom lembrar: a Bolívia vende atualmente seu gás a US\$ 3 por milhar de metro cúbico exportado, um preço muito abaixo do mercado internacional. Tudo indica que Evo Morales exigirá US\$ 5, o que ainda continua abaixo das normas internacionais.

O problema subjacente à questão da nacionalização dos hidrocarbonetos é que Evo Morales vem se aliando com personagens considerados no mínimo perigosos pela grande mídia brasileira: a primeira viagem de Evo Morales como presidente foi para Cuba; é em Cuba que os presidentes Fidel Castro, Hugo Chávez e Evo Morales assinaram em abril de 2006 a ALBA - Alternativa Bolivariana para as Américas – em aberta oposição a ALCA - Área de Livre Comércio das Américas; é em Cuba, também, que esses três presidentes assinaram o TCP - Tratado comercial dos povos – como alternativa ao TLC - Tratados de livre comércio – assinados bilateralmente entre os Estados Unidos e os países da América latina.

Com o tratado, a Venezuela ampliará o subsídios de petróleo, gás refinado e asfalto para a Bolívia; Cuba oferecerá médicos e instalações para centros oftalmológicos e alfabetização na Bolívia; Cuba e Venezuela apoiarão financeira, técnica e com recursos humanos o estabelecimento de linhas aéreas do Estado boliviano; e a Bolívia exportará seus produtos minerais, agrícolas, agro-industriais e sua produção hidrocarbúrfica excedente a ambos países.

O problema é, então, este novo “eixo do mal” – enquanto região alternativa de comércio – que pode vir a afetar os interesses comerciais brasileiros, os do Mercosul e, além

disso, a hegemonia dos dois grandes países do sul do continente que vem com maus olhos às intenções de uma outra hegemonia – a do vizinho do norte, a Venezuela.

As revistas semanais como lugar de análise

Neste contexto, as revistas pesquisadas, Veja, Istoé e Carta Capital buscaram agendar o tema com tanto afinco, mesmo quando a própria Petrobras admitia que não sofreria grandes prejuízos com a medida, alertando que a pior hipótese seria a suspensão do fornecimento de gás. Na literatura sobre o jornalismo, a hipótese do agenda *setting* aponta algumas luzes para a compreensão do episódio. McCombs e Shaw, a partir de leitura de Walter Lipmann, publicaram em 1972 um artigo que se torna uma referência para a análise da cobertura jornalística. Eles defendiam que:

embora a mídia, na maior parte das vezes, possa não ser bem sucedida ao indicar às pessoas como pensar, é espantosamente eficaz ao dizer aos seus leitores sobre o que pensar (McCombs e Shaw, 2000, p.49).

Na realidade, ao apostar na cobertura ostensiva de um tema, entre outros disponíveis, os meios de comunicação podem conduzir o debate público de modo a definir quais os temas, a sociedade vai voltar sua atenção. Nos primeiros dias de maio de 2005, os principais jornais e revistas nacionais não se furtaram em lançar mão deste expediente⁷. As revistas Veja, Istoé e Carta Capital dedicaram as reportagens de capa ao tema na edição do dia 10 de junho, numa demonstração da sua importância para os veículos. Veja, com “Essa Doeu!”, na capa, produz duas reportagens especiais “Os líderes e o liderado” e “Ingenuidade e Ideologia”, totalizando 12 páginas para o assunto, entre fotos, texto, charges e infográficos, além da carta ao leitor (editorial da revista).

⁷ A Folha de São Paulo, por exemplo, deu ao tema manchete dos dias 02 a 09 de maio, interrompido pelas novas denúncias do Mensalão, retorna nos dias 12 e 13 de maio, perdendo espaço para os atentados do PCC, em São Paulo. No total, foram mais de 56 materiais, entre artigos editoriais, notícias e reportagens sobre o assunto, apenas entre os dias 02 e 08 de maio. O jornal fez uma cobertura intensa nos dois primeiros dias que sucederam a nacionalização, publicando 27 materiais jornalísticos.

A revista Istoé também deu capa ao tema, com: “Evo Morales – O homem que pode parar o Brasil”, internamente o sugestivo título “Tic, tat, tic...boom”, com sete páginas além do editorial o editorial. A Carta Capital seguiu o agendamento dando como ênfase “As razões da Bolívia”. Foram dez páginas, em duas reportagens (uma ousadia de sucesso e um poço de problemas) e uma entrevista (um fracasso neoliberal). O tema também invadiu sites, telejornais e até mesmo veículos locais, como os jornais baianos A Tarde e Correio da Bahia. Na semana seguinte, o tema perde destaque mais continua presente nos semanários. Ambas concedem espaço nas páginas de internacional. A dependência acentuada dos meios para a nossa constituição de sentido sobre a realidade nos oferece a possibilidade de mensurar o poder que os veículos têm na definição das questões e problemas que envolvem a nossa sociedade. No caso da nacionalização do gás na Bolívia, estamos mais sujeitos aos meios para voltar nossa atenção para este assunto, visto que não possuímos contato direto com esta realidade.

Quanto menos experiência direta tiverem os receptores em determinados temas, ou seja, quanto menos um tema estiver presente na vida diária das pessoas, mais dependentes estarão da mensagem midiática para informação e interpretação (Barros Filho, 2003, p.199).

A manutenção do tema na chamada ordem do dia, de modo a agendar todas as revistas semanais, e o destaque considerável nas primeiras páginas e nas capas, além de tempo expressivo no noticiário televisivo, hierarquizando a temática como o mais importante do momento, demonstra que a mídia brasileira, num caso atípico, estava disposta a agendar a questão⁸. A visibilidade dada ao tema, por si só, indica um posicionamento. Em termos de critérios de noticiabilidade, não há como negar que a nacionalização merecia destaque dos jornais. A proximidade do fato, a quebra das normas postas pelo mercado internacional, o efeito espetacular da ocupação pelo

⁸ O articulista da Folha de São Paulo, o jornalista Clóvis Rossi, na edição do dia 06 de maio de 2006, apontou surpreso o fato da Bolívia ocupar lugar de destaque no noticiário nacional, visto que a mídia nacional costuma dedicar espaço bastante diminuto a este país, a exceção de caso de tragédia.

exército boliviano, o confronto aos interesses das elites paulistas e presença da Petrobrás na Bolívia justificariam a seleção do acontecimento. A dimensão dada, a consonância interpretativa, e a permanência, com destaque, entre os temas agendados é que surpreende e não se justifica, de acordo com os parâmetros da Teoria do Jornalismo, visto que, o impacto efetivo sobre a nação e sobre a população não se vislumbrava nem na imediaticidade do fato, nem nas perspectivas de futuro.

Por isso, mostra-se necessário trabalhar com a hipótese levantada por McCombs & Shaw, que afirmavam :

O agenda-setting é consideravelmente mais que a clássica asserção que as notícias nos dizem sobre o que pensar. As notícias também nos dizem como pensar nisso. Tanto a seleção de objetos que despertam a atenção como a seleção de enquadramentos para pensar esses objetos são os poderosos papéis do agendamento (McCombs & Shaw apud Traquina, 2003, p33).

No que pese o debate sobre a continuidade do enquadramento em relação à agenda setting⁹, não restam dúvidas que a análise do enquadramento oferece outras possibilidades interpretativas. O enquadramento aparece nas análises do jornalístico como metodologia capaz de evidenciar as interpretações predominantes sobre os temas definidos na agenda midiática. Entman (1993) destaca que enquadrar é dar ênfase a alguns aspectos da realidade no material noticioso, além de apresentar uma interpretação e avaliação da situação. Enquadramento oferece, portanto, uma caracterização do problema, suas causas, os responsáveis, as conseqüências, as soluções e uma avaliação moral.

Ao utilizar análise do conteúdo qualitativa e quantitativa, buscando unidades de registro, como palavras, frases, metáforas, podemos buscar nas reportagens, editoriais e até mesmo nas imagens pistas para identificar os frames predominantes. Palavras-chaves, símbolos, conceitos, metáforas, imagens com maior incidência, recorrentes na

⁹ Há um debate sobre a continuidade ou ruptura do enquadramento em relação à agenda setting. Ver Porto, Mauro. **Enquadramentos da mídia e da política** In RUBIM, Antônio Albino Canelas. (Org.). Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004.

narrativa, indicam os pacotes interpretativos oferecidos à audiência. Desta forma, perceber que enquadramentos foram predominantes no agendamento da nacionalização do gás natural da Bolívia é relevante para identificar quais as interpretações oferecidas pelos veículos analisados.

Barros Filho (2003) afirma que personalização, a “eventualização” e a dramatização são recursos que ajudam na fixação de temas na agenda. As revistas *Veja* e *Isto É* usaram em demasia deste expediente. Ambos veículos cobriram este acontecimento como uma estória, dramática de traição dos presidentes Evo Morales e Hugo Chávez ao presidente brasileiro Luís Inácio Lula da Silva. Os personagens: Evo Morales, aparece como um fantoche de Chávez, que por sua vez, é descrito como líder populista e mentor intelectual do plano. A Lula, classificado de covarde, medroso, irresponsável, passivo e submisso, sobra à marca de fraqueza, leniência política e incapacidade de trabalhar a realidade devido aos dogmas ideológicos do passado. Ambas condenam a medida do governo, percebendo-a como populista, ilegal, retrógrada, fruto das ilusões salvadoras de Evo Morales e por fim uma ato de agravo ao Brasil e aos brasileiros.

Neste universo, dois enquadramentos destacam-se: **político-nacionalista**, que caracteriza o ato boliviano como afronta ao Brasil, a nação, e aos brasileiros por envolver negócios da Petrobrás. Neste caso, palavras e expressões como nacional, interesse nacional, Estado, interesses do Brasil, patrimônio brasileiro; **econômico**, que caracteriza o ato boliviano através das conseqüências econômicas para o Brasil e para a Petrobrás, como aumento de preço do gás, repasse ao consumidor e à indústria, além dos custos de substituição da matriz energética.

A escolha pelo enquadramento nacionalista, de modo a indicar que o presidente Lula estaria traindo os interesses nacionais, está descrito no material imagético. A

começar pela capa. Lula está de costas, com uma bota de petróleo (caracterizar o gás seria mais difícil), representando um “chute no traseiro”. Internamente, a foto de Chávez, Morales e Fidel, como se estivessem conspirando, ao lado, a foto de Lula cabisbaixo. A charge de Lula, com as mãos sujas de petróleo, segurando a faixa: “*Nacionalizado – propiedad de los Bolivianos*”, é a mais emblemática da cobertura, por explicitar claramente a opinião do veículo de que o presidente brasileiro estaria a serviço do governo boliviano¹⁰.

O texto da reportagem de capa, recheado de adjetivos e mais próximo do padrão opinativo e analítico, do que informativo, vai definir que aconteceu a nacionalização dos hidrocarbonetos boliviano, com a conseqüente expropriação de riquezas do Brasil, logo uma agressão à nação. As aspirações bolivarianas de Hugo Chávez, que usa Morales, para ampliar sua influência nas Américas, foram causa do problema, conforme constatado nos seguintes trechos:

“O Brasil levou um chute no traseiro dado por Hugo Chávez e seu fantoche boliviano, Evo Morales (...) O incidente expõe as fraturas regionais e deixa explícito o vigor do novo ciclo de populismo que tem Hugo Chávez e Evo Morales como expoentes”. (Os líderes e o liderado. Veja. 10.mai.06, p. 88-89)

Neste aspecto, Chávez, pela sua ambição continental, Evo Morales, pelo populismo e pensamentos atrasados, e Lula, pela inabilidade política e incapacidade de defender os interesses do Brasil, são os responsáveis pelo ocorrido.

“O produto extraído da Bolívia responde por metade do consumo brasileiro e a reconversão das fábricas ou a descobertas de fontes alternativas, podem levar anos. **Nem assim Lula reagiu** (...) Lula saiu da reunião desenxabido e, como de praxe, confundiu conceitos. No seu entender, manifestar solidariedade à Bolívia, mesmo quando se apossa de **um patrimônio que é de todos os brasileiros**, significa emitir um sinal positivo de solidariedade continental” (Os líderes e o liderado. Veja. 10.mai.06, p.91) (grifo nosso). “(...) Costuma-se dizer que uma das características do deposta latino-americano é o voluntarismo, doutrina que atribui à determinação do líder o poder de mudar a realidade a seu bel prazer. A atitude de Morales da Bolívia obedece ao padrão”. (Os líderes e o liderado. Veja. 10.mai.06, p.94)

¹⁰ A reportagem traz ainda fotos da ocupação da fábrica da Petrobrás pelo exercito boliviano e de Lula e Evo Morales se cumprimentando, dos bolivianos comemorando nas ruas, do encontro dos presidentes argentino Kirchner, com Morales, Lula e Chávez, do chanceler Celso Amorin..

“O saldo da fala presidencial é desastroso: ao defender a Bolívia e não o Brasil, Lula deu a impressão de ter sido também ‘nacionalizado’ por Morales”. (Ingenuidade e Ideologia. Veja. 10.mai.06, p.99)

Para Veja, a solução para o problema era o governo ser firme, exigir o cumprimento dos contratos, pressionar o governo boliviano, não reconhecer a medida, visto que as alternativas como a substituição das importações é avaliada como extremamente onerosa e demorada para ser considerada agora. A resposta é dada através de uma fonte, o ex-embaixador brasileiro em Washington, Rubens Barbosa.

“O governo deveria ter saído imediatamente na defesa dos interesses nacionais (...) Depois de anunciar a determinação de defender os interesses nacionais, deveria questionar a quebra de contratos e avisar que pediria indenização pela expropriação. Também deveria ter deixado claro que não aceitaria modificação unilateral no preço do gás” (Os líderes e o liderado. Veja. 10.mai.06, p.91)

Não é à toa que a avaliação moral da Veja é negativa, tanto para a nacionalização do gás, quanto para a reação do governo brasileiro. Para isso, a revista faz uma revisão da política externa do governo, considerando-a amadora, ideológica e ingênua. Todo o texto da reportagem “ingenuidade e ideologia” é construído com base na avaliação de ex-embaixador Rubens Barbosa.

“Não há maior pecado na diplomacia, cuja essência é o pragmatismo na busca pela manutenção dos interesses comerciais e geopolíticos do país, do que ser ingênuo (...) Traído pelo ‘muy amigo’ esvaziado no papel de grande líder latino-americano e com toda chance de ficar com a tocha do Mercosul na mão, falando sozinho, só resta a Lula fingir que tudo andas às mil maravilhas, assim como fez no que se refere ao mensalão” (Ingenuidade e Ideologia. Veja. 10.mai.06, p.99-100)

Na abordagem de Veja, o enquadramento econômico está presente, entretanto, diminuto e subordinado ao político-nacionalista. Mesmo quando trabalha com dados financeiros para apontar o prejuízo da Petrobrás, em torno de R\$3 bilhões, dos percentuais de participação da empresa na arrecadação boliviana (24%) e dos impactos da medida na indústria paulista, a revista preocupa-se em fazer uma leitura política do caso. Primeiramente, coloca em segundo plano a soberania do país, em relação aos contratos.

A cobertura da revista Isto é não difere muito da Veja. O caráter espetacular e sensacionalista presente na reportagem do semanário deu a tônica. Na capa, Evo Morales como homem bomba dentro de um botijão de gás de cozinha. A reportagem de capa traz o sugestivo título “Tic, tac, Tic...boom”, acompanhado do apoio: Explodiu o nacionalismo populista de Evo Morales: num golpe de caneta, ele nacionalizou o gás, o petróleo, expropriou a Petrobrás e humilhou Lula”.

Em Isto é, o enquadramento político-nacionalista também prevalece, além da caracterização de Morales como populista, salvacionista e retrógrado, apela de forma mais veemente com uso de termos bélicos como guerra, rajadas.

“A notícia estourou como um ato de guerra contra o Brasil. No feriado de 1º de maio, sem prévio aviso diplomático e cercado por militares armados, o presidente da Bolívia, Evo Morales, invadiu o campo de produção de gás da Petrobras de San Alberto, no sul do país, e anunciou a nacionalização do setor de hidrocarbonetos – gás e petróleo. Como um homem-bomba, numa só detonação ele atingiu os interesses econômicos e comerciais da maior empresa brasileira (...) Esperava-se do presidente Lula uma reação à altura da rajada de provocações de Morales. Para estupefação do País, no entanto, ele escolheu uma linha extremamente suave”. (Tic, tac, tic... boom. Isto é. 10.mai.06, p 98)

O econômico, por sua vez, está reduzido, aparecendo apenas na descrição da medida, nos investimentos da Petrobrás, no consumo de gás e investimentos futuros. Não há menções sobre impactos nas cotações de ações, prejuízos, etc. A revista, mesmo avançando ao trazer depoimentos do presidente do presidente da Petrobrás, Sérgio Gabrielli, e do presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), Paulo Skaf, comete um erro grave ao associar o gás natural ao botijão de gás liquefeito de petróleo, GLP, mais conhecido como gás de cozinha.

Esta ampliação de fontes e a utilização de infográficos, diferente de Veja que se limita a especialistas ligados ao pensamento neoliberal, não amplia o enquadramento utilizado pela Isto é. As fontes governamentais como o presidente Lula e os ministros da defesa Waldir Pires, da fazenda Guido Mantega são utilizadas como contra-discurso, servindo muito mais para atestar a suposta moleza do governo. O resultado é que Isto é

culpa o populismo e a presença de Chávez, percebe a nacionalização como agravo aos brasileiros e aos interesses nacionais, cobra do governo uma posição mais firme, pois considera a exposta como insuficiente e fraca. Tanto *Veja* e *Isto É* confundem Petrobras com Brasil, utilizando-os como sinônimos. O enquadramento político-nacionalista, da maneira restrita como foi construído, pede que o Estado brasileiro esteja em cena, apresente-se, uma posição que se confronta com o histórico de adesão ao neoliberalismo das revistas.

Ao enquadrar determinado tema, dando ênfase a certos aspectos, um veículo tende a silenciar outros. A análise da revista *Carta Capital* oferece-nos a oportunidade de perceber diversas questões silenciadas em *Veja* e *Isto É*. O semanário começa destacando sua proposta na capa. Em “As razões da Bolívia”, fica explicitada a fuga do enquadramento político-nacionalista. A reportagem de capa, a revista desconsidera os prejuízos a Petrobrás, não associa a empresa aos interesses do Brasil e busca entender o ato do governo boliviano para além da rubrica pejorativa do populismo.

Com uma foto em close do presidente Evo Morales, a edição especial, de seis páginas, três boxes sobre a problemática da nacionalização, é iniciada com uma crítica ao comportamento da mídia nacional. A revista opta por considerar a medida como legítima, fruto não das aspirações megalomânicas de um líder populista, mas resultado de um processo democrático, que culminou com a eleição de Morales. Logo, a nacionalização não é invenção, nem vaidade pessoal de Morales, tampouco tem como objetivo desagradar a Petrobrás e os brasileiros. O objetivo seria sim, atender aos interesses históricos do país, o mais pobre da América do Sul, que em 2004, num plebiscito, optou pela nacionalização.

“Sem uma nacionalização ruidosa e simbolicamente bem marcada, Evo Morales corria sério risco de se juntar a série já bem longa de presidentes latino-americanos escorraçados pela maca por frustrarem seus eleitores. (...) Longe de ser uma medida puramente propagandística, a nacionalização dá ao governo boliviano condições de administrar esta

realidade, se souber administrá-la”. (Uma ousadia de sucesso. Carta Capital 10.mai.06, p.22)

Sem personalismo, a reportagem persegue o enquadramento político-histórico-social, que destaca os motivos e condições sociais, enfatizados de uma história de pobreza e desigualdades evidenciadas, através de dados estatísticos. Os aspectos culturais, sobre a condição indígena no país e a ligação de Morales com o Movimento al Socialismo (MAS) também foram colocados em evidência. A reforma agrária, um tema silenciado pelas outras revistas, também ganha destaque neste enquadramento. Neste enquadramento, o considerado culpado pela Veja, Hugo Chávez, sai de cena. A Morales, por sua vez, é dado tratamento de estadista em sintonia com seu povo, que driblou o radicalismo da central sindical COB, construiu uma boa aliança com Venezuela e Cuba e conseguiu um incremento da receita do Estado ao promover a nacionalização, mesmo deixando aberto espaço para iniciativa privada.

No plano interno, a Carta Capital prefere deslocar a questão para sua origem e mira no governo Fernando Henrique Cardoso (FHC). A reportagem “um poço de problemas” e a entrevista “um fracasso neoliberal”, com o diretor de Gás e Energia da Petrobrás, Ildo Sauer, definem esta perspectivas. A seleção das fontes que consideram a medida natural, o uso do termo neoliberal associado à idéia de fracasso e a evidência ao governo FHC redefinem o problema.

“A crise política criada pela nacionalização das refinarias na Bolívia é uma das grandes evidências da reversão da hegemonia neoliberal no continente. Na lógica geral do movimento, o projeto de desenvolvimento do gás boliviano estava ancorado no desenvolvimento do mercado brasileiro, com risco assumido integralmente pela Petrobras. O objetivo, como lembra Ildo Sauer, diretor de Gás e Energia da Petrobras, era o de ‘viabilizar a monetização de reservas’ que foram apropriadas por algumas empresas, a partir de acordos com o ex-presidente boliviano Gonzalo Sánchez de Lozada. Progressivamente os recursos da estatal boliviana YPF tornaram-se recursos privados das multinacionais”. (Um fracasso neoliberal. Carta Capital 10.mai.06, p.28)

Nesse aspecto, o enquadramento econômico, para além de trabalhar questões relativas a preços e prejuízos, desmistificados, visto que a empresa reduziu os investimentos na Bolívia desde 2003 e teve suas ações valorizadas em função da alta do petróleo, aponta a dependência excessiva e a falta de planejamento para romper a dependência e de levar gás natural para a população em geral.

Entman (1993) alertava que enquadramento dominante, numa situação de escassez de notícias contrárias, tende a obscurecer totalmente os enquadramentos opostos. Todd

Gitlin (apud Hackett) defende que os enquadramentos são padrões de apresentação, que prevêem sempre seleção e exclusão na organização do discurso jornalístico. A reforma agrária e questão cultural dos cocaleiros ficaram de fora deste debate.

Sobre a reforma agrária e os “cocaleros”: o que se diz mal ou não se diz.

A reforma agrária é um tema extremamente importante num país de 8,2 milhões de habitantes (segundo o censo de 2001), sendo deles 3 milhões habitantes das regiões rurais. Em 1996 foi promulgada uma lei de reforma agrária que, nove anos após, tinha regularizado apenas 13% das terras que se propunha rever. Além dessa lentidão, nesse ínterim foram aprovados decretos (que Evo Morales anulará) autorizando novamente a concentração de terra.

Nada disto se diz, sendo apenas divulgado na grande imprensa brasileira que cidadãos brasileiros serão expropriados e até expulsos da Bolívia. De fato, o que houve nos últimos anos foram vistas grossas com as tensas regiões supostamente de propriedade de cidadãos brasileiros e paraguaios nas fronteiras norte e nordeste da Bolívia, sendo que a legislação boliviana proíbe a cidadãos estrangeiros possuir propriedades numa franja fronteira de 50 quilômetros.

Conforme já foi salientado, o partido MAS de Evo Morales tinha na sua plataforma eleitoral três grandes promessas para o povo boliviano: a nacionalização dos hidrocarbonetos (retomar o que é dos bolivianos e tinha deixado de ser devido às privatizações da década de 90); a formação de uma assembléia constituinte (para re-fundar a Bolívia); e a implementação de uma política de “coca sim, cocaína não”. Lamentavelmente, pela grande imprensa brasileira mal sabemos destas duas últimas promessas e do que elas significam para um país indígena como a Bolívia. Deve ser porque não colocam em risco o “interesse nacional”.

A convocação para uma Assembléia Constituinte tem como objetivo redigir uma nova Constituição para o país. O conteúdo desta terá de traduzir a última década de efervescência política vivida na Bolívia pelo surgimento, atuação e voz de inúmeros movimentos sociais-políticos-culturais que viram na plataforma eleitoral do MAS uma oportunidade histórica de concretizar suas demandas. Assim, a nova Constituição, caso as potências não interfiram, deverá ser única no mundo ao articular temas diversos tais como o respeito jurídico às diferenças lingüísticas, culturais e étnicas, dando espaço,

voz e voto a todas elas; a preocupação ecológica que deverá ser resguardada, sem se bater frontalmente com o desenvolvimento econômico; as múltiplas economias que poderão conviver no país, tais como a familiar, a comunal e o mercado.

Em relação à política do governo Evo Morales sobre o tema da folha da coca também pouco sabemos. Evo Morales é um indígena aymará sindicalista do movimento dos “cocaleros”. Que movimento é este? Convém esclarecer de antemão que nenhum indígena boliviano pode sequer imaginar que a folha da coca seja uma “droga” e o hábito de mastigá-la seja considerado um “ato pernicioso” e “toxicomaníaco”. A folha de coca tem sido produzida, tem circulado, e foi consumida nos Andes há milhares de anos: uma descoberta arqueológica recente evidencia a existência deste hábito de mastigação num homem andino de 4.100 anos de antiguidade (ou seja, num homem que viveu nos Andes no ano de 2.100 A.C.). Esta longa história de produção, comercialização e consumo da folha da coca teve dois momentos que a impactaram: o primeiro foi a independência dos países no século XIX (a través da criação de fronteiras, controles fiscais, comércio e contrabando) e o segundo quando aparece, em 1860, a cocaína (um dos 14 alcalóides isolado e sintetizado em laboratório alemão). Inicialmente, a cocaína teve a função de droga terapêutica de uso médico restrito para depois, nas primeiras décadas do século XX, virar uma droga “recreacional”.

Em 1988, no governo de Paz Estensoro, cria-se a “lei do regime da coca e substancias controladas”. Entre 1982 e 1988 se instalaram as bases para combate à “coca excedentária”, a través da implementação de infra-estrutura, treinamento e militarização dos organismos que se encarregariam disso (com apóio total norte-americano). Na região denominada Yunga foram autorizados 12,000 hectares para o cultivo de coca, enquanto que outra região, o Chapare, seria uma região de “coca zero”. Estas medidas internas do estado boliviano obedecem em grande parte à legislação internacional e à forma como a folha da coca passou a ser vista e considerada pelo Ocidente. Em 1950, foi formada uma Comissão das Folhas da Coca das Nações Unidas, que emitiu um parecer que, por sua vez, marcou o início da fase proibicionista desse cultivo no Peru, Bolívia e Argentina. A partir desse Informe, iniciou-se um consenso acadêmico em relação à nocividade da folha da coca e o ato de mastigá-la passou a ser enxergado como um vício étnico, restrito quase exclusivamente à população indígena andina, considerada por sua vez em processo inevitável de extinção. É bom salientar que essa Comissão omitiu toda pergunta à população mastigadora; assim, os supostos efeitos da coca sobre o corpo e mente foram uma série de pré-julgamentos,

especulações, etnocentrismo e preconceito racial: a mastigação provocaria “alterações psíquicas”, “introspecção”, “prostração moral”, “escassa capacidade de atenção” e, portanto, “grande prejuízo econômico”. Em 1961 foi assinada a Convenção Única de Estupefacientes, os governos se comprometendo assim a erradicar o cultivo de coca e o hábito de mastigação num prazo de 25 anos. Finalmente, em 1988 a Convenção Única sobre Estupefacientes foi modificada em Viena e o seu Artigo 14 passou a admitir “usos tradicionais lícitos” ali onde houver “evidência histórica” de tais usos.

O movimento dos “cocaleros” – que a própria imprensa boliviana desvirtua propositalmente pintando a imagem de drogados, mafiosos, sem ética, narcotraficantes – tem a “ousadia” de questionar o domínio imperial e científico ao impugnar a Convenção de Genebra de 1961 (e a sua versão modificada de Viena de 1988) que é a principal trava para a livre comercialização da folha de coca. E o presidente Evo Morales teve a “ousadia” de criar um Vice-ministério da Coca e do Desenvolvimento Integral (antes se chamava Defesa Social) e o vice-ministro é o ex-prefeito de Chapare e produtor de coca Felipe Cáceres! O movimento “cocalero” exige, assim: a/ a separação total da planta da lista de “substâncias controladas” (o que implica na sua interdição, controle e erradicação); b/ a ampliação das definições da lei 1008 (de zona legal, excedentária e ilícita, o Chapare passaria assim a não ser mais considerada excedentária); c/ que o Estado boliviano admitir a existência do comércio de folha de coca e que ele não seja confundido com tráfico¹¹; d/ finalmente, o movimento “cocalero” propõe industrializar a coca boliviana, produzindo a partir dela o que se chama de “*smart drink*” (bebidas inteligentes de memória, energia e poder), mates¹², doces, chicletes, sorvetes, pastas de dentes, pomadas, tônicos, etc., além dos usos medicinais há décadas já demonstrados, porém pouco veiculados para o grande público¹³.

¹¹ Na década de 70, 92% da produção da exportação boliviana de folha de coca ia para a Argentina, e o 8% restante se exportava aos Estados Unidos para abastecer a demanda da Coca-Cola Company. Em 1989 Argentina aprovou uma nova legalização da posse e consumo, que negava a anterior, de 1977, que a proibia. interrompida em 1977 com a ditadura militar). Assim, desde 1989, as exportações bolivianas de folha de coca para o norte argentino não param de aumentar.

¹² Segundo a pesquisadora boliviana Silvia Rivera, se a folha de coca conseguisse captar 5% do mercado mundial de infusões, provavelmente toda a produção cocalera do Peru e da Bolívia não conseguiriam abastecer esse segmento.

¹³ Há muito tempo foram comprovados os seguintes usos medicinais da folha de coca: como regularizador de glicose no sangue e favorecedor da absorção de carboidratos (a farmacopéia andina recorreu sempre à coca como o melhor remédio para a diabetes e regulador do metabolismo dos açúcares); como tratamento parcialmente eficaz dos dependentes de cocaína usando a mastigação; como estimulante substituto para curar dependência de anfetaminas; a cocaína pura é hoje insubstituível na cirurgia intra-ocular e outras especialidades cirúrgicas de alta precisão; para dores e espasmos gastro-

Assim, o que vemos na política do Estado boliviano até a chegada de Evo Morales em relação à folha de coca é uma série de distorções. A primeira é a “dupla moral” desse Estado, que, por um lado, habilita a folha de coca para o uso das grandes corporações de produtos farmacêuticos e refrigerantes e que conformam o clube da coca legal (como a Stephan Chemical e, por tanto, a Coca Cola)¹⁴e, por outro, proíbe o pequeno comerciante e produtor boliviano, levando eles a se perguntarem por que seu principal e mais laborioso produto não pode ser parte das exportações bolivianas. (sendo que são aproximadamente 1.000 toneladas métricas que se exportam para a Argentina). Em segundo lugar, vemos uma “lógica colonial” que instrumentaliza a ciência e a torna especulação. Em terceiro lugar, vemos a retórica sobre o índio num país de grande população indígena, cujo discurso oficial salienta que o índio é o elemento originário da nação e, no entanto, a prática e as leis desconhecem e ignoram os hábitos do índio real, do presente.

Considerações finais

O jornalismo tem o poder não apenas de informar, mas de construir cenários interpretativos que orientam os indivíduos nas suas decisões enquanto cidadãos. Ter conhecimento das questões que ultrapassam a relação interpessoal, torna-se necessário em função das combinações permanentes entre local e global. Neste aspecto, os consumidores de informação jornalística dependem destas para configurar o mundo contemporâneo, suas implicações, continuidade e descontinuidade com a vida cotidiana. Recorrer ao jornalismo para saber o que está acontecendo ao redor do planeta foi naturalizado.

A responsabilidade dos veículos ao trabalhar os acontecimentos mundiais, definindo agendas midiáticas eleva-se neste cenário. As revistas Veja e Isto é colocaram em destaque a nacionalização do gás boliviano como um item crucial para o debate

intestinais; como antidepressivo; para enjôos e vertigem; para o tratamento sintomático do dor de dentes e feridas na cavidades bucal; como tônico e regularizador das funções corporais.

¹⁴ Há 37 países que têm licença da Junta Internacional de Fiscalização de Estupefacientes (JIFE) para produzir ou importar cocaína (USA é o que têm a maior parte)

público no Brasil, sob a perspectiva de que o mesmo confrontava os interesses nacionais, por envolver a Petrobras. Foi o suficiente para os semanários condenarem a medida, clamarem por conflito entre os países, criticando a posição amistosa do governo.

Vimos, entretanto, que a opção oferecida pela CartaCapital amplia este horizonte, ao fugir do restrito do enquadramento político-nacionalista. O ganho ao enquadrar a questão pelo viés histórico-social, mostrando a realidade de pobreza daquele país, no entanto, ainda poderia ser ampliado, com inclusão do debate cultural. O jornalismo, ao selecionar aspectos da realidade, promove um recorte, e por isso, sempre deixará escapar algo, numa dada reportagem. Mas aspectos decisivos como as dimensões social política e cultural não podem estar de fora, sob o perigo desta redução ser tamanha, que impossibilite o conhecimento do jornalismo.

Referências

- BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na Comunicação**. São Paulo: Summus Editorial, 2003.
- COLLING, Leandro. **Agenda setting e framing**: reafirmando os efeitos limitados. In: Revista Famecos, Porto Alegre, nº 14, 2001.
- ENTMAN, Robert M. **Framing: toward clarification of a fractured paradigm**. In: Journal of Communication 43 (4), Autumn, New York: Oxford University, 1993, p. 1 a 8.
- FONSECA, Wilson Correa da et al. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- HACKETT, Robert A. **Declínio de um paradigma?** A parcialidade e a objectividade nos estudos dos media noticiosos”. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo, Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.
- HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C e FANÇA, Vera Veiga (orgs). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.
- McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. **A evolução da pesquisa sobre o agendamento**: vinte e cinco anos no mercado de idéias, 1993 In: TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.
- McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. **A função do agendamento dos media**, 1972 In: TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

- PORTO, Mauro. **Enquadramentos da mídia e da política** In RUBIM, Antônio Albino Canelas. (Org.). Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004. _____ **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Teoris da Notícia e do jornalismo**. Florianópolis: Argos, 2002.
- TRAQUINA, Nelson (org.) – **Jornalismo: Questões, Teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993
- TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5. ed. Trad. Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa, Presença, 1999.

Imprensa e Aids: estudo das vozes no discurso jornalístico

Vicente William da Silva Darde ¹

Resumo: O jornalismo, entendido como construtor de sentidos sobre a realidade, é um discurso que deve representar a diversidade de pensamento da sociedade contemporânea. Nesta pesquisa, buscamos responder se os jornais O Globo e Folha de S. Paulo tratam de forma equilibrada a pluralidade de vozes para falar sobre o tema da Aids. Usando conceitos da Análise de Conteúdo e Análise do Discurso, realizamos um mapeamento dos temas e, na seqüência, das fontes de informação. Foram analisados 310 textos jornalísticos sobre HIV/Aids, o total publicado nesses jornais em 2004. Através do conceito de enunciador identificamos que as vozes dominantes foram as que cobraram ações dos governos na luta contra a Aids. A fala das pessoas vivendo com HIV/Aids praticamente não esteve presente nos jornais. Desta forma, não houve um equilíbrio nas vozes em textos sobre HIV/Aids.

Palavras-chave: Comunicação. Jornalismo. Discurso. Fontes de Informação. Aids.

1 A Aids na Imprensa

A construção da Aids no imaginário coletivo no Brasil foi um processo desencadeado pela imprensa, no início da década de 80. Foram as primeiras reportagens em jornais e revistas que, além de dar ao público as primeiras histórias dos doentes da Aids, ajudaram a ensaiar formas de se falar dela. Em um momento em que poucos conheciam alguém com a doença, essas reportagens vieram apresentar a “cara” da Aids. Marcadas pela forte presença dos discursos do campo da saúde (médicos, cientistas, entre outros) nos primeiros dez anos da epidemia, as notícias sobre a Aids começaram a abordar temas como comportamento, sexo e sociedade a partir da década de 90.

¹ Bacharel em Jornalismo pela Ufrgs; mestre em Comunicação e Informação pela Ufrgs. Atua profissionalmente como produtor e editor no Canal Rural (RBS) e como repórter do Jornal do Comércio, ambos em Porto Alegre (RS).

Nos primeiros anos da epidemia, Martha França (2002) lembra que a cobertura jornalística não se pautou pela “neutralidade científica”, necessária para uma abordagem isenta de pânico ou moralismo. Como a doença era nova e desconhecida, os jornalistas se apoiaram no material fornecido pelas fontes e pelas agências internacionais, muitas vezes apenas reproduzindo o conteúdo carregado de desinformações e preconceitos.

Por outro lado, os meios de comunicação, ao difundirem com frequência notícias sobre Aids, contribuíram para que a sociedade se manifestasse e cobrasse ações governamentais para o controle da doença. A antropóloga Jane Galvão (2000) argumenta que a mídia foi uma das primeiras respostas, senão a primeira, da sociedade civil à epidemia da Aids no Brasil.

Foi no final da década de 80 que os soropositivos começaram a se organizar em ONGs, passando a existir um duelo de vozes: a dos que falam por eles, como o poder público e os profissionais da saúde, e a dos que falam por si próprios – a dos portadores do vírus HIV e doentes de Aids. No discurso sobre a doença, os soropositivos começaram a perceber que eram sempre objetos, nunca sujeitos do discurso. Mesmo como personagens principais de diversas reportagens, os doentes continuavam sendo objetos.

A partir de 1995, a busca incessante por pessoas contaminadas pelo vírus HIV, principalmente entre celebridades, diminuiu nos meios de comunicação. Com novos remédios e tratamentos, que começaram a ser disponibilizados pela rede pública de saúde no início da década de 90, a qualidade de vida dos soropositivos aumentou consideravelmente, reduzindo o número de óbitos. Uma nova identidade foi criada para os soropositivos, pessoas vivendo com HIV/Aids, que foi, aos poucos, conquistando seu espaço no discurso jornalístico.

A mudança do perfil das pessoas infectadas pelo HIV trouxe também novos elementos para a construção da epidemia no discurso jornalístico. A contaminação vem aumentando entre mulheres, negros e pobres nos últimos anos, de acordo com pesquisas de organismos oficiais (Unaid e Programa Nacional de DST/Aids). A desigualdade social e a vulnerabilidade da população a doenças se constituem como entraves ao controle da epidemia em todo o mundo.

Os jornais, enquanto estratégicos para a construção de sentido da Aids na sociedade, esbarram em limitações da rotina produtiva e interesses político-econômicos para fomentar o debate acerca da epidemia. Nesse processo da construção da notícia sobre a Aids, a relação entre jornalistas e fontes de informação é determinante, visto que somente a pluralidade de vozes presentes nos textos jornalísticos contribui para uma construção mais fiel da realidade da doença neste século XXI. Por esta razão, o estudo das fontes de informação tem constituído um aspecto central da pesquisa sobre jornalismo. Antes de chegarem à sociedade, as informações provenientes das fontes são submetidas a um processamento e enquadramento, que irão contribuir para a construção de significados.

2 Fontes de informação: a luta pelo poder no campo jornalístico

Os diversos estudos já realizados sobre a cobertura da Aids pelos meios de comunicação convergem para um ponto em comum: a responsabilidade da mídia na construção da doença no imaginário coletivo. Para entendermos como é realizado este processo, quais as influências e valores que determinam a construção desse discurso jornalístico, é importante levantarmos aqui algumas questões concernentes ao produto final do jornalismo: a notícia.

As teorias construcionistas² argumentam que é difícil distinguir entre a realidade e as notícias, pois justamente as notícias ajudam a construir a própria realidade. Defendem também que a linguagem não é neutra, por isso não pode ser transmissora direta do significado de um determinado acontecimento. Esse paradigma se baseia em fatores de ordem econômica e organizacional para entender a notícia como uma forma de construção da realidade.

A partir do paradigma das notícias como construção social, emergem duas novas teorias – estruturalista e interacionista. Para ambas as teorias, como afirma Nelson Traquina (2004, p.173), “[...] as notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da comunidade profissional, dentro e fora da sua organização.” Como consequência disso, a interação entre jornalistas e fontes de informação faz das notícias uma ferramenta importante do governo e das autoridades estabelecidas, e as notícias tendem a apoiar as interpretações oficiais dos acontecimentos. Nos estudos já realizados sobre a cobertura da Aids pela mídia, é comprovado o domínio de fontes oficiais³ em detrimento das pessoas que vivem com a doença.

Por outro lado, a teoria interacionista defende que o papel dominante das fontes oficiais não é automático, e sim resultado de uma ação estratégica. Assim, a posição dominante das fontes oficiais é uma conquista. Traquina (2004) lista quatro recursos que as

² Traquina (2004) explica que as teorias construcionistas (estruturalista e interacionista) surgem nos anos 70, com a emergência de um paradigma que é totalmente oposto à perspectiva das notícias como ‘distorção’ e que também põe em causa diretamente a própria ideologia jornalística e a sua teoria das notícias como espelho da realidade.

³ A partir do diálogo de nossa pesquisa com estudos já realizados sobre fontes de informação em HIV/Aids (FAUSTO NETO, 1999; PONTE, 2004; SANTOS, 1997, 2002, 2004; TRAQUINA, 2001, 2004, 2005), tomamos por base a classificação de fontes em oficiais (fontes mantidas pelo Estado, por instituições e organizações governamentais), não-oficiais (fontes desvinculadas de uma relação de poder) e fontes anônimas (pessoas a quem o jornalista atribui opiniões, sem ser revelada a identidade). Outras classificações poderiam

fontes devem possuir para impor seus acontecimentos na agenda dos jornalistas e determinar seus enquadramentos na luta simbólica em torno do processo de construção de sentido: o capital econômico; o capital institucional, ou seja, o grau de institucionalização da fonte; o capital sociocultural, na forma de autoridade, “saber” e credibilidade; a estratégia e as táticas de comunicação.

A relação entre fontes de informação e jornalistas é, muitas vezes, uma relação de luta e negociação, marcada por uma disputa geralmente desigual entre os diversos tipos de fontes. As rotinas de trabalho, os critérios de noticiabilidade e outros constrangimentos profissionais transformaram o acesso ao campo jornalístico um bem estruturado socialmente. Segundo Philip Schlesinger (1978), as fontes não são todas iguais e todas igualmente relevantes, assim como o acesso a elas e o seu acesso aos jornalistas não está uniformemente distribuído.

O imprescindível nesta relação de troca que se estabelece entre as partes é que o jornalista obedeça algumas regras inerentes à prática do jornalismo, como a contrastação de fontes. Em muitos casos, os constrangimentos provocados pelo horário de fechamento da edição do jornal, programa de TV ou rádio, por exemplo, levam o profissional a confiar piamente em apenas uma versão do fato. Silvana Dalmaso (2002, p.9) explica que “[...] atualmente, muitas vezes são eleitas fontes de informação oficiais e oficiosas que passam a consagrar-se como a ‘voz da sociedade’, escondendo ou suprimindo publicamente conflitos sociais.” A procura pelas fontes oficiais também passa pelo conceito da representatividade.

As fontes oficiais por representarem instituições de poder e exercerem também certo controle e responsabilidades são as primeiras a serem procuradas pelos jornalistas, ficando em segundo plano os representados, os que não têm a

influência de uma autoridade, os que não possuem um cargo representativo. (DALMASO, 2002, p.11).

Há, portanto, um conjunto de razões, como afirma Mauro Wolf (2003), que levam as fontes não-oficiais a terem pouco ou nenhum espaço para sua representação junto à opinião pública. Essas razões são determinantes na elaboração do discurso jornalístico, que, por sua vez, irá influenciar na maneira como a sociedade se apropria dos acontecimentos.

3 Discurso polifônico

A partir da observação dos sujeitos que constituem o discurso jornalístico – a empresa, o jornalista e as fontes que estão presentes na notícia⁴ – verificamos que o texto é composto por diversas vozes – sujeitos do enunciado. Mikhail Bakhtin (1979), defende que o discurso se tece polifonicamente, num jogo de várias vozes cruzadas, complementares, concorrentes, contraditórias.

Para o autor, o dialogismo é a condição do sentido do discurso. O princípio dialógico decorre da interação que se estabelece entre os sujeitos no texto. Neste caso, o sentido do texto e a significação das palavras dependem da relação entre sujeitos. O autor defende assim que a intersubjetividade é anterior à subjetividade, pois a relação entre os interlocutores não apenas funda a linguagem, mas também constrói os próprios sujeitos produtores do texto. No campo jornalístico, o conceito de intersubjetividade vem reforçar a visão do paradigma construcionista de que a notícia é um produto resultado da interação entre os diversos sujeitos inseridos no processo.

⁴ Para mapear as vozes que constituem o discurso jornalístico, entendemos que o locutor pode se apresentar de diversas formas, que não são apenas as das fontes de informação explícitas ou em *off*. O jornalista que assina, o jornalista que escreve sem assinar, mas que repassa a identificação imediata ao veículo, o leitor que assina uma carta e o articulista que assina um artigo também são sujeitos constituintes do discurso.

Os textos são diálogos porque resultam do embate de muitas vozes, mas o efeito produzido não é necessariamente o de polifonia. Por isso, é necessário distinguir dialogismo e polifonia, como faz Diana Barros (1997, p.35): “[...] nos textos polifônicos, os diálogos entre discursos mostram-se, deixam-se ver ou entrever; nos textos monofônicos, eles se ocultam sob a aparência de um discurso único, de uma única voz.” Sem polifonia, a partir da perspectiva de Oswald Ducrot (1987), estamos diante de um discurso falsamente plural. Podemos, por exemplo, dar voz a diversas fontes em uma reportagem, e mesmo assim o sentido do enunciado ser monofônico, pois todos os sujeitos enunciam sob a mesma perspectiva.

Para identificar o caráter monofônico ou polifônico do discurso, Ducrot diferencia locutores e enunciadorees. O locutor é o sujeito que fala e que pode ser identificado como o responsável, ao menos imediatamente, pelo enunciado. A complexidade maior recai sobre o estudo dos enunciadorees. Segundo Ducrot, pode acontecer de o sentido do enunciado fazer surgirem vozes que não são as de um locutor, mas de enunciadorees, seres dos quais a enunciação⁵ expressa o ponto de vista, a posição, a atitude, mas não necessariamente as palavras. Desta forma, o locutor é quem fala, o enunciador é aquele “a partir de quem se vê”. Como explica Marcia Machado (2005, p.13), “[...] o enunciador deve ser identificado, na análise de vozes, como a perspectiva a partir da qual o enunciador enuncia. Essa perspectiva está diretamente associada a uma posição de sujeito, conformada também por inscrições culturais, sociais e históricas.”

⁵ Ducrot (1987, p.168) designa por enunciação “[...] o acontecimento constituído pelo aparecimento de um enunciado.” O autor escolhe uma definição da enunciação que não contenha necessariamente uma fonte como seu autor, como, por exemplo, as “enunciações históricas”, nas quais o sentido dos enunciados não exhibe nenhum autor de sua fala. Para Ducrot, certas enunciações não aparecem como produto de uma subjetividade individual, não atribuindo a nenhum locutor a responsabilidade de sua enunciação.

Em uma análise de como essas vozes se constituem no discurso jornalístico, podemos pensar em uma reportagem, por exemplo, com quatro fontes consultadas. Em princípio, teríamos cinco locutores (o repórter e as fontes), o que nos levaria a concluir que o texto é polifônico. No entanto, é preciso também, em uma segunda instância, analisar as perspectivas de enunciação. Se todos os locutores enunciarem sob a mesma perspectiva, apenas complementando-se uns aos outros, podemos dizer que configuram um único enunciador. Teríamos, assim, um texto aparentemente polifônico, constituído por cinco vozes diferentes, que na verdade é monofônico, pois possui um único enunciador.

O jornalismo, entendido como construtor de sentidos sobre a realidade, é um discurso que deve representar a diversidade de pensamento da sociedade contemporânea. Deste modo, apenas a pluralidade de perspectivas de enunciação pode configurar o jornalismo como um campo representativo dessa complexa estrutura social na qual estamos inseridos. Por trás de aparentes polifonias, a partir da verificação de múltiplos locutores, muitas vezes escondem-se discursos essencialmente monofônicos, o que vai de encontro ao compromisso social do campo jornalístico.

4 Metodologia

Um estudo de fontes de informação sobre HIV/Aids no jornalismo impresso brasileiro demandava um corpus que pudesse ser representativo da produção jornalística existente. Escolhemos os jornais diários Folha de S. Paulo e O Globo por serem representantes do jornalismo de referência no país. O recorte do corpus da pesquisa foi definido como todos os documentos relativos ao HIV/Aids (informativos e opinativos) publicados durante o ano de 2004.

Na coleta do material, no Centro de Documentação e Recursos (Cedoc) da Associação Brasileira Interdisciplinar de Aids (Abia), encontramos 377 textos jornalísticos. Dentre o material coletado, decidimos que iríamos analisar apenas os textos jornalísticos que continham pelo menos uma referência às palavras HIV e Aids, em conjunto ou separadamente, o que ocorreu em 310 textos. Nosso corpus ficou estabelecido em 310 textos jornalísticos, sendo que 228 são do gênero informativo e 82 do gênero opinativo. Dos 310 textos, 199 tinham o foco em HIV/Aids, e 111 não tinham. Realizamos uma análise dos temas abordados pelos 310 textos, porém a configuração das fontes de informação foi realizada apenas nos textos com foco em HIV/Aids. Dentro da análise de vozes, delimitamos também que iríamos mapear os enunciadores apenas nos textos informativos, pois entendemos que não há necessidade da pluralidade de vozes em textos do gênero opinativo.

Para darmos conta da codificação e categorização do material a ser analisado, estabelecemos uma sistematização que cruzou os seguintes níveis de classificação:

- objeto (O Globo e Folha de S. Paulo);
- gênero jornalístico (opinativo e informativo);
- foco em HIV/Aids (sim e não);
- tema (Política Pública, Epidemia, Médico-Científico, Religião, Sociedade, Prevenção, Ética e Outros);
- fonte (ONU, Governo, Médico-Científico, Organização não-governamental, Outra Autoridade, Soropositivo, Igreja, Meios de Comunicação e Outros)⁶.

⁶ As categorias definidas na classificação por tema e fonte foram construídas a partir da análise do corpus.

Em um segundo momento, era fundamental que separássemos os textos de acordo com o foco, pois esse critério é determinante para a etapa seguinte. Nos 111 textos que não possuem foco em HIV/Aids (36% do corpus), mas que contêm referência à palavra HIV ou Aids, foi analisada apenas a temática que levou o jornalista e/ou fonte a citar a doença. O objetivo nesta etapa era mapear os assuntos que também trazem, mesmo que indiretamente, a aparição do HIV/Aids no discurso jornalístico. Nestes casos, para a observação dos temas tratados pelos jornais, realizamos a seguinte divisão dos textos:

I – O Globo, opinativo;

II – O Globo, informativo;

III – Folha de S. Paulo, opinativo;

IV – Folha de S. Paulo, informativo.

As fontes de informação presentes nos textos jornalísticos sem foco em HIV/Aids não foram analisadas, pois entendemos que, nestes casos, não há a obrigação de que o jornalista entreviste fontes sobre o tema. Salientamos que o objetivo central da pesquisa é fazer um mapeamento de vozes sobre HIV/Aids, o que se justifica apenas nos textos com esta temática.

Na segunda etapa, realizamos nos textos com foco em HIV/Aids a mesma avaliação sobre os temas, ressaltando aqui um detalhamento maior, com categorias criadas a partir da nossa própria observação. A análise temática dos textos contribui, em um passo posterior, para mapearmos as fontes de informação utilizadas na construção de notícias sobre HIV/Aids e entendermos quais os assuntos que contribuem para o agendamento da Aids na mídia impressa.

As fontes de informação foram classificadas a partir da nossa observação. Após esta categorização, reunimos as fontes em oficiais e não-oficiais, o que nos permitiu encontrar os grupos dominantes, os grupos presentes de modo eventual e os grupos ausentes.

No terceiro momento, para examinarmos as vozes presentes nas notícias sobre HIV/Aids, utilizamos o conceito de polifonia de locutores de Oswald Ducrot (1984), distinguindo o locutor do enunciador no texto jornalístico. A partir desta análise é que pudemos estabelecer uma configuração final das fontes sobre HIV/Aids, verificando os movimentos de dominância e silenciamento dos diferentes grupos.

Machado (2005) explica que a Análise do Discurso é produtiva para dois tipos de estudo no jornalismo: mapeamento de vozes (jornalista, instituição, fonte, leitor) e identificação dos sentidos (formações discursivas, silenciamento, movimentos de paráfrase e polissemia). “Esses dois tipos de pesquisa evidentemente estão em íntima relação, mas podem ser desenvolvidos em momentos distintos e exigem procedimentos específicos.” (MACHADO, 2005, p.2).

5 Os Temas

Em 2004, foram publicados 111 textos nos jornais O Globo e Folha de S. Paulo sem foco em HIV/Aids, mas que fizeram referência à doença em algum momento. Esses textos trataram, na grande maioria, de assuntos ligados à *Política Pública* (59,5%). A Aids se inseriu neste contexto como uma doença de grande proporção, que deve ser combatida pelos países, e contar com o investimento dos governos para um efetivo avanço também no tratamento de pessoas já infectadas pelo vírus HIV. A participação do governo como provedor de medicamentos e preservativos foi ressaltada, mesmo o foco do texto não sendo no HIV/Aids.

A prevenção às doenças sexualmente transmissíveis, como a Aids, através do uso de preservativos, foi o principal assunto discutido dentro da temática *Sexualidade* (15%). As práticas sexuais na juventude e na terceira idade, assim como tabus e abstinência sexual também estão presentes nos textos analisados.

Em terceiro lugar, a Aids surgiu como uma questão que perpassa os direitos civis de homossexuais, um grupo marcado ainda pela vulnerabilidade à doença. O tema foi classificado na categoria *Sociedade*, com 14,5% do total. Na análise desta categoria, o jornal O Globo se destacou, apresentando uma diversidade maior de assuntos ligados à sociedade, como violência contra a mulher, discriminação racial, direitos dos idosos, entre outros.

Por último, a temática *Médico-Científico* (9%) abordou estudos sobre outros vírus, como HTLV e HPV, transmissão de vírus por macacos e biotecnologia. Em *Outros* foram classificados dois textos, que representam 2% do total e que na análise não se encaixaram em nenhuma categoria.

Tabela 1: Temas dos textos sem foco em HIV/Aids nos dois jornais

Tema	O Globo		Folha de S. Paulo		Total	
Política Pública	31	59,5%	35	59%	66	59,5%
Sexualidade	2	4%	15	25,5%	17	15%
Sociedade	11	21%	5	8,5%	16	14,5%
Médico-Científico	6	11,5%	4	7%	10	9%
Outros	2	4%	0	0%	2	2%
Total	52	100%	59	100%	111	100%

O mapeamento final dos temas abordados pelos dois maiores jornais de referência do Brasil no discurso jornalístico sobre HIV/Aids demonstrou o caráter oficial dos textos, com assuntos relacionados às diferentes esferas do poder público (nacional e internacional), que representaram 34% do total. A Aids apareceu em 1/3 dos textos como uma epidemia que deve ser combatida pelos governos, assim como o acesso a novos medicamentos e métodos de prevenção pela sociedade é obrigação do poder público.

A categoria *Epidemia* ficou em segundo lugar, com 25%, refletindo a necessidade da imprensa em explicar a doença a partir de estatísticas. Neste tema, também listamos os subgrupos, verificados a partir da análise dos textos. Dois grupos se destacam pela vulnerabilidade à doença na atualidade: as mulheres e as crianças.

O tema *Médico-Científico* veio logo em seguida, com 18%, apresentando informações sobre novos tratamentos, medicamentos e a busca incessante por uma vacina contra o vírus da Aids. Ressaltamos o expressivo número de notícias sobre medicina e ciência na Folha de S. Paulo, que visivelmente dedica mais espaço para essa temática do que o jornal O Globo.

Assuntos relacionados à temática *Religião* alcançaram 9%, tratando quase que exclusivamente da polêmica que envolve o uso de preservativos. O embate dos representantes do catolicismo com o governo federal surgiu, essencialmente, em época de campanhas de prevenção à DST/Aids no carnaval.

Em quinto lugar ficou a categoria *Sociedade* (7,5%), na qual agrupamos os textos sobre atividades de organizações não-governamentais, da participação da mídia, protestos e mobilização na luta contra HIV/Aids. Reforçamos a pouca presença de informações da sociedade civil organizada como personagem principal da notícia, atuando e buscando, principalmente, alternativas para ajudar as pessoas que vivem com HIV/Aids.

Prevenção esteve presente em 4,5% dos textos, com maior participação da Folha de S. Paulo, devido à coluna “Sexo e Saúde” do suplemento Folhateen. Em última colocação, a categoria *Ética* (2%) surgiu em função de uma conduta imoral (até criminosa) dos seres humanos, como nos casos de transmissão do vírus HIV aos outros. Verificamos aqui a imagem presente na sociedade da caça aos vilões, da dicotomia reforçada entre culpados e inocentes.

Tabela 2: Temas dos textos com foco em HIV/Aids nos dois jornais

Tema	O Globo		Folha de S. Paulo		Total	
Política Pública	26	27%	41	39%	67	34%
a) Nacional	11		28		39	
b) Internacional	15		13		28	
Epidemia	31	33%	18	17%	49	25%
a) Geral	9		6		15	
b) Criança	10		1		11	
c) Mulher	5		5		10	
d) Cinema Pornô	1		2		3	
e) Negro/Pardo	2		0		2	
f) Terceira Idade	1		1		2	
g) Usuário de drogas	2		0		2	
h) Exército	1		0		1	
i) Homossexual	0		1		1	
j) Doente Mental	0		1		1	
k) Adolescente	0		1		1	
Médico-Científico	13	14%	23	22%	36	18%
Religião	14	15%	3	3%	17	9%
Sociedade	6	6%	9	9%	15	7,5%
Prevenção	4	4%	6	6%	10	4,5%
Ética	1	1%	4	4%	5	2%
Total	95	100%	104	100%	199	100%

6 As Fontes

A análise temática dos textos jornalísticos sobre HIV/Aids foi o primeiro passo para que pudéssemos realizar o mapeamento de vozes. A partir do assunto decidido na reunião de pauta é que o repórter direciona o contato com as fontes. Desta forma, para uma melhor avaliação das fontes de informação utilizadas pelos jornais de referência, analisamos o corpus a partir da divisão por temas. Evidentemente, analisamos apenas as vozes nos textos *com foco* em HIV/Aids.

Nos textos opinativos sobre HIV/Aids com temática *Política Pública*, verificamos a presença em dois textos do diretor do Programa das Nações Unidas (ONU) para HIV/Aids, Peter Piot, criticando a atuação dos países ricos no combate à doença. Na *Política Pública Nacional*, os colunistas do jornal Ancelmo Góis e Joaquim Ferreira dos Santos publicaram informações sobre ações do governo, como a da campanha para que as gestantes realizem o teste anti-HIV, mas sem emitir opinião.

Em *Epidemia*, as fontes de informação foram predominantemente de órgãos oficiais, como a ONU e o governo federal (Programa Nacional de DST/Aids). O caderno especial sobre a Aids no continente africano, publicado no Dia Mundial de Luta contra a Aids, estimulou a participação dos leitores a comentarem sobre o caderno e a situação da África.

Nos textos opinativos do jornal O Globo, ressaltamos a pouca presença de fontes de informação da medicina e ciência, utilizadas apenas para dar credibilidade a alguma informação científica, mas que ficaram em segundo plano no texto.

As vozes consideradas não-oficiais estiveram presentes somente no espaço para os textos dos leitores, uma delimitação bastante nítida na análise. Em nenhum caso, porém, a

voz foi de um portador do HIV ou doente de Aids, os que necessitam realmente de ações rápidas do poder público e laboratórios para viverem com qualidade de vida.

Nos textos opinativos do jornal Folha de S. Paulo, constatamos a presença, na grande maioria, de fontes de informação relacionadas a órgãos oficiais, como as Nações Unidas e o governo federal brasileiro, principalmente pela prevalência do tema *Política Pública*. Fontes ligadas à Unids e ONU foram utilizadas pra criticar a política dos países desenvolvidos no combate à epidemia, e fontes do Ministério da Saúde (governo federal) foram usadas para elogiar o programa brasileiro de DST/Aids. Destacamos no jornal Folha de S. Paulo a maior presença de fontes da área médico-científica, utilizadas em textos que perpassam as diversas temáticas (epidemia, médico-científico, prevenção).

Na Folha de S. Paulo não houve fontes de informação representando diretamente as pessoas que vivem com HIV/Aids (ONGs, soropositivos e familiares). No jornal O Globo, apenas uma voz era proveniente de uma organização não-governamental, mas presente apenas no espaço destinado aos leitores.

O mapeamento final das vozes presentes nos textos de gênero informativo sobre HIV/Aids nos dois maiores jornais de referência do Brasil demonstrou o domínio do enunciador 2 (42%), vozes que reivindicam mais investimentos e ações dos países ricos (e do governo brasileiro, em notícias nacionais) no combate à epidemia da Aids. Foram registradas 139 fontes com esse ponto de vista. Em segundo lugar, praticamente empatados, ficaram os enunciadores 1 (21%) e 3 (21,5%), com respectivamente 71 e 72 fontes. O E1 é a posição dos governos, com discurso de controle da epidemia, e o E3 é o discurso do campo médico-científico, no qual a busca da cura da Aids é realizada através da pesquisa de novos medicamentos e de uma vacina.

Tabela 3: Enunciadores⁷ dos textos informativos com foco em HIV/Aids nos dois jornais

Enunciador	O Globo		Folha de S. Paulo		Total	
E1	16	11%	55	30%	71	21%
E2	86	57%	53	29%	139	42%
E3	17	11,5%	55	30%	72	21,5%
E4	12	8%	6	3,5%	18	5,5%
E5	5	3%	2	1%	7	2%
E6	4	2,5%	1	0,5%	5	1,5%
E7	4	2,5%	0	0%	4	1%
E8	6	4%	9	5%	15	4,5%
E9	1	0,5%	2	1%	3	1%
Total	151	100%	183	100%	334	100%

Registramos, assim como na configuração dos temas com foco em HIV/Aids, o caráter oficial dos textos, com a presença de 243 fontes oficiais (72,5%), contra 91 fontes não-oficiais (27,5%).

Tabela 4: Fontes dos textos informativos com foco em HIV/Aids nos dois jornais

Fontes	O Globo		Folha de S. Paulo		Total	
Oficial	101	67%	142	78%	243	72,5%
Não-Oficial	50	33%	41	22%	91	27,5%
Total	151	100%	183	100%	334	100%

⁷ A partir da análise dos textos informativos com foco em HIV/Aids nos dois jornais, chegamos à seguinte categorização dos enunciadores: E1 (controle da Aids pelo Poder Público), E2 (cobrança por mais ações de combate à epidemia pelo Poder Público), E3 (busca da cura pela medicina e ciência), E4 (participação da sociedade na luta contra a Aids), E5 (posição da Igreja contra uso de preservativo), E6 (posição do Governo de apoio ao uso da camisinha como método preventivo), E7 (incentivo à prevenção), E8 (contra condenação de pessoas que transmitiram o vírus HIV para outros) e E9 (a favor da condenação de pessoas que transmitiram o vírus para outros).

A significativa presença de fontes do governo brasileiro (Programa Nacional de DST/Aids e Ministério da Saúde) foi fundamental para a categoria Governo ficar em primeiro lugar, com 27% do total. Em segundo lugar, as Nações Unidas (ONU), principalmente através da Unaid, estiveram presentes em grande parte dos textos, trazendo informações e números sobre a epidemia em todo o mundo, além de cobrarem uma participação mais efetiva dos países desenvolvidos no combate à doença.

A categoria Médico-Científico, com maior presença na Folha de S. Paulo, ficou em terceiro lugar, reforçando o interesse existente na sociedade pela cura da doença, através de novos medicamentos e vacina. Em quarto lugar, as organizações não-governamentais (ONGs) ficam com 11%, número que consideramos insuficiente pelo trabalho realizado por essas entidades na prevenção e tratamento da Aids, principalmente no Brasil. Os soropositivos vêm logo a seguir, com 7%. Com índices ainda menos significativos, registramos Outra Autoridade (5,5%), Outros (4,5%), Igreja (2,5%) e Meios de Comunicação (2,5%).

Tabela 5: Fontes dos textos informativos com foco em HIV/Aids nos dois jornais

Fontes	O Globo		Folha de S. Paulo		Total	
Governo	29	19%	62	34%	91	27%
a) Nacional	18		50		68	
b) Internacional	11		12		23	
ONU	45	30%	24	13%	69	21%
a) Unaid	26		10		36	
b) ONU	7		7		14	
c) OMS	3		6		9	
d) OIT	8		1		9	

e) Unicef	1		0		1	
Médico-Científico	20	13%	45	25%	65	19%
ONG	17	11%	21	11,5%	38	11%
Soropositivo	18	12%	4	2%	22	7%
Outra Autoridade	7	5%	11	6%	18	5,5%
Outros	7	5%	8	4%	15	4,5%
Igreja	5	3%	3	1,5%	8	2,5%
Meios de Comunicação	3	2%	5	3%	8	2,5%
Total	151	100%	183	100%	334	100%

7 Considerações Finais

Na análise dos temas nos textos jornalísticos sem foco em HIV/Aids, constatamos que a Aids foi tratada como um problema de saúde pública que deve ser combatido pelos governos. A Aids se inseriu neste contexto como uma doença de grande proporção, que deve contar também com o investimento dos governos para o tratamento de pessoas já infectadas pelo vírus HIV. O exemplo de combate e tratamento à Aids no Brasil foi lembrado, principalmente quando se discute a situação mundial da epidemia.

O mapeamento dos temas nos textos jornalísticos com foco em HIV/Aids também revelou o discurso de que a Aids é uma epidemia que deve ser combatida pelos governos, assim como o acesso a novos medicamentos e métodos de prevenção pela sociedade é obrigação do poder público.

Se dentre os temas o discurso predominante era que a prevenção e o combate à Aids são de responsabilidade do poder público, o mapeamento final das vozes atuantes no discurso jornalístico sobre HIV/Aids nos dois maiores jornais de referência do Brasil não

poderia ser diferente. Registramos o domínio das vozes que reivindicam mais investimentos e ações dos países ricos (e do governo brasileiro, em notícias nacionais) no combate à epidemia da Aids. Essas vozes foram classificadas como enunciador E2, alcançando 42% do total. As falas dominantes são oriundas de organizações governamentais, representadas principalmente pelas Nações Unidas (ONU) e governos, mas que a grande maioria detém o discurso de crítica às políticas públicas de combate ao HIV/Aids dos países ricos.

A classificação das fontes em oficiais e não-oficiais nos textos informativos com foco em HIV/Aids demonstrou o domínio de fontes oficiais. Contudo, os resultados alcançados nesta pesquisa ressaltam que a classificação das fontes de informação em oficiais e não-oficiais não garante uma análise sobre o conteúdo da mensagem e o posicionamento da fonte. Através dos conceitos de locutor e enunciador, é que identificamos as vozes dominantes no discurso jornalístico sobre o HIV/Aids.

Ao reunirmos os enunciadores em dois grandes grupos, verificamos que o discurso de controle da epidemia por parte do poder público, que pode ser representado por E1, E3 e E7, somaram 44%, sendo que os demais enunciadores registraram 66%, abordando outros discursos sobre o HIV, como o de crítica aos governos e mobilização para a participação mais efetiva da sociedade no combate à doença. Temos, então, o domínio dos discursos alternativos, representados principalmente pela cobrança de ações urgentes do poder público. Se fôssemos realizar o estudo de vozes apenas a partir da classificação das fontes em oficiais e não-oficiais, chegaríamos a um resultado insuficiente, pois essa análise indica o predomínio de fontes oficiais. A ONU, por exemplo, é considerada fonte oficial, mas se posiciona contra as políticas públicas adotadas pelos países desenvolvidos.

A partir da análise dos enunciadores nos discursos jornalísticos sobre HIV/Aids, concluímos que os jornais Folha de S. Paulo e O Globo, representantes do jornalismo de

referência brasileiro, não tratam de forma equilibrada a pluralidade de vozes legitimadas para falar sobre o tema da Aids. Ao mesmo tempo em que as vozes predominantes cobram ações por parte dos governos para intensificarem o combate à Aids, as pessoas que vivem com o HIV/Aids estão praticamente excluídas nos textos. A fala dos soropositivos esteve presente em apenas 7% do total de fontes de informação nos dois jornais. Dentre as 22 fontes encontradas, 18 foram no jornal O Globo, e 11 delas são africanas, um norte-americano e apenas seis brasileiros. Dentre as quatro fontes de soropositivos encontradas na Folha de S. Paulo, três eram brasileiros. Temos apenas oito soropositivos brasileiros, dentre um universo de 334 fontes de informação ouvidas sobre o HIV/Aids.

Se a imprensa vem apresentando alguns avanços na construção do discurso sobre a Aids na sociedade, com a ampliação da abordagem de temas e o cruzamento de enunciadores que caracteriza a pluralidade de vozes presentes nos textos, comprovamos empiricamente que os soropositivos continuam sendo tratados como objetos, e não sujeitos no discurso sobre a Aids.

A partir do mapeamento das vozes da Aids nos jornais O Globo e Folha de S. Paulo, deixamos como questionamento para um próximo estudo para onde caminha a cobertura noticiosa da Aids. Se a relação entre jornalistas e fontes de informação é preponderante na construção da notícia sobre a epidemia, em qual ponto os jornalistas, com suas respectivas empresas jornalísticas, estão mais vulneráveis, sem conseguir aperfeiçoar o trabalho jornalístico realizado diariamente nas Redações.

8 Referências Bibliográficas

BAKHTIN, M. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1979.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Contribuições de Bakhtin às teorias do discurso. In: BRAIT, Beth (org.). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campinas: Unicamp, 1997.

DALMASO, Silvana C. **Fontes de informação jornalística: Natureza e implicações**. Salvador: Intercom, 2002. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/2002/comunicacoes/COMUNICACOES_DALMASO.pdf>
Acesso em 20 mai. 2005.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Tradução de Eduardo Guimarães. Campinas: Pontes, 1987.

FAUSTO NETO, Antônio. **Comunicação & Mídia impressa: estudo sobre a Aids**. São Paulo, Hacker Editores, 1999.

FRANÇA, M. S. J. **Repensando o modelo para divulgação científica: o caso da AIDS na imprensa brasileira (1981-2001)**. 2002. Dissertação apresentada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo para obtenção do grau de Mestre em História da Ciência.

GALVÃO, Jane. **AIDS e imprensa: um estudo de antropologia social**. 1992. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional da UFRJ.

MACHADO, Marcia Benetti. **Jornalismo e Análise do Discurso: método para estudo das vozes**. Anais do III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2005.

MACHADO, Marcia Benetti; JACKS, Nilda. **O discurso jornalístico**. Brasília: Compós, 2001. Disponível em:
<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2001/machado_jacks2001.rtf>
Acesso em 20 abr. 2005.

PONTE, Cristina. **Notícias e Silêncios: A cobertura da Sida no Diário de Notícias e no Correio da Manhã**. Porto: Porto Editora, 2004.

SANTOS, Rogério. **A negociação entre jornalistas e fontes**. Coimbra: Minerva, 1997.

_____. **A fonte não quis revelar: um estudo sobre a produção das notícias**. Tese de Doutorado apresentado à Universidade Nova de Lisboa, Portugal, 2002.

_____. **Jornalistas e fontes de informação:** a sua relação na perspectiva da sociologia do jornalismo. Coimbra: Edições MinervaCoimbra, 2004.

SCHLESINGER, Philip. **Putting 'reality' together.** Londres e Nova Iorque: Methuen, 1978.

TRAQUINA, Nelson. **O Estudo do Jornalismo no Século XX.** São Leopoldo: Unisinos, 2001.

_____. **Teorias do Jornalismo:** Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

_____. **Teorias do Jornalismo:** A tribo jornalística, uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Presença, 2003.

Imprensa e poder legislativo: uma análise das relações entre a Assembléia Legislativa gaúcha e a mídia local

Vladimir Caleffi Araújo ¹

Resumo: Partimos da constatação de que o noticiário local sobre as atividades da política, e em especial às que tem origem no Poder Legislativo, além de indigente e conformista, não reflete a realidade do trabalho político e legislativo dos parlamentares, aborda o que se apresenta mais visivelmente e com maior rapidez, em detrimento do que exigiria cobertura mais estruturada e prospectiva. Nosso objetivo é buscar as explicações do porquê este tipo de jornalismo político ser predominante na imprensa local, inquirindo sobre as condições em que se dá e o tipo de relações que se estabelece entre jornalistas e dirigentes políticos.

Palavras-chave: imprensa, jornalismo, jornalismo político, comunicação política

Nas sociedades modernas e democráticas os sistemas políticos repousam na solidez e bom funcionamento das instituições e na livre participação dos cidadãos na vida pública, sendo a comunicação peça chave desta engrenagem. Três tipos de atores participam fundamentalmente do processo de comunicação voltado para o funcionamento e aperfeiçoamento dos sistemas políticos: as organizações políticas (instituições da política, os partidos e grupos organizados), a mídia e os públicos – os cidadãos (Charron, 1994, 22). A comunicação política, nesta perspectiva, é uma “permuta de informação entre os governantes e os governados, através de canais de transmissão estruturados ou informais”, conforme a define o especialista em comunicação política Jean-Marie Cotteret. Para este autor, o caráter político da comunicação reside nas “conseqüências diretas ou indiretas, mediatas ou imediatas

¹ Doutor e mestre em Ciências da Informação e da Comunicação pela Universidade Panthéon-Assas Paris II/Institut Français de Presse (IFP). Centro de pesquisa e documentação da história política do RS / CPDHPRS.

que a mesma pode ter sobre o sistema político” (Cotteret, 1973, 5). Jean Charron (1994, 22) acrescenta alguns elementos à definição, ao afirmar que a comunicação política “constitui-se de lutas simbólicas que travam os diferentes atores de um sistema político, pela imposição de uma definição das situações e dos interesses relativos ao uso e à distribuição de recursos coletivos raros”. Esta mesma noção de luta simbólica encontra-se em Patrick Champagne (1990, 21), para quem “a luta política é, antes, uma luta simbólica na qual cada ator político procura monopolizar a palavra pública ou, ao menos, fazer triunfar sua visão de mundo e a impor como visão justa ou verdadeira ao maior número possível, que economicamente e sobretudo culturalmente são desfavorecidas”. A qual, para impor uma certa visão do mundo social, manifesta-se mais nitidamente “nos debates políticos na televisão ou ainda nas ocasiões das jornadas eleitorais” (Champagne, 1990, 18).

A midiáticação ao extremo da política nas democracias modernas coloca em cena outros atores que participam igualmente do jogo político, em particular os jornalistas da imprensa escrita, do rádio e da televisão, que são observadores privilegiados da cena pública. O papel que desempenham no funcionamento dos sistemas políticos tornou-se tão crucial a ponto destes profissionais da palavra pública terem sua importância creditada não somente à sua participação direta na vida política, mas também porque depende deles, em grande medida, o sucesso ou não das manifestações ou das instituições do campo político. Como diz Champagne: “os jornalistas quando cobrem um evento contribuem amplamente para fazê-lo existir politicamente, quer dizer, para fazê-lo existir simplesmente”. Neste contexto, o jogo político se reorganiza, a mídia passa a ocupar um lugar central no seu funcionamento em razão de seu papel estratégico na comunicação dos atores políticos com a opinião pública; a luta política tende a se transformar cada vez mais numa batalha para a conquista desta opinião².

² A hipótese da presença da comunicação midiática como fator preponderante na política nos dias atuais pode ser verificada nas atitudes dos dirigentes políticos, o que explicaria, no caso que nos

O papel da imprensa e dos jornalistas vai muito além da mediação que fazem nas ocasiões dos grandes embates políticos ou eleitorais, situações em que as orientações e técnicas do marketing político conduzem o comportamento e as intervenções públicas daqueles que governam e dos que querem ascender ao poder para governar. Tal asserção é tanto mais verdadeira, que as condições das disputas eleitorais restringem cada vez mais o contato direto do político com os cidadãos, os meios do marketing político tendo já há algum tempo estabelecido sua primazia sobre as fórmulas tradicionais das disputas políticas eleitorais. Mas esta interdependência aparece ainda numa outra dimensão da relação entre o jornalismo e o campo político, que é a da luta pela construção quotidiana da atualidade política.

Nas sociedades de comunicação tudo deve ser explicado ao cidadão se os detentores do poder preocupam-se com a legitimidade de seus atos: “Uma lei ou um decreto que não são explicados, podem ser rejeitados por aqueles aos quais se destinam. Toda autoridade política deve, portanto, apoiar-se na comunicação se quiser que as decisões sejam aceitas e que, em consequência, seu poder seja reconhecido” (Cotteret, 1991, 93). A comunicação é assim um recurso do exercício do poder para a sua legitimação, sendo concebida como “a capacidade do sistema a engendrar e manter a crença de que as instituições políticas são as mais apropriadas para a sociedade” (Cotteret, 1991, 102).

Tomamos emprestada a formulação do pesquisador Jean Charron (1994, 11) para explicar, de maneira bastante sucinta, o processo da comunicação política que nos interessa particularmente no presente estudo: consiste, a grosso modo, na busca, por parte do jornalista,

interessa, o fato de um presidente da Assembléia Legislativa investir pesadamente na cultura, como o fez o deputado que presidiu a instituição em 2004, a ponto de transformar a questão cultural no principal aspecto de sua gestão e fazer disso – a exploração da cultura por uma casa legislativa – uma forma rentável de exposição midiática; o que, aliás, é algo comum na vida da Assembléia Legislativa, já que jornalistas e colunistas políticos, de uma forma geral, se mostram sempre “sensíveis” e generosos nos comentários quando se trata de “empreendedorismo” cultural, mesmo que na maior parte do tempo não tenham a menor idéia do que essas iniciativas representam no contexto das atividades da Assembléia Legislativa, pois nunca se deram o trabalho de inquirir sobre o assunto.

da informação junto às autoridades políticas que, por sua vez, esperam obter publicidade (no sentido de acesso ao espaço público) para os seus atos, através dos jornalistas. Ao mesmo tempo, cada um destes atores “procura exercer uma influência sobre o comportamento do outro”, a fim de manter sob seu controle os mecanismos de “construção da atualidade política”. Na explicação um pouco mais detalhada de Charron (1994, 23) “o jornalista solicita informações junto a diversas fontes, ele interpreta os atos, os acontecimentos e os discursos, seleciona elementos, acentua alguns e atenua outros, constrói notícias e análises a partir do que os atores políticos puderam dizer ou fazer, seguindo parâmetros específicos definidos pelos gêneros jornalísticos. A mediação que exerce o jornalista repousa, assim, sobre escolhas que fazem dele um ator no processo político”. É esta capacidade de escolha, segundo o autor, “que faz da imprensa – e do jornalista – um ator político *à part entière*”.

Esta comunicação não tem sentido único e precisa ser entendida como um processo de permuta, com seus conflitos e mecanismos de regulação, em que cada um dos lados tenta ampliar a sua parte dos “ganhos”, em função do que pode oferecer e, ao mesmo tempo, obter do outro. Neste sentido, para os homens públicos a comunicação representa muito mais do que uma simples transmissão de mensagens direcionada aos cidadãos, cientes que são das funções diversas e cada vez mais cruciais dos meios de comunicação nos sistemas políticos atuais. Como explica Charron (1994, 23) “a imprensa informa os dirigentes, fornece a estes as pulsações da opinião e lhes permite a comunicação com os públicos, tanto no interior como no exterior dos aparelhos políticos ou governamentais. Mas, além disso, a mídia contribui para a definição da realidade política e para o estabelecimento da ordem do dia nos assuntos de interesse público. Projetando a luz sobre os problemas, publicizando as exigências, estimulando os debates, despertando as consciências, os médias afetam as escolhas das autoridades políticas e sua capacidade de controlar os acontecimentos. Podem, assim, afetar o nível de sustentação que gozam as autoridades e suas políticas junto aos membros do sistema

político. Breve, por sua ação junto ao público, os médias podem agir sobre a capacidade de ação das autoridades e contribuir, assim, para a redistribuição do poder no seio da classe política”. A função de mediação constitui, assim, o interesse central de uma luta de poder entre as autoridades políticas e a imprensa.

A cobertura da política na imprensa local

Este trabalho tem, na sua origem, uma motivação assentada na leitura sistemática dos jornais e na escuta das informações do rádio e televisão no que diz respeito à cobertura da política, de um modo geral, e das atividades dos parlamentares gaúchos em particular. Além de monótono, repetitivo e inconsistente, o noticiário político se caracteriza ainda pela semelhança impressionante com que os diferentes veículos tratam a informação de natureza política e a maneira absolutamente consensual do tratamento dado a esta informação. Muito raramente se verifica uma cobertura ou um comentário mais instigante e impertinente, dando a impressão de que se estabeleceu uma espécie de quase “lealdade” dos jornalistas e comentaristas políticos em relação aos nossos homens e instituições públicas, sendo este tratamento benevolente ainda mais evidente quando se trata dos ocupantes do Palácio Farroupilha (sede do Poder Legislativo gaúcho).

Mesmo quando a uniformidade e o tom conformista são rompidos, o tratamento dado à informação é geralmente superficial, prendendo-se aos aspectos puramente visíveis do fato político (ou da ação de legislar) e raramente projetando-se para uma investigação mais séria e aprofundada capaz de revelar os reais interesses que se sub estabelecem no jogo político-parlamentar. Evidentemente, de tempos a outros, a imprensa quebra esta rotina trazendo à tona um escândalo protagonizado por um(a) deputado(a), uma revelação mais instigante sobre os modos de funcionamento e regulação da atividade parlamentar, mas para um ou outro momento de lucidez e de prova de impertinência: quanta sandice, quanta passividade, quanta aquiescência do chamado quarto poder para com a política e seus agentes. No caso da

atividade parlamentar tem-se a impressão, verificando os diários locais, que os episódios geradores do “mal-estar” que por vezes acomete o parlamento gaúcho é sempre fruto dos desvios comportamentais deste ou daquele parlamentar, e por isso tratado na sua individualidade e nunca como produto do “sistema” como um todo.

O sociólogo francês Pierre Bourdieu (1997, 132), em suas análises sobre o campo jornalístico, detectou, com a competência acadêmica que lhe foi peculiar, que entre algumas propriedades mais típicas do que ele chama de “a visão jornalística”, está justamente esta propensão a se prender ao mais visível e imediato, em detrimento das estruturas e de seus mecanismos de funcionamento: “(...) como a tendência a identificar o novo com o que se chama “revelações” ou a propensão a privilegiar o aspecto mais diretamente visível do mundo social, isto é, os indivíduos, seus feitos e, sobretudo, seus malfeitos, em uma perspectiva que é, com frequência, a da denúncia e da acusação em detrimento das estruturas e dos mecanismos invisíveis que orientam as ações e os pensamentos e cujo conhecimento antes favorece a indulgência compreensiva que a condenação indignada; ou ainda a tendência a interessar-se mais pelas “conclusões” (supostas) do que pela progressão através da qual se chega às mesmas”.

Investigar as razões pelas quais a imprensa age assim e não de outra forma passa necessariamente pela tentativa de identificar as condições nas quais os jornalistas trabalham para obter, manipular e difundir a informação de natureza política e os mecanismos pelos quais as decisões que concernem esta informação são tomadas sejam estas decisões de natureza individual ou coletiva. Significa dizer que não somente as condições nas quais opera o demandador de informação, que é o jornalista, deve entrar em conta na análise, mas também a do fornecedor, isto é, as fontes parlamentares dos jornalistas, representadas nos deputados, em suas assessorias e nos serviços técnicos do poder legislativo. Este trabalho direciona-se, portanto, para a dissecação e análise tanto do campo relacionado às condições e modalidades

do trabalho jornalístico, como do campo da política, em particular da atividade legislativa com seus mecanismos e regras de funcionamento próprias.

O estado de indigência em que se encontra a cobertura dos fatos da política (em especial da atividade parlamentar) e o tratamento geralmente consensual, raramente crítico e jamais prospectivo desta informação seria produto do posicionamento político-ideológico (esta é nossa primeira premissa de trabalho) de nossa imprensa ou simplesmente de ordem funcional dada as condições, em geral, inadequadas do trabalho jornalístico? Por posicionamento ideológico entendemos o fato de que o universo midiático vive em osmose com a classe dirigente, num processo permanente de “auto-legitimação” e de “entre legitimação”, estando desta forma a serviço dos poderes ou do poder, pela influência que este exerce e contribuindo para o equilíbrio e perpetuação da ordem reinante. De um modo geral o mundo jornalístico parece manter uma espécie de “lealdade ideológica” para com as classes dirigentes e seu projeto hegemônico que se manifesta através da forma de pensar, agir, pelos valores que defende, etc., o que tende a confortar a ordem vigente, e esta posição está amplamente refletida no funcionamento do campo jornalístico, resultando numa imprensa com tendência a reproduzir antes de subverter, aclimatar ao invés de contestar, fazendo raramente o uso da função reveladora e denunciadora atribuída comumente ao jornalismo. Uma questão de submissão às fontes de informação (no caso os dirigentes políticos) ou uma questão relacionada, simplesmente, às condições da prática jornalística?

Quais as razões de a imprensa local divulgar tão pouco, ou quase nada, de material investigativo sobre as atividades do parlamento gaúcho e de seus deputados? Por que contenta-se em geral em reproduzir os fatos banais da atividade parlamentar e nos dá a impressão de que tudo funciona às mil maravilhas no Palácio Farroupilha? Por que nunca um balanço crítico dos trabalhos do Poder Legislativo e de sua produção, dos projetos e debates muitas vezes medíocres que tomam grande parte do tempo de nossos deputados em plenário?

Por que nada do funcionamento muitas vezes precário das comissões técnicas da Casa, de CPIs que não elucidam nada e servem tão somente de tribuna política para os interessados em explorar politicamente a situação? Por que as únicas investidas críticas da imprensa direcionam-se em geral aos deputados tomados individualmente (o que é mais visível e fácil de apurar) e nunca ao sistema como um todo e seus mecanismos de funcionamento? Mesmo assim, as abordagens pretensamente críticas *vis a vis* dos deputados, giram invariavelmente em torno dos mesmos assuntos, como se a cada ano já pudéssemos esperar ressurgir, como uma litania nas páginas dos jornais locais, a questão dos gastos dos gabinetes, dos custos das diárias, do longo recesso parlamentar e das convocações extraordinárias remuneradas que geralmente acontecem neste período; além disso, vez ou outra somos informados sobre os deslizos deste ou daquele parlamentar. Representativo deste comportamento jornalístico é a matéria de página inteira publicada em outubro 2005 no jornal *Zero Hora*, com a chamada “Como gastam os deputados”, elaborada com informações disponibilizadas no próprio *site* da Assembléia Legislativa, e que provocou o seguinte comentário de um deputado citado no texto: “Com todo este tempo de mandato, a primeira avaliação jornalística que fazem é sobre (minhas) contas telefônicas¹³”.

A segunda hipótese que estabelecemos como explicativa da atual cobertura jornalística dos fatos da política tem a ver com as condições em que se dá a prática jornalística nos dias atuais, ou seja, da precariedade que na maior parte do tempo caracteriza a situação do jornalista. Formação precária não permitindo o real domínio dos assuntos que cobre, dependência relativa das fontes e sua situação de eterno solicitador face ao homem político e a exigüidade do tempo para executar as diversas tarefas que demandam a fabricação da

³ Mais recentemente, matéria de duas páginas na edição de domingo (08/01/2006) do mesmo jornal *Zero Hora* abordou o problema dos albergues que nove deputados estaduais mantêm no RS, denunciando o esquema como uma forma de fazer caridade social com fins eleitorais. 2006 irrompe no mesmo estilo, uma matéria da edição de 17 de janeiro abordando novamente a questão dos gastos dos deputados com diárias – informações obtidas, uma vez mais, no próprio *site* da Assembléia Legislativa, sem que se tenha registro do deslocamento do jornalista para inquirir.

informação, entre outros fatores. Por outro lado, as mudanças produzidas nas técnicas jornalísticas em função do avanço da comunicação e de sua influência na mídia estariam fazendo com que os jornalistas reproduzam o que as fontes produzem e pouco produzem por conta própria, inseridos que estão nas novas condições determinadas pelo paradigma do jornalismo de comunicação em vigência, em detrimento do jornalismo de informação e de sua natureza investigativa. Em geral, os setores do jornalismo que se constituem como “especialistas” de um tipo de informação ou afetos a um campo particular de “cobertura” jornalística tendem a possuir uma gama maior de recursos potenciais permitindo-lhes maior controle sobre o processo de criação das mensagens (Jean G. Padioleau, 1976, 261). É possível identificar este mesmo tipo de situação de controle no caso dos jornalistas da informação político-parlamentar e quais os mecanismos de que se servem para ampliar a margem de autonomia de sua produção?

Um histórico de relações incestuosas

Examinando as relações das empresas jornalísticas com o universo político local vários pesquisadores observaram como estas relações estão historicamente permeadas de interesses travessos à produção de informação e a preocupações de natureza jornalística, e voltados para a satisfação de interesses econômicos e comerciais das empresas. A troca de favores é uma das finalidades das alianças estabelecidas entre o universo da política e das empresas de comunicação, como é possível vislumbrar através de inúmeros exemplos no Rio Grande do Sul, permitindo aos empresários do setor a expansão de seus negócios e aos políticos a certeza de uma “tribuna” para propagandear seus feitos, defender idéias e atacar os adversários. Breno Caldas, empresário que dominou o setor até os anos 1980, nunca negou que a saúde de sua empresa Caldas Júnior sempre dependeu das “boas relações” que mantinha com o “mundo da política”; em contrapartida, aqueles que tivessem pretensões na política local eram impelidos a estabelecer vínculos com o empresário. Os relatos sobre as relações

privilegiadas da empresa Caldas Júnior com o universo da política é recorrente na literatura que trata o assunto (Petrarca, 2005). “Para estar bem com o Rio Grande, era preciso estar bem com o Correio”, relata Valter Galvani, jornalista que trabalhou por mais de quatro décadas nos jornais de Breno Caldas e que escreveu uma obra histórica de referência sobre a empresa Caldas Júnior (Galvani, 1985, 380)⁴. Estratégias como as do empresário Breno Caldas obviamente têm seus efeitos sobre os produtos jornalísticos oferecidos ao público, já que o tipo de relação baseada na troca de favores com o universo da política (ou outro) têm normalmente incidências sobre a política de redação dos jornais e no recrutamento e hierarquização do corpo de profissionais: “Prática comum também no jornal [Correio do Povo] era despedir jornalistas que iam contra amigos da casa e contratar aqueles indicados por tais amigos (Petrarca, 2005, 5).

Influência e pressões mútuas em relação ao poder político marcam também as relações do outro grande grupo de comunicação que o Rio Grande do Sul conheceu, a RBS, fundada nos anos 1960, fortalecida durante os anos 1970 e hegemônica no cenário midiático gaúcho a partir da década seguinte. O vínculo de tal empresa com a política chegou a ponto de seu principal dirigente, Maurício Sirotsky Sobrinho – fundador e presidente do grupo até meados da década de 80 – ter sido cogitado como candidato de consenso ao governo do estado nas eleições de 1986 pelos setores conservadores da política local, o que só não ocorreu pelo fato do empresário das comunicações ter falecido pouco antes das negociações se concretizarem (Schirmer, 2002). Consta fartamente na literatura sobre o grupo RBS a questão das relações privilegiadas que mantinha com o antigo governador do PMDB Antonio Brito (1995-1998), tendo este sido repórter de *Zero Hora* e ex-diretor de jornalismo da RBS TV. Episódio que simbolizaria esta relação, segundo alguns, é o da privatização da companhia estatal de

⁴ *Correio do Povo* (objeto de nosso estudo) era o jornal mais antigo e carro chefe da empresa, que chegou a editar três títulos influentes no Estado nos anos 1970/80.

telefonía (CRT) promovida pela administração de Antonio Britto, em que a RBS, associada a Telefônica da Espanha, saiu vencedora e adquiriu a estatal gaúcha (Petarca, 2005,15).

Evidente que desde os tempos em que os dois consagrados patões da mídia local, Breno Caldas e Maurício Sirotsky Sobrinho, comandavam diretamente suas empresas, as coisas de lá para cá mudaram e o campo da mídia se autonomizou em relação ao campo político e vice-versa. Hoje, por exemplo, para ser “ungido” governador do estado o eleito não precisa visitar o famoso prédio da Rua Caldas Júnior e pedir a “benção” ao patrão do *Correio do Povo*. Nem por isso a mídia perdeu importância para a política, pelo contrário, sua capacidade de fazer o jogo político é ainda maior. É pelo que a mídia, empresários do ramo e jornalistas podem representar na esfera pública, em particular na formação das escolhas políticas dos cidadãos, que constituem objeto de constante atenção daqueles que atuam na política, sendo uma de suas esferas privilegiadas para o estabelecimento de relações, cujo funcionamento está assentado na trocas de favores, retribuição e reciprocidade.

A Assembléia Legislativa sempre esteve no centro de um intrincado jogo de relações de interesses e troca de favores entre os campos da política e midiático. O fato de a história registrar que muitos parlamentares, antes de chegarem ao legislativo, estavam vinculados à área de comunicação, como jornalistas, radialistas, ou então proprietários de meios de comunicação, provavelmente não esteja alheio aos hábitos que se criaram no legislativo gaúcho e que propiciaram a instituição das relações que hoje é possível observar entre mídia e parlamentares. Deputados-jornalistas que ocupavam a tribuna da Casa para fazerem seus discursos e que horas depois podiam ser encontrados numa sala de redação redigindo seus artigos do dia vem desde os tempos em que o parlamento existe e encontra exemplos bem atuais, na figura, por exemplo, do hoje senador Sérgio Zambiasi que durante as quatro legislaturas em que esteve na Assembléia Legislativa (1987 à 2002) continuava animando um popular programa diário na Rádio Farroupilha, de propriedade do grupo RBS, que o tornou

conhecido do público gaúcho e que serviu-lhe de plataforma de lançamento para o sucesso que desde então tem obtido no campo da política⁵. Levantamento preliminar que realizamos para esta pesquisa mostra que desde a redemocratização (1986), nada menos do que 20 deputados têm em seu currículo o título de jornalista ou radialista no item profissão.

Mas as relações da Assembléia com o jornalismo não param por aí e se mostram profícuas tanto no tipo de relações como na forma como elas se manifestam, a Assembléia tendo sido fértil ao longo dos anos em criar caminhos que viabilizassem suas relações com o universo da imprensa. Assim, jornalistas são convidados a escrever livros que a Assembléia se prontifica a editar, pagando custos de edição, direitos autorais, etc.. O caminho pode ser inverso e os jornalistas oferecerem obras, geralmente de caráter histórico, para a Assembléia publicar, sem qualquer espécie de processo seletivo a não ser o de reciprocidade que o tipo de relações estabelecidas requer. Isto talvez explique o fato de jornalistas contemplados nesta troca de favores fazerem elogios públicos, através do espaço que ocupam na mídia, à Assembléia Legislativa e seus deputados, ressaltando aspectos que credibilize o legislativo gaúcho junto à opinião pública⁶.

As relações históricas de colaboração entre empresas de mídia, jornalistas e a Assembléia Legislativa também passam por iniciativas conjuntas, como a organização de seminários, eventos culturais, instituição de prêmios como o Prêmio Direitos Humanos copatrocinado pela Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho, espécie de apêndice social do Grupo RBS, e Comissão de Direitos Humanos da Assembléia Legislativa. Passam ainda pela participação de nomes consagrados do jornalismo político (José Barrionuevo, Lasier Martins, Rosane de Oliveira, etc.) em eventos promovidos pela Assembléia, como no caso da colunista

⁵ Só mais recentemente, depois de dois anos como senador da república é que o ex-deputado veio a desligar-se da rádio.

⁶ Assim, foi possível ouvir mais de uma vez um dos jornalistas editado pela Assembléia fazendo elogios, em um programa popular de rádio, às iniciativas da Assembléia na área cultural e de preservação do patrimônio histórico, à gestão da Casa e seus esforços no sentido de fazer economias, à preocupação de transparência dos deputados, etc..

política de *Zero Hora* e *TVCOM*, Rosane de Oliveira, convidada como principal palestrante da seção Deputado por Um Dia, realizada no Teatro Dante Barone em 29 de março de 2004, projeto instituído pela Assembléia Legislativa com a finalidade de estimular a participação dos jovens estudantes na política.

Nesta mesma linha de colaboração é possível citar ainda o convite ao jornalista José Barrionuevo para integrar o Conselho do Memorial do Legislativo que será instalado no antigo prédio da Assembléia na rua Duque de Caxias, iniciativa, aliás, merecedora de inúmeros comentários positivos na famosa coluna Página 10 de *Zero Hora*, animada então pelo referido jornalista. Ou então, ainda, a entrega da Medalha do Mérito Farroupilha (14/09), a mais alta comenda da Casa, para o empresário da mídia Oswaldo Carlos van Leeuwen, diretor presidente da Rede Vale de Comunicação, da cidade de Lajeado, que edita o jornal *O Informativo do Vale*, além de três outros jornais na região. Alguns dias depois recebeu esta mesma distinção a senhora Ione Sirostky, matriarca da família proprietária do grupo RBS e fundadora da Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho, que mantém atividades em parceria com a Assembléia. Um dia depois (28/09) foi a vez dos cronistas esportivos gaúchos serem homenageados no plenário da Assembléia Legislativa durante o Grande Expediente, onde os deputados posaram para foto com diretores da entidade. No mês seguinte as homenagens à mídia se direcionaram para as empresas jornalísticas, oportunidade em que recebeu as honrarias dos deputados, entre outros, o jornal *Correio do Povo*, pela passagem de seus 110 anos (13/10/2005).

A Assembléia também promove prêmios, alguns em parceria com instituições do jornalismo, como a Associação Riograndense de Imprensa (ARI), que coordena a comissão julgadora do Prêmio Springer Carrier⁷, formada por jornalistas políticos que cobrem as atividades do Poder Legislativo. A Assembléia concede ainda o Troféu Destaque RS, que

⁷ Distinção que existe há mais de 30 anos e que é concedida aos deputados que tiveram atuação destacada no parlamento.

simboliza o reconhecimento do Poder Legislativo a empresas e entidades gaúchas que se destacaram na área da promoção social, a Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho, do grupo RBS, tendo sido uma das laureadas em 2004. Quando não é a Assembléia que promove, seus representantes são convidados a participar de eventos criados pela mídia. Assim, o deputado que presidiu a Assembléia em 2004, a representou em uma homenagem realizada na manhã do dia 04 de maio no parque gráfico do jornal *Zero Hora* pela passagem dos 40 anos da publicação. À tarde, eram os dirigentes da empresa que se faziam presentes na Assembléia, onde receberiam homenagens dos deputados durante seção especial do Grande Expediente. Já o presidente da Casa em 2005 prestigiou evento promovido pelo jornal *O Sul*, participando como uma das autoridades que fez a entrega do “Troféu Senar-O Sul”, concedido por àquele órgão de imprensa a empresas gaúchas. Um dos ex-presidentes da Casa, que tem o “faro da mídia”, não deixou a oportunidade passar e anunciou o concurso público para jornalistas que faria em sua gestão durante o seminário “A Imprensa Gaúcha”, promovido pela Associação Riograndense de Imprensa (ARI), realizado em maio de 2005 nas dependências da Assembléia.

Outras situações que favorecem o estreitamento de relações entre o poder legislativo e o mundo midiático é o fato da Assembléia trazer jornalistas de fora para dirigir a Superintendência de Comunicação Social da Casa, apesar de ter em seus quadros profissionais capacitados. Aí pesa o interesse de cada partido, que se revezam no comando da Instituição, cuja expectativa é justamente a de que profissionais recrutados junto ao meio jornalístico possam abrir portas nos órgãos de imprensa para a divulgação das atividades do poder legislativo, acrescentando a esse benefício o fato de poder arregimentar profissionais, senão militantes do partido, ao menos afinados com suas idéias – o que, convenhamos, constitui tarefa nada difícil numa mídia com tanta tradição de engajamento político como a do RS. A Assembléia favorece também o duplo emprego para jornalistas em busca de remuneração ou

incumbidos da tarefa de abrir espaço para um ou outro campo de atividade, político ou jornalístico. A história deve ter começado muito antes, mas o registro que se tem é dos anos 1950, quando então um dos servidores públicos da época vestia “dupla casquete”, de Secretário geral da bancada do Partido Libertador e de repórter do *Correio do Povo*.

Uma cobertura indigente dos fatos do legislativo

É na atração dos jornalistas pelo aparente e pelo fácil que está talvez a explicação para a negligência com que a imprensa cobre as atividades técnicas do poder legislativo, concentrada no trabalho de mais de uma dezena de comissões, subcomissões e grupos de trabalhos e que ao longo de 2005 protagonizaram mais de 400 eventos, entre reuniões, audiências públicas, representação externa, inquéritos parlamentares, fóruns, seminários, etc., totalizando quase 900 horas de trabalho. Significa dizer que, transpostos para o papel, estes eventos resultariam em aproximadamente 40 mil páginas de documentos escritos⁸, tratando de assuntos tão diversos como relevantes para a coletividade, tais como economia e desenvolvimento, saúde e meio ambiente, cidadania e direitos humanos, segurança, educação, cultura, ciência, etc. Esta produção confrontada com o que publicaram os jornais ao longo dos dois anos pesquisados é que nos permitirá apurar o grau de indigência da cobertura jornalística a respeito das atividades políticas e legislativas dos parlamentares e suas assessorias.

Não dispondo ainda da totalidade dos dados que a pesquisa pretende contemplar, trabalharemos aqui, a título provisório, com as informações já classificadas e analisadas referentes ao 4º trimestre de 2005, quando foram realizadas cerca de 150 reuniões das comissões técnicas da Casa, totalizando mais de 250 horas de trabalho, além de quase 100 horas de seminários, cinco edições do Fórum democrático e 2 seções do projeto “Deputado por um dia”. Transcrito para o papel, este volume de atividades proporcionaria mais de 15 mil páginas de documentos, tratando de temas importantes para a sociedade gaúcha: finanças

públicas, agroindústria, transporte escolar, estatuto das pessoas portadoras de deficiência física, reestruturação da companhia estatal de energia CEEE, gestão ambiental, aquífero Guarani, situação das rodovias no estado, crise da rádio e televisão pública, entre outros.

Um balanço preliminar dos jornais pesquisados (que apresentaremos aqui de maneira ainda bastante sucinta) mostra que o jornal *Zero Hora* tratou em 11 artigos os trabalhos das comissões técnicas da Casa durante o 4º trimestre de 2005, sendo oito deles sobre comissões parlamentares de inquérito (que no Brasil sempre tem uma natureza mais política que técnica) e nenhum sobre as reuniões ordinárias, audiências públicas, grupos de trabalho e comissões especiais realizadas pelas mais de uma dezena de comissões e subcomissões ativas ao longo de 2005. Já o jornal *Correio do Povo* revela uma lógica diametralmente oposta à do concorrente em relação à cobertura do legislativo, pois além de registrar mais que o dobro de eventos, concentra sua cobertura prioritariamente nos temas discutidos em comissões (do total de 26 registros publicados pelo jornal, 21 se referem aos trabalhos das comissões, dois apenas sobre as CPIs). Quanto às 120 proposições que passaram pelo plenário de outubro a dezembro (projetos de lei, decretos legislativos, emendas constitucionais, etc.) a imprensa registrou apenas 16. Em compensação, os jornais foram mais generosos na divulgação de prêmios e homenagens promovidas pela Assembléia Legislativa, trazendo nada menos que 17 matérias no caso do *Correio do Povo*, uma com chamada de capa e fotos.

A pesquisa e sua metodologia

A presente pesquisa apóia-se em diferentes métodos de recolhimentos de dados, cada um deles desempenhando um papel complementar indispensável em vista da abordagem e dos objetivos fixados por este projeto⁹. Os procedimentos de pesquisa aos quais recorreremos

⁸ Conforme cálculos feitos a partir de informações obtidas junto aos serviços técnicos da Instituição.

⁹ Em função do espaço disponível, o texto se atém aos aspectos mais gerais da metodologia, não entrando na descrição detalhada da explicação metodológica, como por exemplo os critérios que levaram a retenção na pesquisa apenas do campo do jornalismo escrito, e nele apenas de dois jornais, *Zero Hora* e *Correio do Povo*. Quanto ao enquadramento teórico do trabalho é uma questão ainda não resolvida, o estudo pretendendo situar-se a partir de uma avaliação da evolução dos modos e das técnicas da comunicação política e investigar os resultados destas transformações

para a coleta de dados são todos de natureza qualitativa e compostos basicamente de entrevistas semi-diretivas e das observações de campo, em parte já realizadas e que serão complementadas pela realização de dois períodos de estágio, um a ser realizado nas editorias de política dos jornais estudados; outro a ser desenvolvido no serviço de assessoria de imprensa do Poder Legislativo¹⁰. O acompanhamento do trabalho dos jornalistas não pretende restringir-se à observação desses profissionais operando apenas nas salas de redação de seus respectivos jornais, mas também pretendemos observá-los em ação inquirindo seus interlocutores durante as seções plenárias, nos trabalhos de Comissões, nos gabinetes parlamentares e nas coletivas de imprensa organizadas pelas assessorias dos deputados¹¹.

Constituem o universo da pesquisa cerca de 40 pessoas, entre deputados e assessores de imprensa parlamentar (campo político), os jornalistas e colunistas da informação política dos jornais *Zero Hora* e *Correio do Povo*, encarregados de cobrir e comentar as atividades políticas e legislativas dos representantes do Poder Legislativo estadual (campo jornalístico). As entrevistas serão realizadas através da aplicação de grades de questões (gerais e específicas) correspondendo a cada um dos tipos de atores contemplados no estudo, e que serão elaboradas a partir das primeiras observações de pesquisa e de algumas entrevistas exploratórias, realizadas com a finalidade de proceder aos ajustes necessários dos questionários.

Encaminhar a pesquisa através apenas da realização de entrevistas não é suficiente, no entanto, em vista do objetivo geral que é o de reconstituir a natureza e as regras do jogo que se estabelece entre os campos político-parlamentar e jornalístico, na disputa que engajam pelo

sobre o modo de operar do jornalismo político. Neste sentido, se justifica o “mergulho” no estudo da evolução da cobertura jornalística dos assuntos do Poder Legislativo, o trabalho devendo situar-se entre as questões relacionadas à evolução do exercício do jornalismo de natureza política e as questões pertinentes aos modos e técnicas da comunicação política.

¹⁰ Até o momento o trabalho consistiu na verificação e coleta quotidiana, ao longo de 2004 e 2005, das informações sobre as atividades da Assembléia Legislativa e de seus deputados divulgadas tanto pelos serviços de comunicação daquele Poder como pelos jornais estudados.

controle dos mecanismos presidindo à construção da informação política-legislativa. Não basta ouvir o que os atores têm a dizer sobre as percepções de suas atividades, sobre as estratégias que constroem em vista dos objetivos que visam, sobre os desafios que se impõem no jogo político-midiático do qual fazem parte.

Observar os comportamentos e as atitudes dos atores no momento mesmo em que elas se engajam, compreender os mecanismos pelos quais tomam suas decisões, entender a lógica que os move no processo de produção e controle da informação parlamentar, são procedimentos necessários ao pesquisador se pretende afastar, ao máximo possível, os riscos da subjetividade que implicam este tipo de investigação acadêmica; ou se quer evitar as armadilhas que se erguem ao longo do caminho a ser percorrido, como por exemplo, tomar por dado conclusivo o que não passa de um elemento se oferecendo à investigação; ou então, como nos alerta Charron (1994, 376), confundir os diferentes pontos de vista e “fornecer como explicação dos comportamentos explicações do senso comum que os atores eles mesmo tratam de fornecer”. É neste sentido que a complementação de instrumentos de coleta de dados¹² – observação dos atores no próprio campo de ação e ainda a série de entrevistas – permite melhor captar as verdadeiras manobras subentendidas nas estratégias de cada indivíduo ou grupo e as relações de interdependência que se estabelecem entre os mesmos em função dos objetivos que perseguem no contexto da produção e difusão da informação político-parlamentar.

Bibliografia

Bourdieu (Pierre): *Sur la télévision*, Paris, Liber Éditions, 1997.

¹¹ Nos inspiramos, neste particular, no trabalho de sociologia do jornalismo de Cyril Lemieux, *Mauvaise presse: une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Editions Métailié, Paris, 2000, particularmente do capítulo 4.

¹² Evidentemente, esta pesquisa se apoiará igualmente na consulta de um certo número de obras, documentos, artigos e trabalhos universitários relativos ao tema.

Charron (Jean): *La production de l'actualité - une analyse stratégique des relations entre la presse parlementaire et les autorités politiques*, Québec, Les Editions du Boréal, 1994.

Galvani (Walter): *Um século de poder: os bastidores da Caldas Júnior*, Porto Alegre, Mercado Aberto, 1995.

Lemieux (Cyri): *Mauvaise presse: une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Éditions Métailié, 2000.

Neveu (Érik): *Sociologie du journalisme*, Paris, La Decouverte, 2001.

Padioleau (Jean G.): «Système d'interaction et rhétoriques journalistiques», *Sociologie du Travail*, Paris, v.76, n.3, 1976.

Petrarca (Fernanda R.): *Meios de comunicação e rede de relações no Rio Grande do Sul*, Porto Alegre, 2005 (mimeo).

Classificação das bases conceituais para validação de instâncias e atributos a serem utilizados na elaboração de sistema digital de busca de fontes jornalísticas ¹

Walter Teixeira Lima Junior ²

Resumo: O paper contém a primeira parte da pesquisa aplicada no pós-doutorado visando à produção de software para pesquisa e validação qualitativa de fontes de informação jornalística³. O texto versa sobre memória biológica, decision making e conceitos fundamentais para escolha de uma fonte jornalística: natureza da fonte, credibilidade, prestígio e atualidade. Eles permeiam e influenciam a escolha (tomada de decisão) por parte do profissional que necessita de uma fonte para realizar seu trabalho jornalístico. Eles foram classificados, categorizados, estruturados e relacionados visando servir de parâmetros confiáveis e consolidados para que um software consiga, a partir deles, realizar a tarefa de seleção das melhores opções de fontes jornalísticas, sem que esse processo contenha os vícios apontados por pesquisadores da área.

Palavras-chave: Fontes, jornalismo, tecnologia, ciências cognitivas, memória biológica

Introdução

O projeto de pós-doutorado “Formação das bases conceituais e criação de UML (Unified Modeling Language) visando à produção de software para pesquisa e validação qualitativa de fontes de informação jornalística” é dividido em três partes essenciais. Na sua primeira fase, há a descrição das propriedades dos conceitos que permeiam,

¹ Parte do projeto, em andamento, de pós-doutorado na Universidade Metodista de São Paulo “Formação das bases conceituais e criação de Unified Modeling Language (UML) visando à produção de software para pesquisa e validação quantitativa de fontes de informação jornalística.

² Professor do Programa de Pós-Graduação da Cáspes Líbero e pós-doutorando em Comunicação e Tecnologia UMEP. Doutor em Jornalismo Digital pela ECA/USP e coordenador do Grupo de Pesquisa Aplicada na Comunicação (PESAC). Atualmente trabalha na Assessoria de Imprensa da USP.

³ A sua metodologia está baseada no cruzamento das áreas que envolvem a comunicação social, ciências da computação, neurociência, psicologia cognitiva e antropologia, com a tarefa classificar as fontes jornalísticas utilizadas em um jornal diário no que tange a natureza, a credibilidade, o prestígio e a atualidade, analisando a importância desses conceitos na qualidade da informação jornalística. A partir dessa análise, será estruturado o UML (Unified Modeling Language), servindo de base para definição de programas que serão utilizados na produção de softwares de pesquisa e validação qualitativa de fontes de informação jornalísticas.

teoricamente, as escolhas de fontes jornalísticas por profissionais da mídia impressa: a natureza, a credibilidade, o prestígio e a atualidade. É necessário ressaltar que nas mídias eletrônicas, como a televisiva e radiofônica, outras variáveis são levadas em consideração para se escolher uma fonte, como, por exemplo, a estética da fonte ou/e facilidade dela para se comunicar oralmente.

No campo do jornalismo, utilizo a taxonomia realizada pelos pesquisadores da área. Nilson Lage, Brain McNair e Manuel Pinto são os principais autores na parte da conceituação de fontes jornalísticas e uso também as definições de precisão jornalística contidas nas obras do pesquisador americano Philip Meyer.

A partir da extração das quatro variáveis, que os pesquisadores acima apontam para mesmas distinções e terminologias (confrontando as suas investigações), essa pesquisa buscou na psicologia cognitiva⁴ teorias e procedimentos para estruturar esses conceitos com base nas estratégias de tomada de decisão e de julgamento humano. O ser humano toma uma decisão através da seleção de uma alternativa visando produzir um resultado que lhe é favorável, portanto, sob a perspectiva do tomador da decisão⁵.

Mas até que ponto o profissional utiliza todas as possibilidades de raciocínio dedutivo ou indutivo na busca de um resultado melhor?

Atualmente, o jornalista cumpre uma jornada de trabalho, muitas vezes, excessiva e com várias tarefas a serem realizadas em tempo reduzido. O profissional sente-se pressionado a tomar decisões rápidas sem levar em consideração todas às possibilidades.

Portanto, o jornalista se vale da Heurística, para obter um resultado, mesmo com

⁴ *A psicologia cognitiva é a ciência, um ramo da psicologia que estuda a cognição, o processo mental que hipoteticamente está por detrás do comportamento. É uma das disciplinas da Ciência cognitiva. Está área de investigação cobre diversos domínios, examinando questões sobre a memória de trabalho, atenção, percepção, representação de conhecimento, raciocínio, criatividade e resolução de problemas.*

⁵ YATES, J.F. **Judgment and Decision Making**. NJ: Prentice-Hall in: BECHTEL, Willian; GRAHAM, George. A companion to cognitive science. EUA: Blackwell Publishing, 1990

informações incompletas e recursos limitados. Então, ele pesquisa, mentalmente, através de um universo de possibilidades, mas a evolução dessa pesquisa pode ser incerta e incompleta. Heurística é o atalho mental que torna mais leve a carga cognitiva de tomar decisões, mas também possibilitam uma chance muito maior de erro⁶, para resolver o problema.

Nesse processo, de tomada de decisão para escolha de uma fonte jornalística, há a interferência de outros fatores como a má formação cultural ou profissional, além da própria característica comportamental humana: acomodação. Essas variáveis agindo sozinhas ou em conjunto, conduzem para a teoria da racionalidade limitada, em que os limites cognitivos induzem o tomador de decisão a recorrer a um modelo simplificado do mundo com o qual interage. O critério fundamental desta teoria é a noção de *satisficing*, cujo pressuposto é de que o indivíduo trabalha tendo em vista um resultado satisfatório, embora não necessariamente ótimo.

No processo decisório da escolha das fontes jornalísticas, encaixamos o trabalho do jornalista, que procura, geralmente, um “resultado satisfatório, embora não necessariamente ótimo”. Essa sistemática tem afetado a qualidade do jornalismo praticado e, conseqüentemente, sua credibilidade, pois não cumprem algumas funções primordiais do jornalismo, como a isenção, a precisão, a produção de informação confiável e de relevância social.

Fontes : Instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público que fornecem informações para dar origem a conteúdos jornalísticos.⁷

⁶ STERNBERG, Robert J. **Psicologia Cognitiva**. Porto Alegre: Artes Médicas, 2002, p 343

⁷ LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

As fontes são pessoas, são grupos, são instituições sociais, ou são vestígios - discursos, documentos, dados - por aqueles deixados ou construídos. As fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista, para quadros espaço temporalmente situados. (Gomis, 1991: 59)

*Em suma, as fontes a que os jornalistas recorrem ou que procuram os jornalistas, são fontes interessadas, quer dizer, implicadas em táticas e estratégias determinadas. E se há notícias isso deve-se, em grande medida, ao fato de haver quem queira que certos fatos sejam tornados públicos.*⁸

As fontes são mais importantes para o processo de produção de notícias que o próprio jornalista, uma vez que são as fontes que oferecem a matéria-prima da notícia. Além disso, o jornalista renomado constrói sua carreira em função da rede de relações com suas fontes. O estudo dos emissores, na perspectiva do *newsmaking*, considera que, no atual contexto de produção de informações, é necessário que seja ampliada a visão convencional do conceito de emissor. Assim, é correto afirmar que, além da imprensa, do rádio e da TV, as agências de notícias, as fontes institucionais de informação e as assessorias de comunicação e imprensa são consideradas emissoras.⁹

Para chegar ao produto da escolha, o profissional mesclou, necessariamente, informações do ambiente que interage com informações armazenadas em sua memória biológica.

Portanto, o estudo também incorpora uma investigação pela Neurociência, onde encontra parâmetro científico para estabelecer relações entre memória biológica, processos de decisão (decision making) e os métodos e critérios jornalísticos de escolha

⁸ GOMIS, Lorenzo. **Teoría del Periodismo: Cómo se Forma el Presente**. Barcelona: Paidós, 1991

⁹ http://www.pepe-rodriguez.com/Publica_estud/Saccomori_1_perinves.htm

de uma fonte por um profissional. Essa área do conhecimento humano já avançou profundamente no entendimento de como funciona os sistemas complexos de memória e fornecem elementos importantes para a compreensão de como e porque se decide por uma fonte jornalística.

Ambiente

No caso do ambiente, o jornalista da atualidade se vale para obter informações sobre possíveis fontes jornalísticas de mecanismos digitais de buscas via rede de computadores, banco de dados (internos e externos), instant messenger, agendas eletrônicas e impressas, via telefone, indicação de outros profissionais, assessorias de imprensa, press release, orientações contidas nas pautas e observação de conteúdos informativos publicados e veiculados na mídia massiva.

Essa percepção de mundo, representada através de vários dispositivos de coleta de informação, se junta à memória biológica. A partir desse momento, os cruzamentos de informações são realizados na busca da melhor alternativa, levando-se em consideração o tempo necessário para se produzir o conteúdo informativo, facilidade de contato com a fonte, adequação dela à linha editorial do veículo e, no caso de rádio e televisão, questões estéticas.

Para que o resultado dessa busca seja satisfatório do ponto de vista do interesse e da relevância social da informação, deve conter os conceitos: natureza da fonte (origem), credibilidade, prestígio e atualidade.

Portanto, a definição dos atributos pertencentes a esses conceitos é importante para se construir uma escala de valor, visando construir parâmetros que possam ser aferidos e testados.

Fontes são escolhidas pelo jornalista

No modelo atual de negócio, em grande parte dos veículos de comunicação - desde pequenos até conglomerados de mídia - o jornalista (repórter), ou na função de editor, é o elo da cadeia de produção industrial da notícia. É ele que decide o que entra ou não entra na formação do conteúdo jornalístico.

Qual o objetivo do jornalista? Para obter algum resultado, o jornalista trabalha com a informação, que é sua matéria-prima. Para existir notícia é necessário primeiro que haja uma informação de interesse universal. O consumidor da notícia pode não estar interessado no produto final da notícia, na sua embalagem ou conteúdo ideológico, mas quer obter a informação que ela deve obrigatoriamente ter. A notícia é a matéria prima do jornalismo, pois somente depois de conhecida ou divulgada, é que os assuntos aos quais se refere podem ser comentados, interpretados e pesquisados.¹⁰

Vários processos decisórios, incluídos na cadeia de produção da notícia, estão em poder do jornalista, como o da seleção de temas a serem abordados; a escolha de fontes de informação (selecionar e qualificar como interlocutor válido); o questionamento da fonte; a coleta de dados (depoimentos); a estrutura das informações conforme contexto; a utilização de técnicas de produção (exemplo: roteiro para uma reportagem de televisão) e como o conteúdo será entregue ao consumidor. Porém, é na produção da pauta¹¹ que a procura por fontes é iniciada.

¹⁰ LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

¹¹ *Primeiro roteiro para a produção de textos jornalísticos e material iconográfico*. In *Manual de Redação da Folha de São Paulo*, PubliFolha, São Paulo, 2001 p.46

O processo de produção de qualquer tipo de conteúdo jornalístico começa com a elaboração da pauta. Essa fase consiste na listagem dos principais objetivos a serem alcançados na confecção da matéria noticiosa, como hipóteses a serem verificadas e angulação que a notícia irá adotar.¹²

Na realização da matéria, cabe ao jornalista a tarefa de encontrar fontes que tenham credibilidade, atualidade e que valide a informação obtida. A fonte é importante para fornecer veracidade à matéria jornalística e ajudar na compreensão do fato pela sociedade. Para que esse objetivo seja alcançado, o profissional deve verificar se a fonte é confiável, se ele pode verificar a informação por ela passada, avaliando a maturidade (se tem experiência consolidada no assunto abordado pela pauta), se tem proximidade com o assunto, se é a melhor autoridade (no sentido de conhecer o assunto) e se é possível saber o que outra fonte pensa da fonte contatada.

Memória biológica: informação apreendida e armazenada

Todo ser vivo tem capacidade e diferentes configurações de sistemas de memória. O ser humano tem um dos sistemas mais complexos e o mais evoluído, pois sua constituição estrutura o que denominamos por consciência.

O jornalista vale-se da sua memória para armazenar, recuperar e relacionar dados como contexto fornecido pela “realidade concreta”. Esse processo, como mostrado acima, pode ser realizado utilizando métodos de decisão que buscam soluções “ótimas”, seja pelo caminho da análise da seleção de todas as possibilidades ou da heurística. Mas ambos os processos se estruturam a partir das capacidades da memória biológica.

¹² LAGE, Nilson. op.cit.

Partindo de uma perspectiva evolutiva, Georges Chapouthier¹³ explica que o termo memória pode assumir dois sentidos. No restrito, é a capacidade que certos seres vivos têm de armazenar, no sistema nervoso, dados ou informações sobre o meio que o cerca, para assim modificar o próprio comportamento.

Em uma acepção mais ampla, porém, a memória é também todo traço deixado no mundo ou nos componentes deste por determinado evento. Falamos assim de traços, resíduos ou fósseis bem como de memória genética, citoplásmica ou imunológica. E existem ainda as memórias artificiais criadas pelo ser humano.

As memórias são guardadas sob a forma de modificações nas relações específicas entre neurônios e não como alterações em moléculas ou neurônios específicos para a memória¹⁴.

Para Laroche¹⁵, durante muito tempo se pensou que os mecanismos fundamentais das funções mentais superiores, como, por exemplo, a memória, escaparia a qualquer análise biológica, mas atualmente compreendemos melhor como as diferentes formas de memória se organizam e quais são os circuitos e as estruturas do cérebro envolvidas.

Progredimos na análise dos mecanismos da comunicação intra e intercelular e da plasticidade neuronal que participam da formação e conservação dos traços mnemônicos¹⁶.

¹³ CHAPOUTHIER, Georges. **Registros evolutivos**. In: Viver mente & cérebro, n.2, Edição Especial, São Paulo, SP: Duetto Editorial, 2005, p. 9

¹⁴ FUSTER, Joaquim. **Arquitetura de rede**. In: Viver mente & cérebro, n.2, Edição Especial, São Paulo, SP: Duetto Editorial, 2005, p. 27

¹⁵ LAROCHE, Serge. **Marcas da identidade**. In: Viver mente & cérebro, n.2, Edição Especial, São Paulo, SP: Duetto Editorial, 2005, p. 43

¹⁶ *Consolidação do traço mnemônico (ou engrama, a marca que a memória de um fato ou de uma ação deixa no cérebro)*

Então, a memória é constituída por vários sistemas que tratam e armazenam componentes específicos da informação. Em condições normais, esses subsistemas colaboram entre si: um mesmo evento pode ter conteúdo semântico e episódico e uma mesma informação pode ser representada sob forma explícita e implícita.

Várias regiões do cérebro tratam de diferentes dimensões da informação e as colocam na memória sobre diversos conteúdos. Mas essas regiões estão reunidas por redes temporárias ou permanentes, nas quais a lembrança como um todo se baseia. Portanto, não somos conscientes de todas as nossas memórias ao mesmo tempo (LAROCHE, 2005, pág 37,39)

Parte essencial do processamento da informação realizado pelo cérebro não é consciente, e, portanto, não podemos nos dar conta desse processo. A tomada de consciência da forma e da cor de um lápis, por exemplo, resulta de diversas operações cerebrais que permitem reconhecer e identificar o objeto. Em contrapartida, os mecanismos que nos fazem estender a mão em direção ao lápis são inconscientes.¹⁷

Para a recuperação de tais conteúdos, é primordial o entendimento de como funciona o sistema da memória humana, conhecendo os seus tipos e as suas múltiplas e interligadas funções. O estudo dos mecanismos da memória é necessário para que se possa ter confiabilidade nos resultados obtidos.

O estudo da memória é uma preocupação central na neurociência e nas ciências da cognição. Na neurociência, a memória é estudada por neurofisiologistas para determinar as mudanças sinápticas que será a base para plasticidade neural, e por biólogos moleculares para determinar os processos moleculares que governam o comportamento sináptico. Nas ciências da cognição, a memória é estudada pela ciência da computação que está interessada em construir sistemas eletrônicos de aprendizagem e pelos psicólogos cognitivos para entenderem a performance da memória humana.¹⁸

¹⁷ SQUIRRE, Larry; KANDEL, Eric. **Memória não-consciente**. In: Viver mente & cérebro, n.2, Edição Especial, São Paulo, SP: Duetto Editorial, 2005, p. 50

¹⁸ BECHTEL, Willian; GRAHAM, George. **A Companion to Cognitive Science**. BlackWell, EUA, 1999, p. 85

Mas o que é memória? Para muitos pesquisadores, é a habilidade para re-coletar a consciência, para lembrar o que aconteceu há dias, semanas ou anos¹⁹. Já para Henry L. Roediger III and Lin M. Goff²⁰, a memória é uma palavra simples que se refere a um conjunto complexo e fascinante de habilidades que pessoas ou outros animais possuem, capacitando-lhes a aprender por meio de uma experiência e reter o que eles aprenderam. Na memória, uma experiência afeta o sistema nervoso, deixa resíduo ou traços, e muda mais tarde o comportamento. Tipos de memória são tremendamente variadas; então, também, são as técnicas usadas nas ciências da cognição para pesquisá-las.

Memória é o processo pelo qual o que é aprendido pode ser retido (armazenado) com a possibilidade de ser recuperado mais tarde. Muito do que os humanos conhecem sobre o mundo não é construído no tempo do nascimento, mas é adquirido através de experiências. A informação apreendida, armazenada no cérebro como memória e é disponível mais tarde para ser recuperada.²¹

Para Iván Izquierdo²², ao contrário do que se pensa comumente, o processo de memorização não acontece apenas quando se apreende algo novo, ou se recorda de algo. Todo tipo de informação é formação de memória, pois o cérebro funciona 24 horas por dia.

A informação apreendida, portanto, armazenada, vai ajudar na construção da consciência. Apesar do termo e do processo de aquisição de consciência ainda serem indefiníveis quando se utiliza o rigor científico, muitos acreditam que sob esse nome escondem-se muitas coisas, entre elas as memórias, níveis de atenção e outras atividades,

¹⁹ LE DOUX, Joseph. **Sinaptic Self: how our brains become who we are**. Penguin book, New York, 2002, p 97

²⁰ ROEDIGER III, HENRY L.; GOFF, Lin M. **Memory**. In: BECHTEL, Willian; GRAHAM, George. A Companion to Cognitive Science. BlackWell, EUA, 1999, p. 250

²¹ SQUIRE, Larry. **Human Neuropsychology Memory**. In: WILSON, Robert A., KEIL, Frank. The MIT Encyclopedia of the Cognitive Sciences. The MIT Press. EUA, 1999, p. 520

²² IZQUIERDO, Ivan. **A Mente Humana**. In: Revista Multiciência. < www.multiciencia.unicamp.br/art01_3.htm> Acessado em 19 de junho de 2005

propriedades e características do tecido nervoso. Joseph Le Doux²³ afirma que sem os processos de aprendizagem e memória, a personalidade poderia ser meramente um vazio, expressão empobrecida da constituição da nossa genética. Aprender nos permite transcender os nossos genes.

Hoje, nós que estudamos as Neurociências e vemos através desse estudo o quanto avançamos e o quanto ainda ignoramos sobre a mente humana, nos surpreendemos que poucos anos atrás pudessem ter existido idéias tão fantasmagóricas sobre ela.²⁴

Porém, para Ivan Izquierdo²⁵, a mente humana abrange muito mais do que a memória. Nas funções mentais participam a percepção, o nível de alerta, a seleção do que queremos perceber, recordar ou aprender, a decisão sobre o que queremos fazer ou deixar de fazer, a vontade, a compreensão, os sentimentos, as emoções, os estados de ânimo e tudo aquilo que é englobado sob os conceitos de inteligência e consciência. Todas estas variáveis são fortemente influenciadas pelas memórias e vice-versa; mas são entidades separadas da mesma e com mecanismos próprios.

Tipos

A idéia que a memória não é uma única faculdade da mente não é propriamente nova. Podem-se encontrar expressões dessa idéia em escritos de psicólogos e de filósofos há mais de um século. Por exemplo, anota-se, freqüentemente, que Maine de Biran escreveu em 1804 sobre a memória mecânica, a memória sensível e a memória representativa.

²³ LE DOUX, Joseph. **Sinaptic Self: how our brains become who we are**. Penguin book, New York, 2002, p. 9

²⁴ IZQUIERDO, Ivan. **A Mente Humana**. In: Revista Multiciência. < www.multiciencia.unicamp.br/art01_3.htm> Acessado em 19 de junho de 2005

²⁵ Ibid.

Willina James (1890) escreveu capítulos separados sobre memória e hábitos em seu livro *Princípios da Psicologia*. Outro importante escritor foi Bérghson (1910), focando sobre hábitos.²⁶

Portanto, os estudos sobre as memórias não são tão recentes, mas as pesquisas avançaram bastante para saber onde se localizam e entender suas funções e tipos, além de mensurar os tempos de duração e os conteúdos.

*Todas as informações captadas são armazenadas no cérebro. Porém, para cada sorte de informação existe um tipo de memória, por isso acredita-se que existam tantas memórias quantas são as experiências acumuladas. A memória está localizada em muitos lugares do cérebro. Cada tipo tem seu local diferente.*²⁷

Para Ivan Izquierdo²⁸, do ponto de vista de seu conteúdo, existem basicamente dois grandes tipos de memória: as declarativas ou explícitas (um texto, um fato, um evento, muitos fatos, rostos, conhecimentos) e as memórias de procedimentos ou implícitas, que muitos denominam também hábitos, e que adquirimos e evocamos de maneira mais ou menos automática.

*As memórias que persistem denominam-se memória de curta duração e memória de longa duração, declarativas ou procedurais. A primeira dura de 30 minutos a 6 horas, e a segunda, muitas horas, dias ou anos. Neste último caso denomina-se também remota. O processo de formação da memória de longa duração requer uma seqüência de passos moleculares que duram várias horas, durante as quais é suscetível a numerosas influências. A memória de curta duração é o processo que mantém a memória funcionando durante esse tempo em que a de longa duração não adquiriu sua forma definitiva.*²⁹

Já Joseph Le Doux utiliza os termos implícito e explícito, para nomear as memórias de procedimento e declarativa, respectivamente. Para o pesquisador francês, elas não são, por elas próprias, completamente neutras. Elas são emprestadas de um estudo de memória, onde é agora amplamente reconhecido que o sistema cerebral envolvido na forma explícita, memórias

²⁶ SQUIRE, Larry R. *Memory systems of the brain: A brief history and current perspective*, 2004, p. 171. Disponível em www.sciencedirect.com.

²⁷ IZQUIERDO, Ivan. **O Mecanismo da Memória**. Universia. Disponível em www.universia.com.br/materia/materia.jsp?materia=6979

²⁸ IZQUIERDO, Ivan. **Tipos e mecanismos de memória**. Revista Mente e Cérebro. São Paulo: dez. 2004. p. 81-87

²⁹ Ibid.,

acessíveis conscientemente é distinta de uma variedade de outros sistemas que são capazes de apreender e guardar informações implicitamente, que significa dizer sem ser de modo consciente.³⁰

Conceituar e classificar atributos

No dicionário Houaiss, encontramos as definições dos verbetes natureza³¹, credibilidade³², prestígio³³ e atualidade³⁴. Contudo, as definições etimológicas não englobam as classificações, instâncias e atributos necessários para se fazer às distinções necessárias para enquadrá-los dentro do campo do jornalismo.

Para elaborar esses conceitos³⁵, é utilizada algumas classificações e tipificações de fontes, catalogadas por Nilson Lage e por Brian McNair, citado por Manuel Pinto, em Fontes Jornalísticas: contributos para o mapeamento de campo. São os dois mais completos textos, que contribuem com os seus conceitos para catalogação dos elementos que compõem as fontes.

Também são espelhadas teorias da psicologia cognitiva, principalmente, na parte de formação de conceitos e processos de julgamento. “O julgamento de valores e propriedades necessitam ser combinados para fazer a escolha final” (EYSENCK, 1990, p.82)

Natureza

³⁰ LE DOUX, Joseph. **Sináptic Self: how our brains become who we are**. Penguin Book, New York, 2002, p. 28

³¹ *Condição original*

³² *Atributo, qualidade, característica de quem ou do que é crível; confiabilidade*

³³ *Grande influência exercida por pessoa ou coisa sobre outra(s) pessoa(s) e reconhecimento das qualidades de algo ou alguém; admiração, respeito*

³⁴ *Qualidade do que oferece interesse atual*

³⁵ *São aspectos ou propriedades de coisas que facilitam a comparação e explicação de similaridade*

Entre todos os quatro conceitos importantes para se realizar um processo de escolha de fonte jornalística pertinente para elaboração de um conteúdo informativo de relevância social, a natureza da fonte é o nó inicial de uma rede de conexões possíveis. Através desse conceito atingi-se às instâncias e atributos que vão ser valorados e escolhidos em busca de uma decisão “ótima”. Sem saber a origem da fonte, não é possível alcançar outros conceitos, como credibilidade, prestígio e atualidade.

É importante ressaltar que esses conceitos são adquiridos, pelo jornalista, do real (da representação de que ele faz do real), ou seja, do “concreto” transferindo-os para a abstração (mente).

As pessoas têm uma tendência a assumir que conceitos têm essências e que a identificação (superficial) das características dos conceitos é ligada com a profundidade, propriedades essenciais do conceito. Levando isso em conta, as pessoas podem usar similaridade heurísticamente porque as coisas que são superficialmente similares são frequentemente similares em muitas fundamentais formas³⁶.

Na figura 1, procura-se, elaborada de modo simplificado, mostrar as instâncias que compõem esse conceito e revelar as possíveis conexões funcionais entre elas. “As escolhas requerem o estabelecimento dos atributos relevantes e a estratégia para integração das informações sobre os atributos para um julgamento global/total sobre cada objeto. Então, os julgamentos podem ser compactos e a decisão final alcançada. (EYSENCK, 1990, p.90)

³⁶ EYSENCK, Michael W. **Blackwell Dictionary Cognitive Psychology**. Massachusetts: Basil Blackwell, 1990, p.82

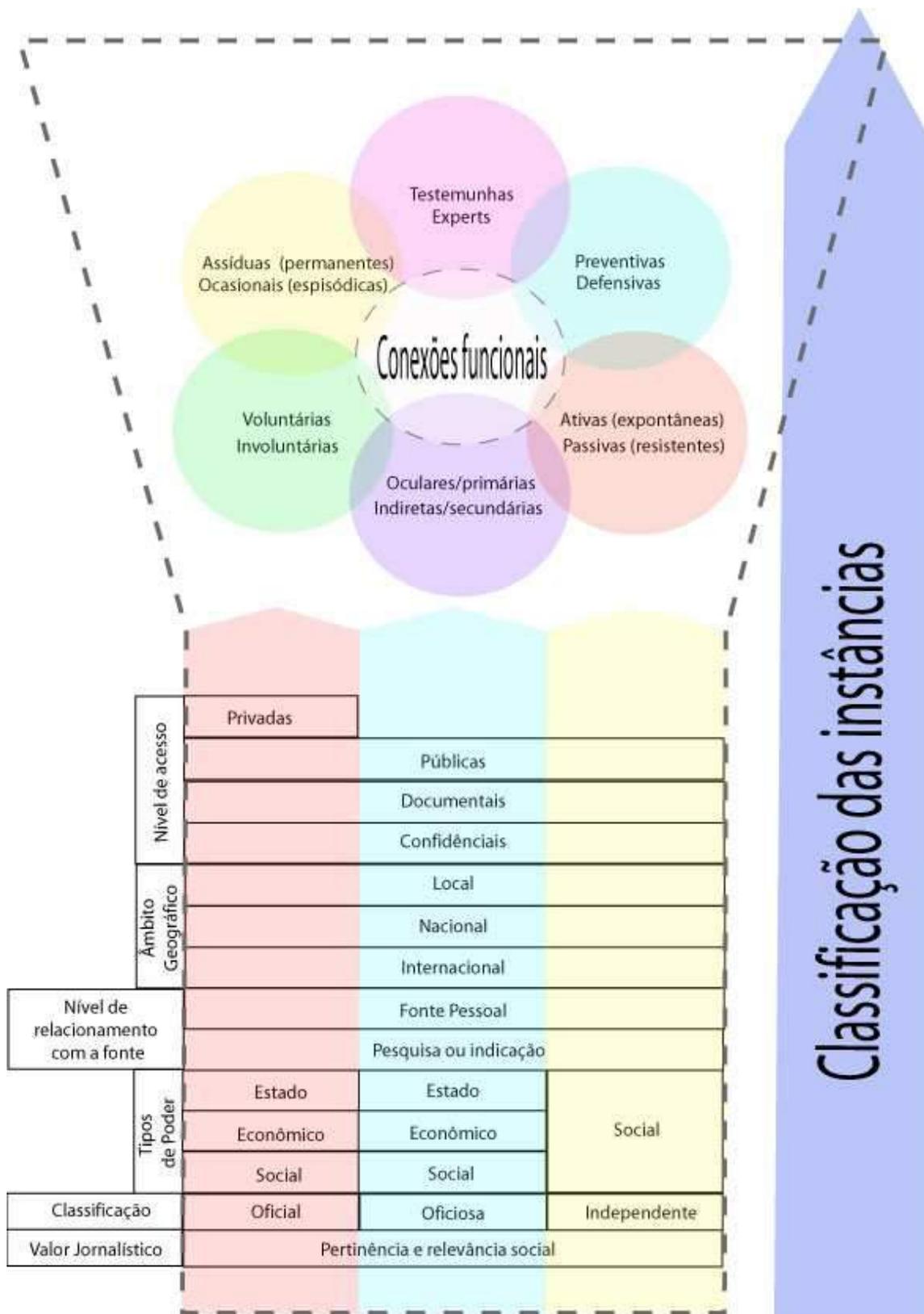


Figura 1

Credibilidade, prestígio e atualidade

Esses três conceitos dependem exclusivamente da percepção do jornalista, após sua análise contemplar as instâncias contidas no conceito natureza. Na psicologia cognitiva, *Person Peception* se refere a um sub-campo da psicologia social (social cognition)³⁷ que é preocupada com as formas que o ser humano usa a informação sobre as outras pessoas para formar impressões, fazer julgamentos, antecipar comportamentos e interagir (EYSENCK, 1990, p.271)

O observador (jornalista) tende a projetar seus próprios atributos nos outros, no caso, a fonte, analisando a aparência facial, o estilo de vestir, o tipo de corpo (linguagem do corpo) e a confiança com que a fonte passa as informações.

Considerações finais

O paper mostra a primeira parte da pesquisa, que tem o objetivo de simplificar as formas de solucionar problemas de decisão na escolha de fontes jornalísticas, conceituando variáveis e as transferindo para uma versão computacional, constituídas de sistemas inteligentes digitais.

Eles ajudariam na busca de uma decisão “ótima”, ou seja, encontrar uma fonte jornalística adequada, pertinente e sem conter algumas variáveis indesejáveis, como a acomodação humana e/o jogo de interesses. Segundo estudiosos na área do jornalismo, essas variáveis prejudicam a qualidade do jornalismo praticado e, conseqüentemente, sua

³⁷ *Social Cognition é preocupada com a função que processos cognitivos age no envolvimento interpessoal*

credibilidade, pois não cumprem algumas funções primordiais do jornalismo, como a isenção, a precisão, a produção de informação confiável e de relevância social.

Para conceituar natureza, credibilidade, prestígio e atualidade, das fontes jornalísticas, se utilizou a taxonomia da área do jornalismo, com o aporte de teorias da área da psicologia cognitiva (decision making, person perception e social cognition), com incursões na Neurociência (memória biológica) e modulação do conceito em atributos e instâncias.

A partir da formação de uma tabela de conceitos, valores e relacionamentos, tendo como base as áreas acima citadas, será possível modular um sistema com base na UML e, posteriormente, a produção de um programa computacional para ser utilizado nas redações jornalísticas.

Bibliografia

BECHTEL, Willian; GRAHAM, George. **A Companion to Cognitive Science**. BlackWell, EUA, 1999.

CHAPOUTHIER, Georges. **Registros evolutivos**. In: Viver mente & cérebro, n.2, Edição Especial, São Paulo, SP: Duetto Editorial, 2005.

EYSENCK, Michael W. **Blackwell Dictionary Cognitive Psychology**. Massachusetts: Basil Blackwell, 1990.

FUSTER, Joaquim. Arquitetura de rede. In: Viver mente & cérebro, n.2, Edição Especial, São Paulo, SP: Duetto Editorial, 2005.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del Periodismo: Cómo se Forma el Presente**. Barcelona, 1991

IZQUIERDO, Ivan. **A Mente Humana**. In: Revista Multiciência. < www.multiciencia.unicamp.br/art01_3.htm> Acessado em 19 de junho de 2005.

IZQUIERDO, Ivan. **O Mecanismo da Memória**. Universia. Disponível em <www.universia.com.br/materia/materia.jsp?materia=6979>. Acessado em 19 de junho de 2005.

IZQUIERDO, Ivan. **Tipos e mecanismos de memória**. Revista Mente e Cérebro. São Paulo: dez. 2004.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LAROCHE, Serge. **Marcas da identidade**. In: Viver mente & cérebro, n.2, Edição Especial, São Paulo, SP: Duetto Editorial, 2005.

LE DOUX, Joseph. **Sinaptic Self: how our brains become who we are**. Penguin Book, New York, 2002.

ROEDIGER III, HENRY L.; GOFF, Lin M. **Memory**. In: BECHTEL, Willian; GRAHAM, George. A Companion to Cognitive Science. BlackWell, EUA, 1999.

SQUIRE, Larry R. **Memory systems of the brain: A brief history and current perspective**, 2004, p. 171. <Disponível em www.sciencedirect.com.> Acessado em 19 de junho de 2005.

SQUIRE, Larry. **Human Neuropsychology Memory**. In: WILSON, Robert A., KEIL, Frank. The MIT Encyclopedia of the Cognitive Sciences. The MIT Press. EUA, 1999.

SQUIRE, Larry; KANDEL, Eric. **Memória não-consciente**. In: Viver mente & cérebro, n.2, Edição Especial, São Paulo, SP: Duetto Editorial, 2005.

STERNBERG, Robert J. **Psicologia Cognitiva**. Porto Alegre: Artes Médicas, 2002.

YATES, J.F. **Judgment and Decision Making**. NJ: Prentice-Hall in: BECHTEL, Willian; GRAHAM, George. A companion to cognitive science. EUA: Blackwell Publishing, 1990

Configurações espaciais no telejornal

Yvana Fechine ¹

Resumo: Preocupados em construir um maior envolvimento dos seus apresentadores com os conteúdos enunciados, os telejornais brasileiros têm buscado cada vez mais estratégias que produzem um efeito de continuidade espaço-temporal entre o estúdio e a rua. Para isso, estão apelando, com frequência cada vez maior, tanto para o deslocamento de um dos seus apresentadores para locações externas quanto para o uso do monitor de plasma que permite uma interlocução direta dos apresentadores com os repórteres posicionados nos *links* espalhados pela cidade. Com tais procedimentos, os telejornais almejam a neutralização da oposição interno *vs.* externo, e a conseqüente construção de um espaço sem qualquer correspondência empírica: nem aqui (estúdio), nem alhures (locações externas). Este artigo propõe-se a mostrar, a partir da teoria da enunciação, como se constroem essas novas configurações espaciais e como, a partir delas, os telejornais investem na produção de um efeito de presença.

Palavras-chave: telejornal, enunciação, espaço, proximidade, presença.

I. Introdução

Preocupados em propor um maior envolvimento dos apresentadores do telejornal com os conteúdos enunciados, os telejornais brasileiros têm buscado cada vez mais estratégias que produzem um efeito de continuidade espacial entre o estúdio e a rua. Para isso, um procedimento adotado com frequência cada vez maior por muitos telejornais é o deslocamento de um dos seus apresentadores para locações externas, construindo assim um outro ponto de referência na ancoragem do noticiário. Para evidenciar a existências de dois pontos distintos, a partir dos quais os âncoras proferem suas falas, um recurso utilizado é a divisão da tela em duas, posicionando os apresentadores lado a lado e permitindo, com isso, que conversem entre si, alternando os turnos de fala do mesmo modo que fariam se estivessem dividindo a bancada do telejornal. Um outro recurso empregado para construir essa proximidade espacial vem

¹ Jornalista e professora da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). É também pesquisadora do Centro de Pesquisas Sociosemióticas (PUCSP – USP – CNRS) e do Grupo de Pesquisa em Mídia e Cultura Contemporânea (UNICAP).

sendo a incorporação, especialmente a partir dos anos 90, do monitor de plasma aos cenários dos telejornais. Graças ao uso desses monitores, os apresentadores podem intervir mais diretamente da exibição das reportagens, assim como conversar com repórteres e convidados posicionados em *links* pela cidade. Nas duas situações, o emprego desses recursos tecnológicos na transmissão está geralmente associado a estratégias de reconstrução do espaço que buscam, em última instância, produzir um efeito de presença.

A condição para a produção desse sentido de presença entre os sujeitos envolvidos no ato comunicativo, assim como entre estes e o objeto da comunicação (o acontecimento, o fato referencial), é a busca por uma deliberada indistinção entre os espaços do enunciado e da enunciação². Para entender como isso se dá é preciso, no entanto, identificar no telejornal as três categorias instauradas em qualquer processo de discursivização: pessoas, espaços, tempos. Todo ato de enunciação pressupõe um sujeito e é torno dele que o tempo e o espaço, igualmente pressupostos, organizam-se. Se um *eu* é a fonte da enunciação, o espaço no qual este enuncia é o *aqui* e tempo, o *agora*. A enunciação é, portanto, o lugar de um *eu*, de um *aqui* e de um *agora*, a partir dos quais se definem, por projeção, as mesmas categorias no enunciado. É possível, desse modo, estabelecer relações entre enunciado e enunciação a partir de cada uma das categorias constitutivas do discurso.

Toda enunciação pressupõe um *eu* (quem fala), denominado enunciador, e um *tu* (para quem o *eu* fala), denominado enunciatário. Estes actantes da enunciação podem, no entanto, ser projetados (instalados) ou não no enunciado. Na primeira situação,

² A enunciação pode ser definida como uma instância de mediação que permite a passagem das estruturas semióticas virtuais às estruturas realizadas sob a forma de um discurso. É, em outras palavras, uma instância lingüística logicamente pressuposta pela própria existência de um enunciado que carregará em si “marcas” (indicações) de sua enunciação (Greimas & Courtés 1983:145). Se a enunciação é o ato de “colocação em discurso”, o enunciado é o que dele resulta. A enunciação está para a “produção” assim como o enunciado está para o “produto”. Para uma apresentação geral da teoria da enunciação, veja Fiorin 1996.

instaura-se no enunciado um *eu* que diz *eu*, determinando a construção de um narrado. Quando este reconhece a existência de um *tu* (alguém a quem o *eu* diz *tu*), instala-se um narratário. O ocultamento dos sujeitos enunciator e enunciatário produz um efeito de objetividade, como se o discurso fosse um discurso sem origem (uma história contada por “ninguém” e para ninguém). A projeção desse *eu* no enunciado produz, ao contrário, um efeito de subjetividade próprio das narrativas em primeira pessoa. Já o tempo do enunciado define-se por relações de concomitância ou não-concomitância com o tempo da enunciação. No último caso, haverá uma relação de anterioridade ou posterioridade em relação ao *agora* da enunciação. O espaço do enunciado, por sua vez, pode ser pensado a partir da relação de exterioridade ou não-exterioridade (interioridade) em relação ao espaço da enunciação. Quando os espaços pressupostos da enunciação e do enunciado coincidem, temos a instauração de um mesmo *aqui*. Do contrário, estamos diante da configuração de um *alhures* (um “ali” ou “lá”) por oposição ao *aqui* (ou “cá”) pressuposto no ato de enunciação. Vejamos agora, a partir desses pressupostos básicos, como se dá a enunciação no telejornal, começando pela instauração do tempo por sua implicação direta na construção do espaço nos gêneros da transmissão direta.

II. O espaço construído pelo tempo

A partir de uma perspectiva semiótica, o telejornal pode ser tratado como um enunciado englobante (o noticiário como um todo) que resulta da articulação, por meio de um ou mais apresentadores, de um conjunto de outros enunciados englobados (as notícias) que, embora autônomos, mantêm uma interdependência. Podemos assim, em outros termos, conceber o telejornal como um conjunto que emerge justamente da articulação dessas sucessivas unidades numa instância enunciativa que as engloba. Nas

suas mais variadas formas – reportagens gravadas, entrevistas no estúdio, entradas “ao vivo”, gráficos, material de arquivo, etc. –, todos os enunciados englobados (unidades) organizam-se em função desse enunciado englobante implícito (todo) porque estão inseridos, e são articulados entre si, numa mesma temporalidade definida pelo início e pelo fim do programa. Essa temporalidade corresponde à duração, continuamente no presente, na qual se dá a própria transmissão do telejornal. Essa duração da transmissão corresponde, do ponto de vista enunciativo, ao *agora* do ato de enunciação que instaura o enunciado englobante (o telejornal propriamente dito). Como em qualquer procedimento de discursivização, esse *agora* da enunciação corresponderá a um “momento zero” da “colocação em discurso” e é em relação a ele que o tempo dos conteúdos enunciados irá se definir como concomitante ou não-concomitante.

Por se tratar de um conjunto (englobante) que só se manifesta, concretamente, por meio das suas unidades (englobadas), o telejornal exige que se pense a relação de concomitância ou não-concomitância com o *agora* da sua enunciação a partir de cada uma das seqüências gravadas ou diretas que formam o todo. Na análise do telejornal, isso implica em observar, inicialmente, se cada enunciado englobado situa-se no mesmo *agora* da enunciação do enunciado englobante ou se, ao contrário, situa-se num *então* em relação a tal momento. Para que o enunciado englobado situe-se num mesmo *agora* da enunciação é preciso admitir, de modo geral, que ele está se fazendo discursivamente no mesmo momento que o enunciado englobante. O que significa dizer, em outras palavras, que este enunciado englobado corresponde necessariamente a uma seqüência direta (“ao vivo”). Quando o enunciado englobado situa-se num *então* em relação ao “momento zero” da enunciação (relação de anterioridade) é porque, ao contrário, não está mais se fazendo no mesmo momento que o enunciado englobante e trata-se, portanto, de uma seqüência previamente gravada.

Em função da estrutura recursiva do telejornal, o apresentador não se constitui, no entanto, no único actante (pessoa) desse macroenunciado que é o telejornal. Todo o telejornal se organiza a partir da delegação de voz que um *eu* (quem fala) explicitamente instaurado no enunciado englobante confere a novos actantes definidos no nível dos enunciados englobados. Empiricamente, o modo mais freqüente de se estabelecer no telejornal esta delegação de voz é a convocação pelo apresentador de um repórter ao qual cabe a narrativa do fato. Toda delegação de voz ou delegação actancial envolve necessariamente duas possibilidades temporais: o actante que delega a voz pode posicionar o actante delegado em um tempo concomitante ou em um tempo não-concomitante ao seu próprio. Quando a seqüência é direta (entrada “ao vivo” do repórter), a delegação actancial é feita sem que haja um deslocamento temporal: repórter e apresentador, no caso, compartilham o mesmo *agora* enunciativo. Esta concomitância é inscrita no enunciado englobado pela logomarca “vivo” no canto da tela.

Quando analisamos, ao contrário, uma seqüência gravada inserida no telejornal direto, a delegação actancial pressupõe necessariamente um deslocamento temporal no momento de fala, já que o actante que delega (apresentador) e o actante delegado (um repórter, por exemplo) posicionam-se em tempos não-concomitantes. Ou seja, o procedimento de delegação de voz produz também, nesse caso, o recuo a um momento anterior ao *agora* instaurado pelo telejornal, uma vez que quem assume a fala o faz num tempo passado em relação ao presente da instância delegadora³. Tais procedimentos produzem, antes de mais nada, a instauração de efeitos de sentido de maior ou menor proximidade entre o ato de enunciação e o conteúdo enunciado. As situações que nos

³ Uma vez instalados no interior dos enunciados englobados, os actantes delegados (um repórter, por exemplo) podem, por sua vez, propor ou não novos deslocamentos temporais em relação ao momento no qual eles próprios falam. Para ter uma descrição mais completa da construção do tempo no telejornal, veja Fechine 2001, 2006.

interessam aqui, no entanto, correspondem apenas àquelas em que a delegação de voz de um actante a outro se dá sem deslocamento temporal. O que só ocorre quando, no jargão jornalístico, o apresentador “chama” um repórter para uma entrada “ao vivo”. Nesse caso, temos a instauração do que aqui distinguiremos como *tempo atual* e *tempo real*, associados respectivamente à produção de um efeito de imediaticidade na divulgação das notícias e ao sentido de presença, mencionados anteriormente.

Como a maioria dos fatos noticiados por um telejornal não ocorre enquanto o programa está no ar, a transmissão direta passa a ser parte fundamental de estratégias que visam simular uma proximidade temporal entre a sua ocorrência e sua transmissão pelo telejornal. A configuração do *tempo atual* está associada a essas situações nas quais um repórter entra “ao vivo” para falar de algo que ele próprio situa em um momento anterior (passado) em relação ao presente do telejornal e, conseqüentemente, não-concomitante com o *agora* da sua transmissão. Quando isso ocorre, geralmente, o repórter fala “ao vivo” do mesmo lugar no qual se deu o fato reportado e as duas configurações mais freqüentes são as seguintes: 1) o repórter dá todas as informações por meio de um *stand-up*; 2) o repórter dá as últimas informações “ao vivo” e chama uma reportagem gravada que ele mesmo (ou outro) fez sobre o fato noticiado horas antes do telejornal ir ao ar. É muito comum ainda o telejornal mostrar uma reportagem gravada feita por um determinado repórter e, depois da sua exibição, chamá-lo numa entrada “ao vivo” em um dos cenários mostrados na matéria para dar as últimas informações relacionadas ao caso.

Qual o sentido, em última instância, dessas situações em que o telejornal constrói um tempo atual? Ora, o repórter fala de algo que não é concomitante ao seu momento de fala, mas seu momento de fala coincide com o momento de fala do apresentador, já que ele faz uma entrada “ao vivo”. Os dois compartilham, portanto, de

uma mesma duração: estão inseridos no *agora* do telejornal. Como o repórter também está inserido nesse *agora* da duração da transmissão do telejornal, é como se tudo aquilo sobre o qual ele fala fosse também alçado ao presente no qual se dá o seu momento de fala. Assim, por meio dessa estratégia de inserção do repórter e do apresentador no mesmo *agora* em que se dá transmissão promove-se a *atualização* de um fato passado ao presente do telejornal. Colabora para a construção desse efeito de continuidade temporal a inserção do repórter, no ato da enunciação, no mesmo espaço ao qual se refere no conteúdo enunciado (espaço da enunciação = espaço do conteúdo enunciado). A adoção dessa estratégia de construção de uma continuidade espaço-temporal resulta, por fim, em um efeito de maior proximidade entre o conteúdo enunciado e o próprio ato de enunciação por meio do qual se diminui a distância entre o fato jornalístico e sua divulgação pelo telejornal.

A configuração do *tempo real*, por sua vez, está associada a situações nas quais um telejornal registra e exhibe um acontecimento que está se dando no momento mesmo em que está sendo transmitido pela TV. Nesses casos, apresentador e repórter compartilham um mesmo *agora*; situam seu momento de fala numa mesma temporalidade (o presente do telejornal). Estão inseridos assim numa mesma duração: uma duração na qual tanto está *se fazendo* aquilo sobre o qual ambos falam quanto o próprio telejornal (a duração da transmissão). Inserindo destinadores e destinatários numa temporalidade que é tanto do discurso (da TV) quanto do “mundo” (dos fatos), a transmissão faz da sua própria duração a instância de interação, na qual se instaura um tipo de “contato”, de “acesso direto”, entre os sujeitos (ou entre estes e a “realidade”). A continuidade espaço-temporal propiciada pela transmissão direta é capaz de instaurar, na duração em que essa operação técnica estabelece, instaurar um espaço sem qualquer correspondência no mundo natural, um espaço proposto, exclusivamente, como um

lugar de interação entre sujeitos. Trata-se aqui de um “lugar” que só possui existência na tela da TV como manifestação intangível do espaço criado pelo tempo da própria transmissão para acolher seus actantes.

A partir da instauração desse “lugar”, tributário da duração da própria transmissão, o telejornal aciona outras diferentes estratégias de encontro, seja entre os próprios apresentadores, quando, em coberturas especiais dispostos em locações distintas, seja entre estes e os repórteres na configuração mais habitual do noticiário. No espaço forjado pela articulação de dois ou mais *links* “ao vivo”, os telejornais reúnem ainda líderes comunitários e autoridades, políticos de diferentes posições, convidados ou repórteres em diferentes posições físicas para discutir um mesmo tema. O espaço simbólico criado pela transmissão funciona, nesses casos, como uma autêntica tribuna, uma espécie de fórum, enfim, como um lugar de diálogo, já que a temporalidade comum aos vários *links* estabelece uma espécie de co-presença entre todos os sujeitos envolvidos na comunicação. Nesse “lugar” sem qualquer correspondência empírica, o telejornal reconstrói o espaço, sobretudo, como uma vivência do tempo.

Para mostrar como, no limite, a transmissão direta pode se constituir nesse “lugar” de interação, tomaremos como exemplo um momento raro na TV brasileira em que dois telejornais locais, o NETV e o SPTV⁴, veiculados em 07 de julho de 2001, foram exibidos, respectiva e simultaneamente, em Pernambuco e em São Paulo, por meio da articulação de *links* entre os dois estados. Nessa edição, o SPTV elegeu como tema principal a migração de nordestinos para São Paulo motivada pelo recrudescimento da seca no Nordeste. Para tratar do assunto, o apresentador do SPTV, Chico Pinheiro dividiu o comando do segundo bloco do telejornal com o colega Chico José, que apresentou o NETV. Não haveria nada de excepcional nisso se Chico José e

⁴ NETV e SPTV são os nomes, respectivamente, dos telejornais locais da Rede Globo em Pernambuco e em São Paulo.

Chico Pinheiro não estivessem geograficamente separados por quase três mil quilômetros quando apresentaram, juntos, o telejornal. Mas que telejornal exatamente? Nesse dia, o SPTV e o NETV transformaram-se, momentaneamente, em um só telejornal que não foi propriamente transmitido nem de Recife, nem de São Paulo e foi, ao mesmo tempo, transmitido dos dois e para os dois estados. Por meio de duas “janelas”, que dividiam simetricamente a tela, Chico Pinheiro e Chico José alternavam seus momentos de fala, comentando e introduzindo a exibição tanto de reportagens sobre a seca feitas em Pernambuco, pelos repórteres do NETV, quanto matérias feitas pelos profissionais do SPTV sobre as condições dos migrantes em São Paulo. Posicionados em plano e contraplano nas “janelas”, que dividiam a tela e tentavam sugerir uma interação face a face entre os dois, os apresentadores enfatizavam, por meio de suas falas, a constituição desse espaço que, logicamente, não tinha uma correspondência empírica possível: *“Chico José, boa tarde. São Paulo hoje está aí em Pernambuco”*, diz Chico Pinheiro ao que o seu colega responde *“Boa tarde, Chico, o Nordeste também está aí em São Paulo”*.

Ora, o que o SPTV e o NETV fizeram nessa edição conjunta foi evidenciar, exemplarmente, a natureza semiótica do espaço que a transmissão direta de todo telejornal constrói. Nesta edição, o telejornal obliterou a própria figurativização do ambiente físico (um estúdio que lhe dá identidade), a partir do qual se dá a sua transmissão. No momento em que Chico José e Chico Pinheiro estavam no ar, de que local, afinal, estava sendo transmitido aquilo que se via? Qual era o estúdio que nos servia como ponto de referência para oposições espaciais instauradas pelo telejornal? Nesse caso, não havia outro espaço de referência que não o da própria tela, na qual víamos os dois apresentadores através de duas “janelas” e em planos necessariamente mais fechados, que desreferencializavam por completo o ambiente físico no qual cada

um deles estava falando. Chico Pinheiro e Chico José só podiam se encontrar, literalmente, no ar: ou seja, o que os fazia parecer “estar juntos” em um mesmo “lugar” era tão somente a duração da transmissão direta do telejornal. Foi no tempo, portanto, que se construiu, virtualmente, o espaço discursivo do encontro. Constituiu-se assim um lugar que só existia enquanto construção formal de uma temporalidade compartilhada pelos dois apresentadores quer se considerasse uma dimensão discursiva (o mesmo *agora*) ou uma dimensão comunicativa (o tempo crônico da transmissão).

Nessa edição especial do NETV/SPTV, a dissolução do espaço de referência (estúdio) dos dois programas foi deliberada, já que a pretensão era justamente construir um telejornal “entre” Recife e São Paulo, um noticiário que não era nacional, mas que também não era mais local. Tratava-se, nesse caso, de um telejornal que, em um momento particular, almejava uma “dupla identidade”, a partir dessa desreferencialização espacial. Nos telejornais nacionais ou locais, que adotam em coberturas ou edições especiais o deslocamento de um dos seus apresentadores para um *link* externo, observa-se, a despeito disso, a preocupação em preservar espaço de reconhecimento e identidade do telejornal. É justamente por essa razão que um dos apresentadores é mantido no estúdio e que a construção desse duplo ponto de referência da enunciação é cuidadosamente evidenciada para o telespectador com chamadas que convocam a nova locação (“agora vamos falar direto da Alemanha” ou “voltamos agora à Alemanha com as notícias da Copa”, por exemplo). Esse “lugar” forjado pela transmissão é geralmente manifesto pela apresentação dos *links* em uma tela dividida, no entanto, o emprego do monitor de plasma no estúdio torna mais evidente para o espectador a natureza simbólica desse espaço de trânsito forjado pela transmissão.

Quando é utilizado, o monitor de plasma permite que o telejornal figurativize a própria transmissão como essa instância ou “lugar” de interação. Nesses momentos em

que uma tela (monitor no estúdio) é incrustada em outra tela (da própria TV) constrói-se, no interior do próprio enunciado, essa suspensão da oposição interno vs. externo própria à enunciação do telejornal. Como resultado dessa engenhosa estratégia enunciativa, já não se pode mais tratar a relação entre os espaços do enunciado e da enunciação em termos de exterioridade e não-exterioridade (interioridade), pois aquele que estava “fora” do estúdio é alçado ao seu interior por meio do monitor de plasma disposto no cenário, independentemente de se tratar de um repórter, de um convidado ou um outro apresentador. Este último não perde seu papel actancial em função desse deslocamento espacial e, permanecendo como ponto de referência da enunciação (um *eu*), contribui ainda mais para a uma nova configuração do espaço da enunciação. Manifesta-se assim, com a ajuda do monitor de plasma, o imbricamento dos espaços do enunciado (o espaço no qual as notícias acontecem, ou *realizam-se*) e da enunciação (o espaço no qual o telejornal acontece, ou *realiza-se*), o que contribui para colocar o telejornal mais próximo dos fatos (simulacro de envolvimento) sem impor riscos à sua identidade. Vejamos agora, do ponto de vista enunciativo, quais são as configurações que resultam em tais efeitos.

III. Nem aqui, nem ali

Como Marrone (1998), partimos da proposição geral de que, no telejornal, o *aqui* da enunciação é o estúdio do qual é transmitido. Define-se em relação ao *aqui* da enunciação (=estúdio) um *lá* do enunciado que corresponde, em cada caso, ao lugar em que se realiza a reportagem ou transmissão direta externa. É em torno desse *aqui* da enunciação, no qual costuma se localizar os narradores do telejornal (*eu* que diz *eu*), que se articulam categorias semânticas espaciais de fundamental importância, o interno e o

externo. O modo como se constrói o interno/externo no telejornal é responsável, em grande medida, pela produção de um outro par categorial de natureza tanto espacial quanto temporal e, nos dois casos, estreitamente ligado à produção de efeitos de presença, *continuidade vs. descontinuidade*. É inegável o efeito de descontinuidade produzido pela a estratégia enunciativa do telejornal fundada numa alternância do espaço interno da enunciação (do estúdio) e do espaço externo do conteúdo enunciado (das reportagens). É evidente também que toda a credibilidade do telejornal depende justamente do deslocamento dos seus repórteres até “o local dos acontecimentos” propondo, com isso, uma maior proximidade dos fatos (conteúdo enunciado). No entanto, a estratégia que aproxima os repórteres dos fatos por posicioná-los nesse espaço exterior (*lá*) produz, ao mesmo tempo, um distanciamento dos apresentadores daquilo que também enunciam a partir de um espaço interno de referência (*aqui*). Esse distanciamento é um resultado direto da descontinuidade entre os espaços do enunciado (locações) e da enunciação (estúdio)⁵. Como neutralizar, então, essa oposição de base em prol da construção do efeito de proximidade que nos interessa?

O caminho encontrado pelos telejornais vem sendo a construção de uma deliberada confusão entre o *aqui* (cá) e o *alhures* (lá), explorando as situações já descritas anteriormente em que, de modo simbólico, a rua “invade” o estúdio. A instauração de um “lugar” de interação por meio da articulação dos *links* externos com o estúdio permite a construção de duas outras categorias, chamadas subcontrárias, derivadas da disposição em um quadrado semiótico⁶ da oposição de base *aqui vs. alhures* (ali). Fundado em operações lógicas e na pressuposição de que o sentido surge

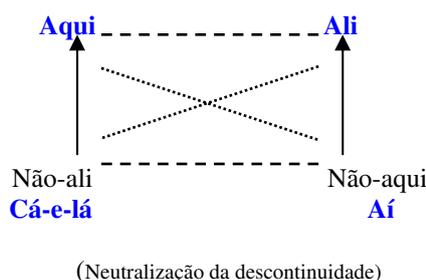
⁵ Não desconhecemos, aqui, a existência de enunciados-notícia que se realizam no próprio estúdio, como as entrevistas com convidados. Nesse caso, o espaço do enunciado coincide com o da enunciação (um mesmo *aqui*). Para fins de análise, preferimos, no entanto, generalizar a oposição entre espaço do enunciado/espaço da enunciação não apenas por se tratar da configuração mais freqüente, mas também porque é nela que o problema da descontinuidade espacial se impõe e passa, portanto, a nos interessa como objeto de análise.

⁶ “O quadrado semiótico é uma representação visual das relações que entretêm os traços distintivos constitutivos de uma dada categoria semântica” (Floch 2001: 19).

das diferenças, o quadrado semiótico estrutura-se, inicialmente, a partir de uma relação de contrariedade entre termos em que um se define por oposição ao outro numa mútua pressuposição, como no caso do par categorial *aqui* vs. *alhures* (termos contrários). O quadrado envolve também uma operação de negação de um termo pelo outro, ou seja, uma relação de contradição de uma categoria com uma outra que se define pela ausência dos seus traços. No caso que nos interessa, temos então as contradições fundamentais e *aqui/não-aqui* e *ali/não-ali*, das quais surgem os termos subcontrários do esquema lógico. A última etapa de construção do quadrado prevê uma relação de mútua implicação (complementaridade) entre os termos, agora, a partir da possibilidade que existe da negação de um produzir a asserção do outro: afirmar que um sujeito não está *aqui*, por exemplo, é admitir como possível que ele está *alhures* (ali). Se pensarmos a organização relacional dos diferentes espaços construídos pelo telejornal a partir de um quadrado semiótico, teremos então o esquema representado pela figura 1:

Quadrado semiótico

Figura 1



Convenções:
 Contrariedade - - - - -
 Contradição ········
 Implicação →

As posições subcontrárias que emergem desse esquema lógico correspondem, nas configurações enunciativas descritas até aqui, àqueles momentos em que o telejornal se esforça para neutralizar a descontinuidade espacial. Essas posições subcontrárias do

quadrado semiótico correspondem, empiricamente, às situações em que o telejornal promove o deslocamento de um dos seus apresentadores para um link externo ou àqueles momentos em que estabelece uma interação entre os apresentadores no estúdio e repórteres/convidados dispostos em locações externas de onde falam “ao vivo”. Na primeira configuração, o telejornal, ao instaurar dois pontos de referência da enunciação, investe na construção de um *aí*, uma indicação espacial cujo significado depende a cada momento da posição actancial considerada. Nesse caso, já não se pode mais considerar tão somente o estúdio como a figurativização imediata do espaço da enunciação, uma vez que o *eu* da enunciação (o apresentador deslocado não perde seu papel actancial em função do deslocamento) não se encontra permanentemente neste espaço. Instaura-se, assim, a partir da posição e do turno de fala de cada apresentador um novo espaço de referência. Ou seja, o local que corresponde ao espaço da enunciação depende, a cada momento, do *eu* que diz fala, o que, no conjunto, promove um efeito de maior envolvimento do telejornal com o objeto da sua cobertura especial. O próprio rompimento com a configuração espacial cotidiana (ordinária) já estabelece, por si, um caráter extraordinário à edição e, conseqüentemente, aos fatos noticiados.

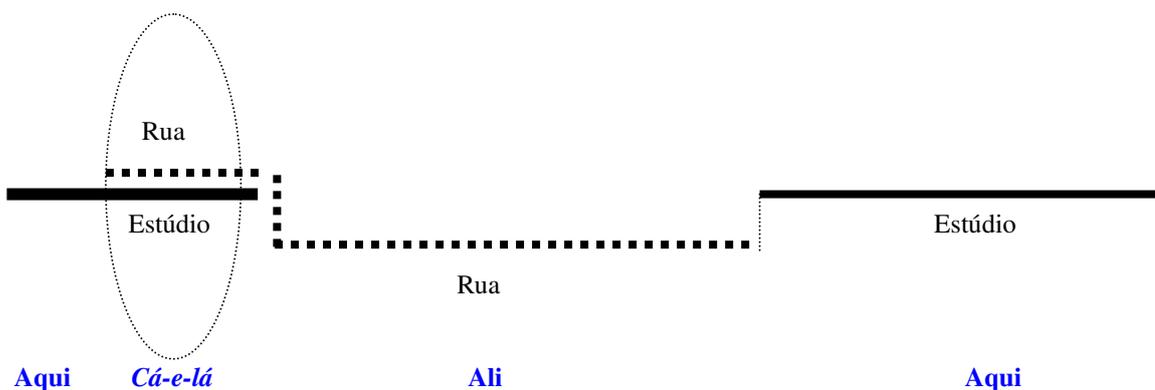
Esse deslocamento de um dos apresentadores para uma locação externa é, no entanto, um procedimento reservado às coberturas especiais, como uma Copa do Mundo. Em muitos telejornais, um caminho utilizado mais sistematicamente para obliterar essa descontinuidade espacial constitutiva do modelo enunciativo do telejornal é, como vimos, o uso do monitor de plasma. Por meio desse dispositivo, os apresentadores também ganharam a possibilidade de intervir nas situações fora do estúdio e de participar das entrevistas realizadas pelos repórteres nesses *links* externos. Nestes casos, eles costumam dirigir-se diretamente aos entrevistados, voltando-se para a imagem do repórter e do convidado que aparece no telão e ficando numa posição

ligeiramente de costas para o espectador. Na tela do espectador, o que se tem neste momento é um enquadramento em plano geral do estúdio do telejornal e, por meio da figurativização desse diálogo realizado com a ajuda do monitor, a instauração de um espaço de referência na enunciação que se define justamente entre o interior e o exterior, um *cá-e-lá*. As figuras 2 e 3 representam, graficamente, a configuração enunciativa desse entremeio (espaço “entre”).

O efeito de continuidade espacial produzido por esse tipo de situação se converte, no telejornal, em um modo de presença (um “estar aí”) decorrente de um efeito de proximidade de duas ordens: 1) proximidade do fato: quem assume mais imediatamente a delegação de voz do sujeito enunciador — seja o apresentador propriamente dito, seja o repórter que assume este papel — está sempre onde está a notícia (ampla presença do aparato jornalístico); 2) proximidade entre sujeitos: através do telão, o apresentador conversa tanto com os repórteres, quanto com as autoridades e representantes da comunidade como se não houvesse, literal e metaforicamente, uma “distância” entre eles; como se estivessem no mesmo espaço enunciativo. Instaura-se, com isso, um efeito de “estar frente a frente aqui e agora” responsável por distintos modos de interações tanto entre os destinadores quanto destes com os destinatários da comunicação. Mais do que uma estratégia de deslocamento do espaço interno ao externo e vice-versa, o que o monitor de plasma propicia, a partir dos seus variados usos no telejornal, é um “borramento” deliberado das fronteiras entre os espaços da enunciação e dos enunciados, promovendo, em última instância, uma estratégia geral de aproximação dos enunciadores do telejornal com os conteúdos que noticiam.

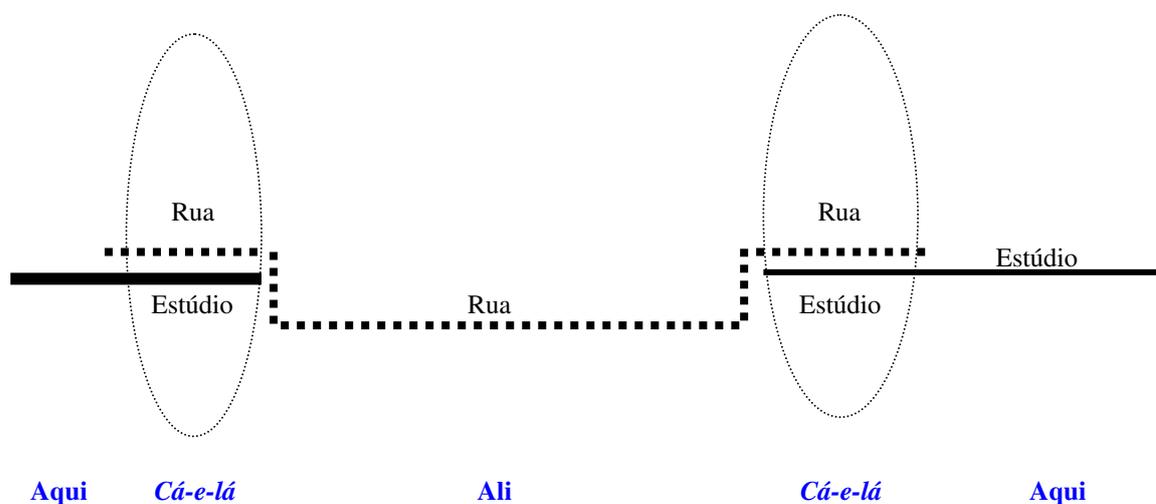
Configurações espaciais com o uso do monitor de plasma

Figura 2



Descrição das situações: 1) Repórter/convidado e apresentador interagem por meio do monitor de plasma (um “encontro” virtual), introduzindo uma seqüência gravada ou “ao vivo” em locação externa. No término da seqüência, o telejornal é retomado do estúdio. 2) Apresentador 1 (estúdio) e apresentador 2 (locação) interagem por meio do monitor de plasma e, a seguir, o apresentador 2 assume o comando do telejornal a partir do *link* externo. No término das seqüências, o comando do telejornal é reassumido pelo apresentador 1 sem novo contato com o apresentador 2.

Figura 3



Descrição das situações: 1) Repórter/convidado e apresentador interagem por meio do monitor de plasma (um “encontro” virtual), introduzindo seqüência gravada ou “ao vivo” em locação externa. No término da seqüência, repórter/convidado e apresentador voltam a conversar entre si por meio do monitor. 2) Apresentador 1 (estúdio) e apresentador 2 (locação) interagem por meio do monitor de plasma e, a seguir, o apresentador 2 assume o comando do telejornal a partir do *link* externo. No término das seqüências, os apresentadores voltam a conversar entre si por meio do monitor e o comando do telejornal volta ao apresentador 1.

Convenções:

Estúdio (aqui) ———

Rua/locação externa (ali) - - - - -

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- GREIMAS, Algirdas Julien & COURTÉS, Joseph (1983). *Dicionário de semiótica*, trad, Alceu Lima et. al.. São Paulo: Cultrix.
- FECHINE, Yvana (2006). Tendências, usos e efeitos da transmissão direta no telejornal. In: DUARTE, Elizabeth e DIAS, Maria Lília (orgs.), *Televisão: entre a academia e o mercado*. Porto Alegre: Sulina.
- _____ (2001). *Televisão e presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta em gêneros informativos*. Tese de doutorado, Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica – PUCSP.
- FIORIN, José Luiz (1996). *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Ática.
- FLOCH, Jean-Marie (2001). Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral, Documentos de Estudo do Centro de Pesquisas Sociosemióticas. São Paulo: Edições CPS.
- MARRONE, Gianfranco (1998). *Estetica del telegiornale*. Roma: Meltemi.