

## **Jornalismo / Periodismo**

---

## Fotografia e valor-notícia: o caso Mércia Nakashima no jornal “Folha de S. Paulo”

ANTONIO FERREIRA DOS SANTOS & MARIA OGÉCIA DRIGO

antonio.santos@prof.uniso.br; maria.drigo@yahoo.com.br  
*Universidade de Sorocaba (Uniso)*

### Resumo

O artigo apresenta resultados de pesquisa que desenvolvemos e tem como tema a questão das fotografias presentes nas notícias do jornal impresso “Folha de S. Paulo”, dos períodos do desaparecimento e morte de Mércia Nakashima e do julgamento do acusado, nos meses de maio e junho de 2010 e março de 2013, respectivamente, que vêm com fotos de momentos do julgamento, o primeiro a que a mídia teve acesso, no Brasil. O objetivo geral da pesquisa é avaliar o valor-notícia latente nas fotos, enquanto os objetivos específicos são os de explicitar a relação das mídias e o meio social; identificar especificidades do fotojornalismo; explicitar aspectos da linguagem fotográfica, na perspectiva de Barthes, bem como avaliar o potencial de sentidos das fotos selecionadas. Para tanto, valemo-nos de textos sobre o fotojornalismo e de análise semiótica, na perspectiva da semiótica peirceana, das fotos jornalísticas. Os resultados das análises realizadas permitem explicitar o valor-notícia preponderante e conjecturar sobre o potencial de sentidos que as imagens agregam às notícias, que podem levar o leitor/intérprete a emitir julgamentos a partir de emoções e sentimentos. Levar os profissionais da área de comunicação, notadamente os envolvidos com a fotografia no jornal, a refletir sobre o potencial de sentidos engendrados nesta modalidade de representação constitui a relevância destas reflexões.

**Palavras-Chave:** Fotojornalismo; fotografia; valor-notícia; produção de sentidos

---

### INTRODUÇÃO

O tema da pesquisa envolve o fotojornalismo, sendo que o objeto de estudo se constitui das fotografias presentes nas notícias do jornal impresso “Folha de S. Paulo”, referentes ao caso “Mércia Nakashima”. Conforme Petrucelli (2013), o julgamento do assassinato da advogada Mércia Nakashima, de 27 anos, ocorrido em maio de 2010, iniciou-se em 10 de março de 2013, por júri popular no Fórum de Guarulhos (SP). Trata-se do primeiro julgamento transmitido ao vivo, via internet, para o mundo todo. A vítima desapareceu em 23 de maio de 2010, após sair da casa dos pais em Guarulhos. O carro foi encontrado em uma represa no município de Nazaré Paulista (48 km de São Paulo), dezoito dias depois. Em seguida o corpo também foi encontrado nas águas da represa. Foram acusados como réus o ex-namorado da vítima, Mizael Bispo de Souza, e o vigilante Evandro Bezerra Silva, que teria se encontrado com o suspeito na noite do crime e tentado vender posteriormente informações para a família da vítima.

Em relação à pesquisa, realizamos um recorte que vai ao encontro das nossas experiências. Selecionamos as reportagens do período do desaparecimento e morte

de Mércia Nakashima e depois do julgamento do acusado, no jornal "Folha de S. Paulo", dos meses de maio e junho de 2010 e março de 2013, respectivamente.

Para avaliar o valor-notícia latente nestas fotos jornalísticas, faz-se necessário também explicitar a relação das mídias e o meio social; tratar de especificidades do fotojornalismo; explicitar aspectos da linguagem fotográfica, na perspectiva de Barthes, e avaliar o potencial de sentidos das imagens nos textos selecionados, considerando-se também a relação entre palavra e imagem. Deste modo, para atingir tal propósito, buscamos as notícias do período mencionado e vamos, inicialmente, criar categorias (notícias com fotos da vítima; com fotos do réu e com cenas do julgamento) e, a partir disto, selecionar uma ou duas notícias de cada grupo, bem como nos valeremos de textos sobre as mídias na contemporaneidade e sobre o jornalismo e o fotojornalismo.

Em relação ao caso, como menciona Sá (2013), havia a expectativa de um *reality show* do júri popular, anunciado como o primeiro a ser transmitido ao vivo na história da Justiça brasileira. "E não faltou espetáculo, mas só depois de horas e horas arrastadas, com a leitura de perguntas sem fim...". A transmissão, por alguns meios, era preenchida com comentários e depoimentos de especialistas. Temia-se pela execução pública do réu, o que veio pelas redes sociais. O juiz chama para si o sensacionalismo, ao se tornar o porta-voz das perguntas. Estes aspectos são passíveis de pesquisa, no entanto, o nosso recorte toma apenas as imagens – referentes ao julgamento – apresentadas no jornal mencionado.

Para este artigo, apresentamos, em linhas gerais, os gêneros fotojornalísticos e especificidades das fotos jornalísticas, na perspectiva de Sousa; bem como tratamos do fotográfico, conforme Barthes e, por fim, realizamos análises de três fotos presentes na Folha de S. Paulo, no período mencionado.

### **GÊNEROS FOTOJORNALÍSTICOS**

Conforme Sousa (2002), os gêneros fotojornalísticos, em geral, são classificados conforme a utilização de fotografias e em função do tema: notícia, arte, pessoas, moda, ciência e tecnologia, esportes e natureza e ambiente. A identificação pode ser feita pela intenção jornalística e pelo contexto de inserção da foto. O conteúdo e a forma do texto são, conforme enfatiza Sousa (2002:110), "essenciais para explicar o gênero fotojornalístico (não se pode esquecer que o fotojornalismo integra texto e fotografia)".

As fotografias de notícia, as mais presentes, se classificam em dois gêneros: *spot news* e fotografias de notícias, em geral. As *spot news* são fotografias de acontecimentos frequentemente imprevistos, que se obtém pelo fato de que o fotógrafo está presente no local em que este ocorreu e soube recortar momentos pouco prováveis. Assim, o fotógrafo precisa ser capaz de pressentir o acontecimento. A experiência do fotógrafo é imprescindível para capturar a cena com rapidez e no calor dos acontecimentos.

As fotografias de notícias, ao contrário das *spot news*, são planejadas. O profissional sabe o que vai encontrar, sabe o que e como fotografar. As notícias tratam de

entrevistas coletivas, reuniões políticas nacionais e internacionais, atividades diplomáticas congressos, comícios, campanhas eleitorais, ciência e tecnologia, artes e espetáculos, desfile de moda etc. As *photo opportunities* ou *photo ops* - as que mostram instantes cerimoniais, típicos das ocasiões de estado, durante os quais os políticos posam em grupo ou se deixam fotografar se cumprimentando -, são exemplos.

As *features*, para Sousa (2002: 114), "são imagens fotográficas que encontram grande parte do seu sentido em si mesma, reduzindo o texto complementar às informações básicas (quando aconteceu, onde aconteceu, etc.)". Estas fotografias demandam, por parte do fotógrafo, paciência e rapidez de reação e permeadas por liberdade artística e estilística. O que vai chamar a atenção do editor é uma imagem singular, frequentemente colorida, capaz de atrair imediatamente o intérprete. De modo geral, procura-se explorar o humor nestas fotografias. Obtê-las é uma tarefa árdua, pois não é possível prever onde determinado acontecimento – capaz de gerar uma *feature* – vai ocorrer, bem como produzir uma fotografia capaz de gerar sensações e significados num intérprete qualquer.

Fotografias de interesse humano, de interesse pictográfico e as fotografias de animais são os três tipos de *features* comumente presentes. Nos *features* de interesse humano, as pessoas são representadas de maneira natural, singular e bem humorada. Mostram momentos em que as pessoas pareçam autênticas, quer estejam sozinhas ou em grupos. As *features* de interesse pictográfico são aquelas nas quais a imagem vale mais pelo visual condensado pela composição da luz que pelo motivo em si. As de animais, como o próprio nome indica, retratam os animais em situações engraçadas, expressando sentimentos ou ainda em comportamentos próprios da espécie. Imagens que sensibilizam as pessoas e despertam riso ou ternura.

As fotografias de esportes, tanto podem ser fotografias de notícias em geral como *features*. Elas precisam representar ação e suscitar emoção. As fotografias de ação nos esportes são as se reportam aos instantes do jogo, como a que exhibe um futebolista no momento do gol, o árbitro quando exhibe um cartão a um jogador etc. Já as *features* de esportes, podem ser definidas aquelas em que o interesse humano se sobrepõe à ação esportiva. Um bom exemplo seria um jogador que chora depois de ter falhado um gol, o treinador que se irrita com o jogo etc.

O retrato, segundo Sousa (2002), vai ao encontro do interesse do leitor em conhecer as pessoas envolvidas nas notícias. Pelo fato de se ter uma pose, trata-se de uma fotografia com valor documental, mas que perdeu a naturalidade. O retrato pode ser individual ou coletivo e ainda há os que são ambientais, não ambientais e os *mug shots* (retrato individual não ambiental, pequenas fotografias da cara e ombros de uma pessoa).

As ilustrações fotográficas, cuja classificação como gênero fotojornalístico é controversa, podem ser fotografias únicas ou fotomontagens que apenas usam fotografias. De modo geral, são planejadas para gerar determinados efeitos, como as fotos de culinária.

Em relação às histórias em fotografias ou *picture stories*, Sousa (2002), explica que com elas, o fotojornalista procura mostrar, via imagens, o relato de um tema.

Trata-se de um gênero nobre do fotojornalismo e corresponde a uma noção completa de foto reportagem, que mostra um ponto de vista de problemas sociais, da vida de pessoas ou de acontecimentos. As fotografias precisam sinalizar o início, o meio e o fim do relato.

A foto ensaio aguça o intérprete a analisar a realidade e opinar sobre ela. Texto e foto devem se completar com o objetivo de marcar um ponto de vista. A foto reportagem, por sua vez, tem como objetivos situar, documentar, mostrar a evolução e caracterizar o desenvolvimento de uma situação real, logo, se vale de foto legenda, uma para cada foto, bem como pequenos textos.

Após a classificação, apresentamos algumas características das fotos presentes nos jornais, a partir de Sousa (1998).

### **CARACTERÍSTICAS DE FOTOS PRESENTES NOS JORNAIS**

Sousa (1998) enfatiza que o fotojornalismo é uma atividade que pode ser compreendida e descrita também por meio do estudo das fotografias premiadas em concursos nacionais e internacionais, pois estas podem delinear a trajetória do fotojornalismo e caracterizar as imagens pertinentes.

Sousa (1998) trata de especificidades das fotografias presentes nos jornais analisando resultados de pesquisas cujos objetos de estudo foram fotografias premiadas no fotojornalismo. Da primeira dessas pesquisas, a de Stephen Plunkett, de 1975, na Universidade do Tennessee, constatou-se, a partir da análise de 35 fotografias que receberam o prêmio Pulitzer, a presença de oito temas: distúrbio, violência, segurança, necessidades humanas, ameaças, idolatria, salvamento de morte e excentricidades e singularidades. Na segunda, de 1984, Lichel Singletary e Chris Lamb concluíram, em pesquisa realizada com fotografias vencedoras da *National Press Photographers Association*, que 81% das fotografias vencedoras na categoria *spot news* e de *features* tratavam de acidentes, desastres, crimes e violência. Entre os resultados de outra pesquisa, de 1992, realizada por Evelyne J. Dych e Gary Coldevin, enfatizou-se a eficácia de reportagens com fotos que geravam sensações agradáveis, alegres.

Considerando-se também outras pesquisas, Sousa (1998) considera que, de modo geral, as fotos enriquecem informativamente os enunciados verbais, sem contar que as mensagens com fotos atraem mais a atenção e são as preferidas na leitura, principalmente, as coloridas. O autor salienta ainda que as imagens fotográficas podem construir um contexto, o *frame*, de uma "estória", que pode facilitar a compreensão e manter o interesse do intérprete.

Por fim, Sousa (2002) comenta uma pesquisa realizada com quarenta "Fotos do Ano", da *World Press Photo*, de 1956 a 1995, na qual tentou explicitar os valores-notícia que as fotografias apresentavam. Estes se referem aos critérios de noticiabilidade, ou seja, a importância que um fato ou acontecimento tem na perspectiva midiática que o leva a ser noticiado.

Das análises destacam-se os seguintes resultados: 87,5% das fotos podem ser classificadas como fotos-choque e 92,5% desviam-se para a negatividade, enquanto

três delas apresentaram valor emotivo ou emocional; tensão é um valor presente em 95% das fotos; pessoas mortas ou feridas vêm em 35% delas e 5% delas apresentaram pessoas públicas como protagonistas. A violência foi o tema predominante; os planos médios preponderaram em relação ao enquadramento; as coloridas e a questão da oportunidade – a captura de um momento decisivo de uma ação ou acontecimento - predominaram também.

Assim, conforme Sousa (1998), os critérios de noticiabilidade valorados referem-se aos valores-notícia tradicionais, sendo que somente uma fotografia foi premiada pelo seu caráter estético. A intensidade confere valor como notícia para uma fotografia de um acontecimento; a tensão e a ação que geram conflito; a oportunidade ou o momento decisivo de uma ação ou acontecimento e a negatividade são outros valores.

Para Sousa (1998), a hegemonia das representações da violência se explica pela submissão da fotografia ao horror, à exploração do tabu da morte como luta comercial num ambiente de concorrência deflagrada pela concentração dos meios de comunicação. A influência histórica ainda é forte, pois está vinculada mesmo às raízes do fotojornalismo, enquanto o enquadramento predominante revela a objetividade e a manutenção pela visão da fotografia como “espelho do real”, por parte dos fotojornalistas.

A revalorização do preto e branco no fotojornalismo, em algumas fotos premiadas, parece ir ao encontro de intervenções de acadêmicos que preconizam o rompimento com práticas rotineiras e que promovem uma reassociação do fotojornalismo à arte.

Sousa (2002) menciona também que as fotos que vendem mais - as fotos de celebridades, as que enfatizam o corpo, a beleza, a juventude, o *show biz*, o *glamour* – não são premiadas, porque talvez estejam associadas aos *paparazzi*. Também estão ausentes das premiações as fotos referentes a sexo, abordagem que se resume a escândalos sexuais e similares, bem como a vida sexual de figuras públicas, que aparecem em 5% das fotos, ou seja, isto não constitui um valor para as fotos jornalísticas.

### **SOBRE O FOTOGRÁFICO E FOTOS DO CASO “MÉRCIA NAKASHIMA”**

Barthes (2006) enfatiza que a fotografia se distingue na comunidade das imagens pela força do referente e por repetir infinitamente o que ocorreu uma vez, fazendo com que esse mesmo acontecimento permaneça. Por repetições, a fotografia permite o prolongamento não contínuo da contingência (o ato de fotografar que capta um momento singular). Assim, ela não fala (forçosamente) daquilo que não é mais, mas apenas e com certeza daquilo que foi.

Essa sutileza é decisiva. Diante de uma foto, a consciência não toma necessariamente a via nostálgica da lembrança (quando fotografias estão fora do tempo individual), mas, ela ratifica o que apresenta. O leitor/intérprete é guiado por esta certeza.

Para Barthes (2006), há dois elementos copresentes na fotografia: o *studium* e o *punctum*. O primeiro corresponde a uma espécie de afeto médio que o espectador

experimenta e que o conduz a se interessar pela fotografia. O *studium* é um campo muito vasto, ao qual percebemos com bastante familiaridade de acordo com nosso repertório de vida, de saber, de cultura e está relacionado com determinado enquadramento feito pelo fotógrafo, as texturas dos objetos nas imagens, o preto e branco da fotografia, sobretudo aspectos de cunho cultural como, por exemplo: os trajes, do referente da fotografia, nos remetem a uma terminada época no tempo ou, nos reporta a um contexto de pobreza e até mesmo de riqueza. “O que experimento em relação a essas fotos tem a ver com um afeto *médio*, quase como um treino” (Barthes, 2006: 34).

O *punctum*, o segundo elemento e que rompe com o *studium*, parte da cena como uma flecha e transpassa o espectador. O *studium* “é sempre codificado, o *punctum* não” (Barthes, 2006: 60). Assim, reconhecer o *studium* é encontrar as intenções do fotógrafo e também estabelecer conexão com a foto, aprová-la ou não, compreendê-la ou não. Trata-se de uma espécie de saber e polidez que leva o intérprete ao fotógrafo ou ao *operator*. O *punctum*, por sua vez, não está relacionado com as intenções do fotógrafo, ele depende do indivíduo se sentir ferido, pungido por determinada imagem ou um elemento particular existente na fotografia.

Há fotos em que o *punctum* não se manifesta, como as imagens do fotojornalismo. Nessas imagens, conforme Barthes (2006: 50), “não há *punctum*: choque – a letra pode traumatizar –, mas nada de distúrbio; a foto pode “gritar”, não ferir. Essas fotos de reportagem são recebidas (de uma só vez), eis tudo”. Para Barthes (2006:50), “fotos de reportagem são muitas vezes fotografias unárias (a foto unária não é necessariamente pacífica)”.

A partir das teorias apresentadas, avaliamos o potencial de sentidos engendrados nas fotos que constam da “Folha de S. Paulo”, no período estipulado. Para este artigo, selecionamos três fotos. Em 28 de maio de 2010, no caderno Cotidiano 1, com o título “Polícia Civil investiga o sumiço da advogada”, o texto vem com a foto de Márcia Nakashima (Figura 1).



Figura 1: Mércia Nakashima

Fonte: Caderno Cotidiano 1 – C3 – Folha de S. Paulo de São Paulo. Disponível em <<http://acervo.folha.com.br/fsp/2010/05/28/15/>>. Acesso em 04.12.2013.

Com o título “Corpo de Mércia Nakashima é encontrado”, no caderno Cotidiano 2, de 12 de junho de 2010, o texto e imagem (Figura 2) são complementares. A notícia enfatiza que a jovem estava desaparecida desde o dia 23 de maio. A foto traz



a seguinte legenda: "Márcio Nakashima chora ao lado da represa de Nazaré Paulista (64 Km de São Paulo), onde o corpo de sua irmã foi encontrado".



Figura 2: O que os sentidos não desejam apreender?  
Fonte: Caderno Cotidiano 1 – C2 – Folha de S. Paulo, Disponível em <<http://acervo.folha.com.br/fsp/2010/06/12/15/>>. Acesso em 04.12.2013.

O julgamento, o primeiro no país a ser transmitido ao vivo por emissoras de rádio, televisão e sites, possibilitou a proliferação de imagens também de momentos do julgamento. A expressão facial do acusado (Figura 3), no transcorrer do julgamento, convida o intérprete/leitor a refletir sobre suas possíveis ações.



Figura 3: O acusado em foco  
Fonte: Caderno Cotidiano – C1 – Folha de S. Paulo. Disponível em <<http://acervo.folha.com.br/fsp/2010/03/12/15/>>. Acesso em 04.12.2013.

### **DAS INTERPRETAÇÕES...**

A primeira foto - *mug shot* -, conforme a classificação que apresentamos fundamentada em Sousa (2002), mostra a vítima, ou seja, tem um valor documental. No entanto, a pose – paradoxalmente –, sugere uma pessoa descontraída, receptiva, pois os ombros parecem estar em movimento e a boca – aberta – simboliza ordem, a força capaz de construir, de animar, no sentido de dar vida. A cor vermelha, ao fundo da imagem, intensifica esta simbologia. O vermelho incita à ação e conforme Chevalier e Gheerbrant (2008: 945), "ele é a imagem de ardor e de beleza, de força impulsiva e generosa, de juventude, de saúde, de riqueza, de Eros livre e triunfante".



Com esta foto, o leitor/intérprete com o *studium*, pode considerar o referente como uma pessoa que irradiava vida, beleza e juventude.

A cena flagrada pela foto (Figura 2), se apreendida com as palavras da legenda e o texto, leva o intérprete/leitor a imaginar a situação então presenciada. Ela causa horror a ponto da pessoa (o irmão da vítima) não desejar ver ou ouvir. Ao prostrar-se – ao ajoelhar-se –, embora esta postura possa expressar adoração, ou honra e submissão, a imagem, nesta foto, pode levar o intérprete a associar a postura à derrota, a uma dor imensa similar a de um guerreiro que tomba ferido. O gesto de proteger os ouvidos e olhar para o chão, sem ver ou ouvir, concretiza o pavor diante do fato, da morte constatada.

Tal foto pode ser classificada como uma foto de notícia, mas que tem na postura do fotografado, possivelmente, um *punctum*. A postura de prostrar-se e tentar sustentar a cabeça com as mãos, amenizando a tensão, o peso intenso sobre o corpo que com isto se curvava, atinge ou fere o leitor/intérprete.

São inúmeras as imagens disseminadas nas mídias, que mostram gestos similares diante da morte. Notável é a pintura de Munch (Figura 3), em que a menina coloca as mãos sobre os ouvidos e arregala os olhos diante dela. Ela não vê a morte atualizada, pois lhe dá as costas. Tais imagens podem incorporar a cultura visual do leitor/intérprete intensificando assim o potencial para que a postura se faça um *punctum*.



Figura 4: *The Dead Mother and the Child* (1897-99). Oil on canvas. Munch Museum, Oslo, Norway.  
Fonte: Disponível em <<http://www.abcgallery.com/M/munch/munch35.html>>. Acesso em 08.12.2013.

No transcorrer do julgamento, a face do acusado (Figura 4) também traz indícios, pistas para o leitor/intérprete. A face paralisada, com os olhos semicerrados, mostra o réu atento às instruções dadas pelo advogado de defesa. O leitor/intérprete pode avaliar a preocupação do réu com sua performance. Ele não vê o que está ao seu redor, mas entrega-se às instruções. Do ponto de vista simbólico, a face é tida como o lugar em que os pensamentos e sentimentos da pessoa estão inscritos. As palavras – do texto e da legenda – contribuem para que a face do acusado, neste caso, se torne um *punctum*.

O rosto, conforme Chevalier e Gheerbrant (2008: 790), “é um desenvolvimento, incompleto e passageiro, da pessoa (...) é a linguagem silenciosa. É a parte mais viva, mais sensível (sede dos órgãos dos sentidos) que, (...) apresentamos aos outros”.

Assim, o rosto do réu, aparentemente paralisado, pode levar o leitor/intérprete a considerá-lo uma pessoa capaz de manter o raciocínio autocontrolado, de manter a atenção, mesmo durante o julgamento, momento em que todos os aspectos do acontecimento são reavivados pelos depoimentos, imagens, arguições.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando-se que o leitor/intérprete, no processo interpretativo, toma as palavras e as imagens, no caso, das três fotos analisadas, é possível que *puncta* venham à tona. Isto faz com as fotos não sejam classificadas como unárias. Embora o acontecimento envolva violência, a foto (Figura 2) não é uma foto-choque. Ela apenas sugere o horror, a violência, a morte, quando a sua interpretação se dá vinculada às palavras.

Vale enfatizar que, com estas três fotos, pode-se delinear um cenário de violência em que uma mulher que irradiava beleza e juventude – teve seu caminhar interrompido – por uma pessoa capaz de planejar suas ações, mesmo em situações em que os sentimentos e as emoções possam ser preponderantes para a maioria dos envolvidos. Conforme Bedinelli (2013), o advogada da família da vítima, durante o julgamento, mostrou, em um telão, fotos de pessoas da família chorando no velório e do corpo retirado da represa. Nestes momentos, as pessoas da família choraram e duas das juradas se emocionaram.

Na primeira interpretação, tentamos mostrar que as fotos jornalísticas estão impregnadas de índicos, pistas que permitem ao leitor/intérprete resgatar aspectos simbólicos, compartilhados culturalmente, que ressignificam ou agregam novos significados ao fato em questão, o caso “Mércia Nakashima”.

### REFERÊNCIAS

- Barthes, R. (2006). *A câmara clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Bedinelli, T. (2013). Preso há um ano, Mizaél vai a júri amanhã. Folha de São Paulo. *Caderno Cotidiano* – C3, 10 de março de 2013. Disponível em <<http://acervo.folha.com.br/fsp/2013/03/10/15>>. Acesso em 04.12.2013.
- Chevalier, J. & Gheerbrant, A. (2008). *Dicionário de símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números*. Rio de Janeiro: J. Olympio.
- Sousa, J. P. (2002). *Fotojornalismo: Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Porto. Disponível em <[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)>.
- Sousa, J. P. (1998). *News values nas “fotos do ano” do World Press Photo: 1956-1996*. Porto. Disponível em <[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)>.
- Petrucci, M. (2013). *Julgamento do caso Mércia é o 1º júri transmitido para o mundo*. Disponível em:<[http://www.olhardireto.com.br/noticias/exibir.asp?noticia=Julgamento\\_do\\_caso\\_Mercia\\_e\\_o\\_1\\_juri\\_transmitido\\_para\\_o\\_mundo&id=310901](http://www.olhardireto.com.br/noticias/exibir.asp?noticia=Julgamento_do_caso_Mercia_e_o_1_juri_transmitido_para_o_mundo&id=310901)>. Acesso em 04.12.2013.

Sá, N. de (2013). Com foco em si, juiz participa de 'sensacionalismo' que temia. *Folha de S. Paulo. Caderno Cotidiano - C1*, 12 de março de 2013. Disponível em <<http://acervo.folha.com.br/fsp/2010/03/12/15/>>. Acesso em 04.12.2013.

Sfez, L. (2007). *A Comunicação*. São Paulo: Martins Fontes.

### **OUTRAS REFERÊNCIAS**

*Acervo da Folha*. Disponível em <<http://acervo.folha.com.br/fsp>>.

# Análisis de la fotografía en prensa: ¿Qué imágenes se publicaron en España tras la muerte de Hugo Chávez?

JESSICA FERNÁNDEZ VÁZQUEZ

jessicafdez@uvigo.es  
*Universidade de Vigo*

## Resumen

El fallecimiento de Hugo Chávez fue un suceso que tuvo una gran cobertura mediática internacional. Para acercar los hechos a los ciudadanos de todo el mundo, las imágenes se convirtieron en una herramienta fundamental gracias a su fuerza comunicativa, su atractivo visual y su poder de evocación. Por esta razón, en la presente investigación se analiza cuál ha sido la línea informativa seguida por los principales periódicos españoles a la hora de cubrir la noticia, tomando como unidad de análisis las imágenes publicadas entre los días 6 y 9 de marzo de 2013, espacio temporal que abarca desde el día posterior al fallecimiento del dirigente hasta la proclamación de Nicolás Maduro como presidente de la República Bolivariana de Venezuela. Se trata de dar respuesta a: ¿cómo trataron los distintos soportes la noticia?, ¿qué muestran las imágenes?, ¿existe uniformidad en el discurso o cada diario siguió una estrategia diferente?

**Palabras Clave:** Hugo Chávez; prensa; fotografía; periodismo

---

## INTRODUCCIÓN

El fallecimiento de Hugo Chávez, presidente de la República Bolivariana de Venezuela, el 5 de marzo de 2013 revolucionó la agenda mediática del día siguiente, acaparando las portadas de los principales medios impresos tanto nacionales como internacionales. No sólo se trataba de informar sobre los acontecimientos que rodeaban la muerte y sepelio del dirigente, sino que se abrían una serie de interrogantes políticos sobre el futuro de un país que ya viviera momentos convulsos tras hacerse público, meses atrás, el estado de salud de su presidente.

La prensa española no fue una excepción y los principales diarios de información general de pago, *ABC*, *El Mundo* y *El País* mantuvieron la noticia en portada y llegaron a crear secciones especiales dedicadas exclusivamente a cubrir el suceso durante varias jornadas. Junto a los titulares y textos, las imágenes publicadas en los tres soportes tuvieron un papel muy importante como testigos directos de la situación vivida en Venezuela, acercando a los lectores al lugar de los hechos. Partiendo de este punto común, nos preguntamos: ¿cómo trataron los distintos soportes la noticia?, ¿qué muestran las imágenes en cada caso?, ¿existe uniformidad en el discurso o se siguieron estrategias diferentes?

## OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo de este estudio es conocer cuál fue la estrategia informativa seguida por los diarios impresos con mayor tirada y difusión de España, *ABC*, *El Mundo* y *El País*<sup>1</sup> tras la muerte de Hugo Chávez y comparar los tres discursos en busca de puntos similares y divergentes. Se tomaron como unidad básica de análisis aquellas imágenes publicadas en los tres soportes mencionados durante los días 6, 7, 8 y 9 de marzo del 2013, es decir, desde el día posterior al fallecimiento del dirigente hasta el momento en que Nicolás Maduro asumía la presidencia, ya que la importancia del suceso hace que se prolongue varios días convirtiéndose “en una noticia de actualidad prolongada” (Armentía & Caminos, 2009: 218). Finalmente, la muestra quedó conformada por 104 fotografías distribuidas de la siguiente manera:

	Fecha	6/marzo	7/marzo	8/marzo	9/marzo	Total
Periódico	ABC	5	15	9	9	38
	El Mundo	4	11	4	9	28
	El País	17	9	6	6	38
<b>Total</b>		26	35	19	24	104

Tabla 1. Fuente: elaboración propia

Como herramientas de investigación se emplearán el análisis formal y de contenido aplicadas al estudio de la fotografía. Estas cobran sentido en un contexto determinado ya que “presentan el aspecto de personas, objetos, lugares o situaciones de una manera más clara, unívoca, rápida y exacta que una información verbal descriptiva sobre lo mismo. Sin embargo, la información global ofrecida por una fotografía será incompleta si el que la contempla no es capaz de reconocer a las personas que aparecen en la foto o saber realmente qué es lo que refleja” (Del Valle, 1993). “Así como muchas fotos son entendibles con sólo mirar lo que hay en ellas, muchas otras son inescrutables sin alguna información que vaya más allá de la que reunimos con una simple observación de la imagen”, tal y como recoge Abreu (2004) al referirse a los criterios de análisis establecidos por Terry Barret.

Con el fin de extraer datos que permitan llegar a conclusiones cuantitativas que lleven a la reflexión cualitativa, se elaborará una parrilla de análisis con los siguientes criterios:

a) De contenido:

- Protagonista de la imagen: Hugo Chávez en vida, enfermo o rodeado de su familia; Nicolás Maduro en solitario, con su gabinete o con otros presidentes latinoamericanos; féretro; desfile del féretro entre las masas; miembros de la oposición; pobreza o riqueza de Venezuela y la categoría “otros”, para aquellas imágenes con protagonistas diferentes a los mencionados.

<sup>1</sup> Según los datos ofrecidos por la Oficina de Justificación de la Difusión en España (OJD, [www.introl.es](http://www.introl.es)), entre julio de 2012 y junio de 2013, el promedio de tirada de ABC se sitúa en los 214.639 mientras que el promedio de distribución alcanza los 153.645. En el caso de El País, estos datos se sitúan en los 377.603 y 304.241 respectivamente. Por su parte, *El Mundo* alcanza un promedio de tirada de 267.151 y 187.517 de promedio de distribución.

- Presencia de símbolos: imágenes de Simón Bolívar; uniforme oficial del ejército venezolano; periódicos afines a la ideología chavista; banderas; estampa de Chávez y símbolos cubanos.

b) Formales:

- Página: par, impar, doble
- Color: blanco y negro, neutros, rojo, colores de la bandera
- Sección: portada, primer plano, opinión, obituario, internacional o sección especial
- Tamaño: doble página, página completa, tres cuartos, media página, faldón, cuarto de página y tamaño carnet
- Ángulo: recto, picado o contrapicado
- Plano: general, americano, medio y primer plano.

### LA IMPORTANCIA DE LA FOTOGRAFÍA EN LA PRENSA

“La historia del documento fotográfico se vincula con la propia historia de la fotografía. Cualquier fragmento de la realidad es un fragmento de la vida o de la historia en sentido universal. La imagen fotográfica es, por consiguiente, un fragmento de la vida y/o de la historia” (Sánchez, 1996: 166). Es función de los fotógrafos captar en una instantánea aquel contexto que les rodea y causar impacto, ya que algo pasa a ser real si existe constancia visual, fotográfica. La fotografía periodística “se convierte tanto en su propio presente como, especialmente, al pasar del tiempo, en un auténtico documento social, reflejo de épocas, situaciones, personajes y ambientes” (Torregrosa, 2010: 330).

La imagen en prensa se puede definir como una “información fotográfica de actualidad. (...) En el extremo de máxima tolerancia (...) podemos admitir toda fotografía reproducida por un periódico o revista, dentro de su cuerpo informativo, por su contribución -por mínima o colateral que resulte- al proceso de comunicar y hacer comprender acontecimientos de actualidad y de interés general” (Alonso Erausquin, 1995: 8-9). “Al ir incluida entre un texto, toma otro sentido, otro valor. La fotografía sirve para reforzar la información escrita, no ya como ilustración (aunque también), sino como demostración palpable de lo que se dice es verdad. Esta curiosa teoría, expresada por Gutiérrez Espada, no parece dejar otro camino a la fotografía, que el de acompañante de segundo orden y al servicio de la información escrita. No se cae, por lo tanto, en la cuenta de que una fotografía o serie gráfica (...) puede, y de hecho sucede, decir, expresar o proporcionar un tipo de información - y por lo tanto de comunicación - más interesante e importante que cuanto puede leerse o escucharse, al recoger (...) en determinados casos, un gran número de datos y aportar al cliente o receptor de los medios escritos, más amplia información hablada o escrita” (Alcoba, 1988: 18-20), obviando que “en la actualidad un diario no sólo es confeccionado para ser leído sino también para ser visto” (Minervini & Pedrazzini, 2004).

Las imágenes tienen la capacidad de ofrecer información más detallada y comprensible para el lector, explicando aquello que no se puede decir con palabras



o actuando como gancho para la lectura. Su gran poder de evocación hace de las imágenes el vehículo idóneo para la transmisión de ideas y realidades ya que “interrumpe, detiene, fija, inmoviliza, separa, despegando la duración captando un solo instante (...). La foto aparece así, en el sentido fuerte, como una tajada única y singular de espacio-tiempo” (Dubois, 1986: 141). Aunque a priori su carácter estático pueda parecer un inconveniente, ofrece “la posibilidad de congelar y fijar una imagen facilitando que quede grabada en la memoria, con lo que la efectividad a largo plazo es mayor” (Torres, 2006), quedando muchas de ellas grabadas en el imaginario colectivo. Como ejemplo, “cítese la más célebre realizada en la Guerra Civil española, el soldado republicano al que Robert Capa ‘dispara’ con su cámara justo en el momento en que es blanco de una bala enemiga, y casi todos los que han oído hablar de esa guerra pueden traer a la memoria la granulosa imagen en blanco y negro de un hombre de camisa blanca remangada que se desploma de espaldas en un montículo, con el brazo derecho echado atrás mientras el fusil deja su mano; a punto de caer, muerto, sobre su propia sombra” (Sontag, 2004: 31-32).

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

*ABC*: publica un total de 38 imágenes. La noticia aparece en portada durante los cuatro días analizados aunque varía su tamaño (ver imagen 1): pasa de página completa con un primer plano de Hugo Chávez en vida donde destacan los tonos rojizos a una imagen que el día 7 ocupa tres cuartas partes de la página, mostrando mediante un plano general a Nicolás Maduro y a Evo Morales, en color y con la presencia de la bandera. El día 8 la imagen se reduce a una llamada, de tamaño reducido en la parte inferior derecha de la página, en color y donde el protagonista es el féretro de Chávez captado mediante un plano medio. Al día siguiente, una imagen que ocupa tres cuartas partes de la página recoge a Nicolás Maduro, a varios Jefes de Estado y a don Felipe de Borbón mediante un plano americano, a color y destacando la bandera venezolana.



Imagen 1. Portadas de ABC los días 6, 7, 8 y 9 de marzo de 2013

Respecto a la distribución de las noticias, *ABC* publica en dos de los días una sección especial acerca de la muerte del dirigente y durante las cuatro jornadas objeto de estudio, en especial durante los días que no publica dicho especial, sitúa la noticia en “Enfoque”, una sección que ocupa las primeras páginas (primer plano)

del diario (Gráfico 1). La gran mayoría de las imágenes se localizan en páginas impares (un total de dieciocho) u ocupando parte de dos páginas (once).

Predominan las imágenes con los colores que recuerdan a la bandera venezolana (dieciséis) junto al rojo, protagonista en 8 de ellas. Los colores neutros dominan en un total de catorce. En cuanto a los símbolos, diecisiete imágenes no recogen ninguno, dieciséis muestran la bandera del país y en dos de ellas comparte protagonismo con el diario cubano *Granma* (Gráfico 2).

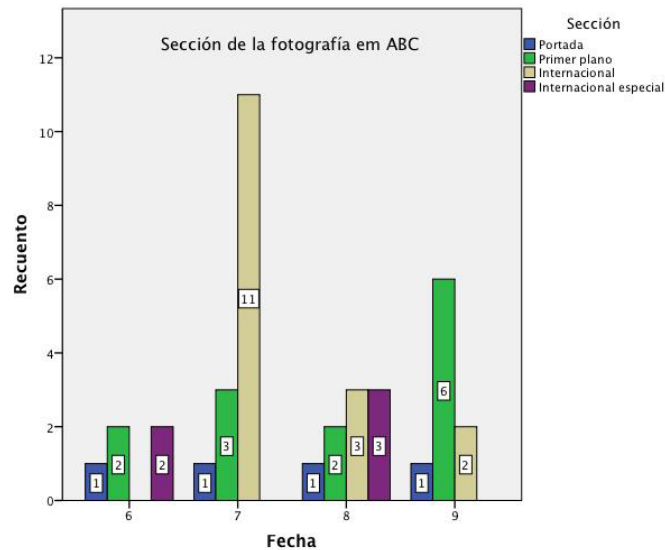


Gráfico 1. Fuente: Elaboración propia

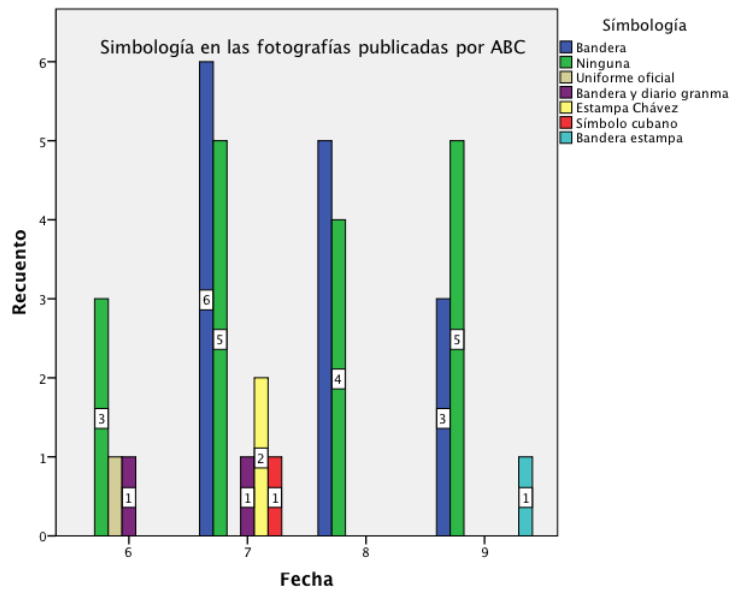


Gráfico 2. Fuente: elaboración propia

En relación al protagonismo de la imagen (gráfico 3), abundan aquellas que muestran el féretro de Hugo Chávez rodeado de personas y aquellas en las que aparece Nicolás Maduro junto con otros presidentes latinoamericanos. Tan solo siete de las 38 imágenes muestran a Hugo Chávez, ya sea sano, enfermo, solo o acompañado.

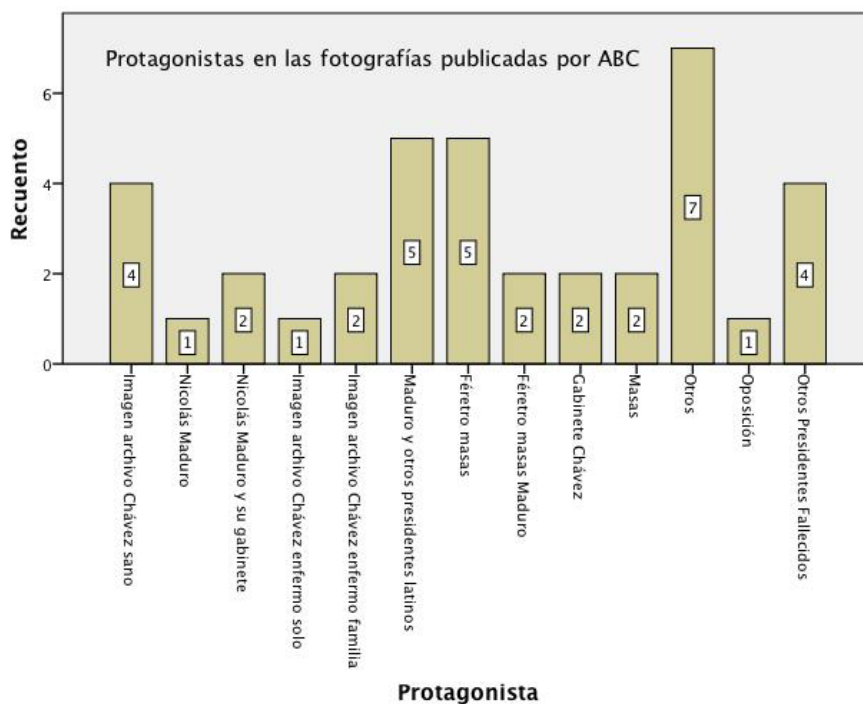


Gráfico 3. Fuente: elaboración propia

El tamaño de las fotografías es más bien amplio, con un total de 27 imágenes con una dimensión igual o superior al cuarto de página (ver tabla 2). Existe una clara tendencia a mostrar planos medios (dieciocho) y americanos (ocho) frente al primer plano (seis) y el plano general (seis), aunque no parece que su uso siga una pauta predefinida.

TAMAÑO	Página completa	Media página	Faldón	Carnet	Cuarto de página	Doble Página	Tres cuartos
6	1	2	0	0	0	2	0
7	0	4	1	1	7	1	1
8	0	2	0	2	4	1	0
9	0	1	0	4	1	0	3
<b>Total</b>	1	9	1	7	12	4	4

Tabla 2. Fuente: elaboración propia

*El Mundo*: publica en total 28 imágenes. El suceso ocupa parte de la portada durante los cuatro días objeto de estudio (ver imagen 2). El día 6 los colores de la imagen de portada son neutros y ocupan media página. Mediante un plano americano y con ángulo recto, se puede observar a Nicolás Maduro y su gabinete, sin la presencia ningún tipo de símbolo. En la siguiente jornada, la portada está protagonizada por una imagen del féretro de Chávez junto a Maduro y las masas. Ocupa media página y mediante un plano general con ángulo picado, se pueden apreciar los colores de la bandera como símbolo del Estado. El día 8, un plano medio con el color rojo como protagonista capta a las masas en una imagen con un tamaño que no sobrepasa la media página. Ya por último, el día 9 el rojo vuelve a ser el protagonista de la imagen que, con un cuarto de página de tamaño, muestra el féretro del dirigente sin que aparezcan símbolos llamativos.



Imagen 2. Portadas de *El Mundo* los días 6, 7, 8 y 9 de marzo de 2013

Salvo una imagen situada en “Obituario” el día 6 de marzo, todas ellas aparecen en la sección especial creada para cubrir la noticia, distribuyéndose por días de la siguiente manera: dos imágenes el día 6, diez el día 7, tres el día 8 y ocho en la última jornada. Respecto a la página, la tendencia es que se localicen en página impar (dieciséis de ellas) o impar (once) ya que tan solo una ocupa parte de dos páginas.

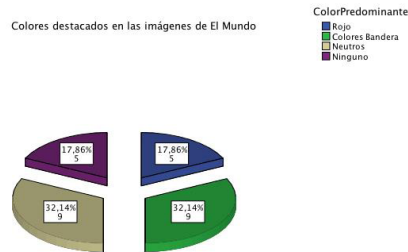


Gráfico 4. Fuente: elaboración propia

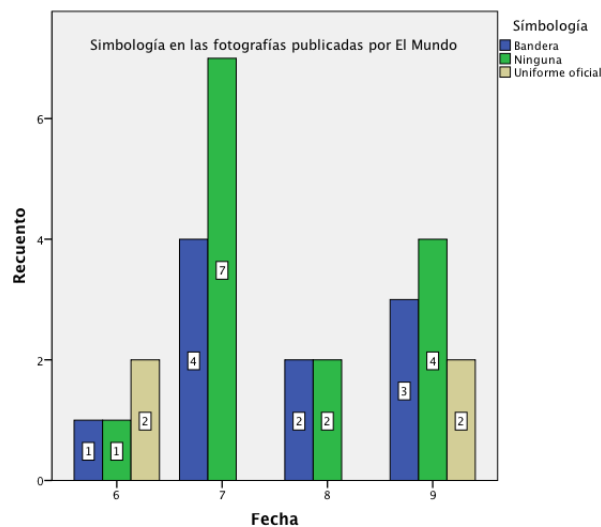


Gráfico 5. Fuente: elaboración propia

Los colores predominantes en las imágenes son los colores de la bandera y los tonos rojos (catorce imágenes en total) frente a los nueve casos en los que se utilizan los colores neutros (gráfico 4). Al ser el día 7 de marzo el día que más fotografías se

publican, también coincide con el día que más símbolos aparecen, siendo la bandera nacional seguida del uniforme del ejército, los más recurrentes (gráfico 5). En lo que a los planos se refiere, estos suelen ser amplios: once fotografías emplean el plano americano y siete planos generales frente a cuatro primeros planos y seis planos medios, sin seguir aparentemente un criterio predefinido.

De entre todas, la imagen que más se reitera es aquella en la que aparece Hugo Chávez sano (un total de siete, como se puede comprobar en el gráfico 6). Además, *El Mundo* muestra, por un lado la riqueza de Venezuela a través de una imagen de una gasolinera y, por otro, la pobreza de las favelas con una imagen a todo color, con plano general y a media página.

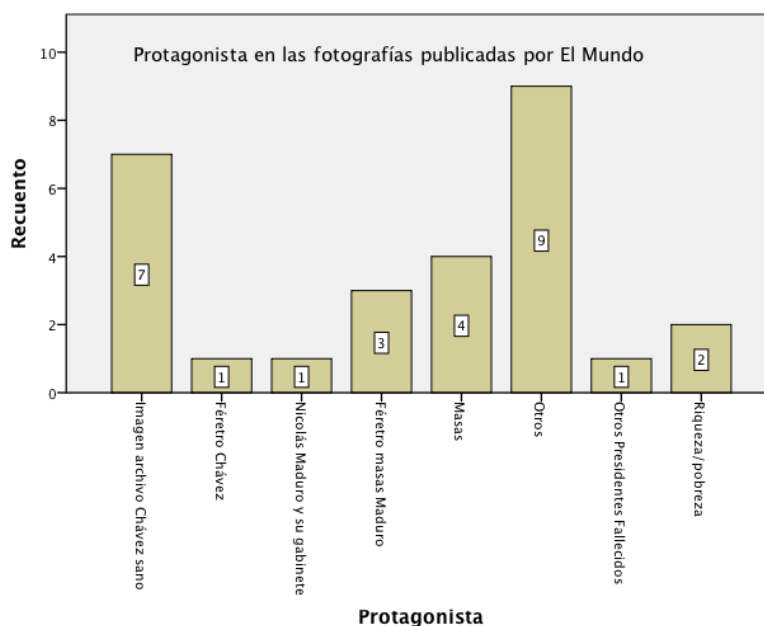


Gráfico 6. Fuente: elaboración propia

En cuanto al tamaño, más del 85% de las fotografías igualan o superan el cuarto de página (Tabla 3), siendo la mayoría tomadas en ángulo recto.

	Tamaño	Media página	Faldón	Carnet	Cuarto de página	Tres cuartos	Total
Fecha	6	3	0	0	1	0	4
	7	5	0	0	3	3	11
	8	1	0	0	3	0	4
	9	2	1	4	2	0	9
<b>Total</b>		11	1	4	9	3	28

Tabla 3. Fuente: elaboración propia

*El País*: publicó un total de 38 fotografías y sitúa la noticia en portada durante los cuatro días estudiados (ver imagen 3). El día 6 de marzo la portada muestra un primer plano de Chávez sano, destacando los colores rojos y el símbolo de la bandera, presente también algunas prendas de ropa de los protagonistas. En la jornada del día 7, la portada la protagoniza una imagen a media página recoge las calles abarrotadas de seguidores de Chávez mediante un plano general y ángulo



picado. No se aprecian símbolos destacables pero si la presencia de los colores de la bandera en distintos soportes. El día 8, Nicolás Maduro y su gabinete aparecen en la imagen de portada, junto a la bandera, en tamaño faldón y mediante un plano americano. El día 9, el féretro de Chávez cobra protagonismo en portada mediante un plano americano con una imagen de un cuarto de página, destacando como símbolo el uniforme nacional.



Imagen 3. Portadas de *El País* los días 6, 7, 8 y 9 de marzo de 2013

Las 34 fotografías restantes se publican en una sección especial que se extiende desde el día 6 hasta el 9 de marzo, decayendo el número de imágenes de dieciséis a ocho, cinco y cinco según transcurren las jornadas. Se distribuyen de manera indiferente entre páginas pares (dieciocho) e impares (dieciocho), con tan solo dos imágenes que ocupan parte de dos páginas. Respecto al color, tan sólo se recogió una imagen en blanco y negro, nueve imágenes donde destaca el color rojo y catorce donde llama la atención los colores de la bandera venezolana (Gráfico 7).

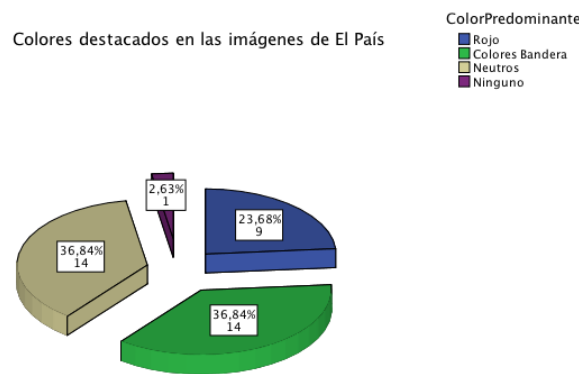


Gráfico 7. Fuente: elaboración propia

En lo que atañe a la simbología, un total de trece imágenes no contienen ningún símbolo y de aquellas que muestran alguno, catorce corresponden a la bandera, cuatro a estampas de Chávez y, por primera vez en el estudio, se encuentran dos imágenes en las que se aparece Simón Bolívar (Gráfico 8).

El protagonismo de las imágenes publicadas por *El País* (Gráfico 9) recae especialmente sobre la figura viva de Chávez, seguido por su gabinete y las masas, aludiendo en una ocasión a la riqueza del país mediante la imagen de una refinería.



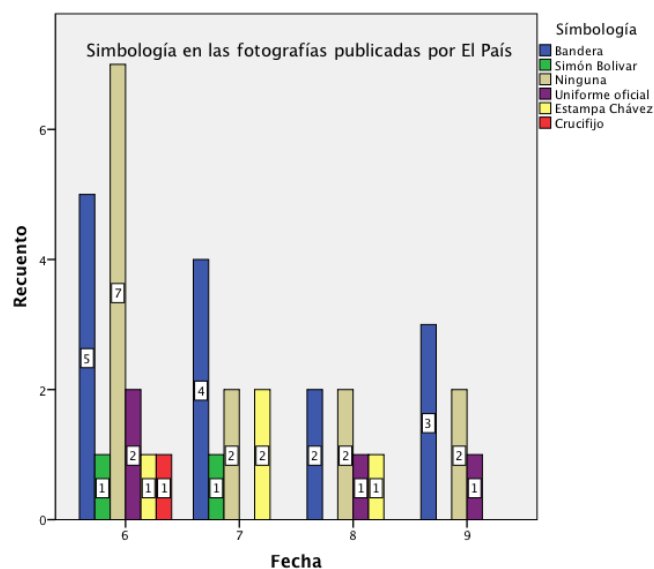


Gráfico 8. Fuente: elaboración propia

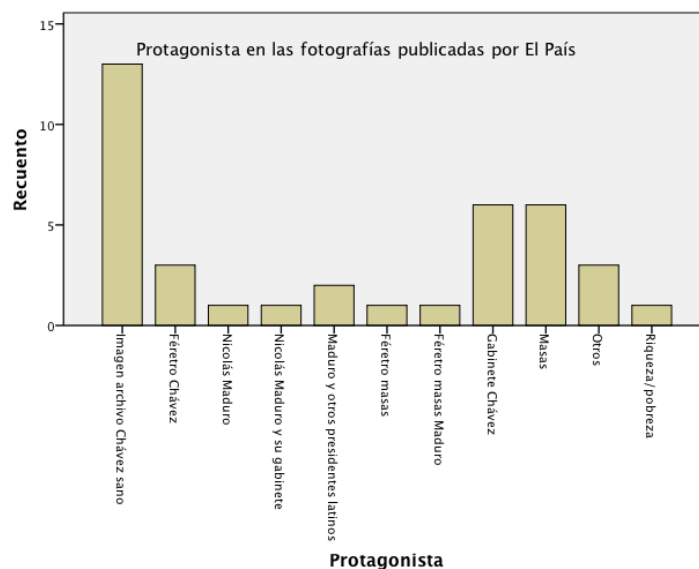


Gráfico 9. Fuente: elaboración propia

En cuanto al tamaño de las fotografías, predominan aquellas con una dimensión igual o superior al cuarto de página (tabla 4), tomadas con ángulo recto y empleando en el mismo número de casos tanto primeros planos como planos generales (tabla 5).

	Tamaño	Media página	Faldón	Carnet	Cuarto de página	Tres cuartos	Total
Fecha	6	3	1	7	5	1	17
	7	5	0	0	4	0	9
	8	5	1	0	0	0	6
	9	2	0	0	4	0	6
<b>Total</b>		15	2	7	13	1	38

Tabla 4. Fuente: elaboración propia

	Plano	Primer plano	Plano medio	Plano americano	Plano general	Total
	6	8	6	0	3	17
Fecha	7	1	1	1	6	9
	8	2	1	3	0	6
	9	0	3	1	2	6
<b>Total</b>		11	11	5	11	38

Tabla 5. Fuente: elaboración propia

## CONCLUSIONES

Un total de 104 imágenes publicadas en *ABC*, *El Mundo* y *El País* durante las cuatro jornadas objeto de estudio confirman la importancia que alcanzó la noticia en los medios españoles. De los resultados obtenidos podemos concluir que:

La noticia tuvo una intensa y extensa cobertura en los tres soportes, cambiando la agenda mediática y ganando protagonismo por encima de otros sucesos del momento. Ocupó la portada de los tres diarios durante los cuatro días objeto de estudio, con imágenes cuyo tamaño igualaba o superaba el cuarto de página, exceptuando el *ABC* del día 8 de marzo, que se reduce a una fotografía de tamaño mínimo para dar protagonismo al cardenal de Nueva York, Timothy Dolan, durante el momento previo al arranque del Cónclave. Esta razón se puede deber a la ideología de un periódico "fiel a la monarquía, al Magisterio de la Iglesia, a la unidad nacional y a su tradición conservadora". (Arroyo, 2006: 21). Si se habla en términos de cantidad, es *El Mundo* quién menos fotografías publica en estos días, un total de 28, lo que no significa que le diera menos cobertura al suceso ya que es uno de los soportes que creó una sección especial para cubrir la noticia y la mantuvo durante las cuatro jornadas.

Al igual que *El Mundo*, *El País* también publicó la mayoría de las fotografías en una sección especial. Aunque *ABC* solo lo hizo durante dos de las jornadas, optó por cederles las primeras hojas del periódico, es decir, aquellas con un mayor índice de lectura. Por su parte, el tamaño de la fotografía apoya esta conclusión, ya que en los tres casos el tamaño de las imágenes publicadas es igual o superior al cuarto de página.

Se tuvieron en cuenta criterios éticos ya que ninguno de los soportes publicó imágenes del cadáver del dirigente, aunque sí se muestra la capilla ardiente de otros dirigentes fallecidos en el *ABC* del día 9 de marzo.

Como elementos propagandísticos destacan por un lado el color rojo, en especial entre el pueblo venezolano, ya que se trata de un tono vinculado a la ideología chavista, al igual que los la bandera y sus colores en ropa deportiva o estampas. En el caso de *ABC* aparecen en tres ocasiones símbolos cubanos, país con el que Chávez mantenía una estrecha relación, uno de la bandera y dos imágenes del dirigente con el diario *Granma*, Órgano Oficial del Comité Central del Partido Comunista de Cuba. Aunque estas imágenes solo recogen una parte de la realidad venezolana, transmiten la idea del apoyo social al continuismo del chavismo.

A la hora de seleccionar las imágenes, *El Mundo* y *El País* siguen estrategias similares en cuanto a su protagonista, recopilando un mayor número de fotografías en las que Hugo Chávez, en vida y sano, acapara toda la atención. Por su parte, *ABC* recurre a imágenes del féretro acompañado de Nicolás Maduro y/ o las masas, insistiendo en el apoyo del pueblo a su recién fallecido presidente.

En cuestiones técnicas, los planos de la imagen varían en cada soporte, por lo que no se considera que aporte un dato relevante al tratamiento. Predomina el ángulo recto y aquellas imágenes tomadas en picado o contrapicado sirven para mostrar la grandeza de la masiva reunión que asoló las calles tras el fallecimiento de Chávez.

Como última aportación, cabe destacar que pese a que *ABC*, *El Mundo* y *El País* siguen estrategias comunicativas diferentes en su día a día, en el caso del tratamiento fotográfico del fallecimiento de Hugo Chávez existen multitud de coincidencias, que no una línea informativa uniforme, debido en parte a la elección de fotografías procedentes de agencia al tratarse de un hecho lejano.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abreu, C. (2004). El análisis cualitativo de la foto de prensa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 57. Disponible em <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040757abreu.htm>. Acceso em 02.06.2013.
- Alcoba A. (1988). Periodismo gráfico (fotoperiodismo). In U. Castellanos (ed), *Manual de fotoperiodismo. Retos y soluciones*. México D.F: Universidad Iberoamericana Ciudad de México.
- Alonso Erasquin, A. (1995). *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Madrid: Síntesis.
- Armentía Vizueté, J.I. & Caminos Marcet, J.M. (2009). *Redacción informativa en prensa*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Arroyo Cabello, M. (2006). La prensa en la democracia (1982-2005) In M. Arroyo & M. Roel (coord), *Los medios de comunicación en la democracia (1982-2005). Prensa, radio y televisión. Internet y Grupos de Comunicación*. Madrid: Fragua.
- Del Valle, F. (1993). El análisis documental de la fotografía. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 2. Disponible em <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num2/fvalle.html>. Acceso em 08.06.2013.
- Dubois, P. (1986). *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós.
- Minervini, M. & Pedrazzini, A. (2004). El protagonismo de la imagen en la prensa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 58. Disponible em <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20042058minervini.pdf>. Acceso em 08.06.2013.
- SánchezVigil, J.M. (1996). La documentación fotográfica. *Revista General de Información y Documentación*, 6-1, 161-193.
- Sontag, S. (2004). *Ante el dolor de los demás*. Madrid: Punto de lectura.
- Torregrosa Carmona, J. M. (2010). Modelos para el análisis documental de la fotografía. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 329-342. Disponible em <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110329A/18753>. Acceso em 04.06.2013.

Torres Romay, E. (2006). El tratamiento de la imagen en los atentados del 11-M. Terrorismo y violencia en prensa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Disponível em <http://www.revistalatinacs.org/200603torres.pdf>. Acesso em 04.06.2013.

## Narrativas visuais: entre a informação e a arte

SANDRA MARIA LÚCIA PEREIRA GONÇALVES

sandrapgon@terra.com.br

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

### Resumo

O texto apresentado se propõe como o relato de uma proposta de pesquisa na área da fotografia (Fabico/UFRGS, 2013). Esta proposta de estudo se coloca na esteira teórica de pesquisa anteriormente desenvolvida (Por uma fotografia Menor no Fotojornalismo Diário Contemporâneo -2010-2013) na instituição acima nomeada e possui como objetivo geral refletir acerca da possibilidade da imagem fotográfica seriada poder se apresentar como uma narrativa visual, capaz de problematizar a informação visual para além de seu aspecto meramente documental (fotografia expressão) e, desse modo, ser um espaço de experimentação da linguagem fotográfica. O fotolivro, com seu caráter ensaístico e autoral, é o suporte escolhido para a problematização das questões a serem propostas. A pesquisa possui um eixo de cunho histórico que irá abordar o desenrolar no tempo da fotografia documental (onde, se acredita, a expressão é mais livre) partindo de sua vertente mais clássica e chegando a sua face mais contemporânea (documental expandido). Portanto, o aspecto histórico, social e político dessa produção é objeto de observação na pesquisa que se inicia.

**Palavras-Chave:** Fotografia; expressão; narrativa visual; fotolivro; arte

---

### INTRODUÇÃO

A presente proposta de estudo se coloca na esteira teórica de pesquisa anteriormente desenvolvida (Por uma fotografia Menor no Fotojornalismo Diário Contemporâneo -2010-2013) e possui como objetivo geral refletir acerca da possibilidade da imagem fotográfica seriada poder se apresentar como uma narrativa visual, capaz de problematizar a informação visual para além de seu aspecto meramente documental (e desse modo ser um espaço de experimentação da linguagem fotográfica). O aspecto ensaístico e autoral desse tipo de fazer fotográfico ultrapassa o referente e coloca a expressão do fotógrafo, com todos os seus imateriais, dentro da imagem, provocando, desse modo, no leitor, uma aventura do sentido. A potência dessas imagens está em ampliar o universo do visível, em sua possibilidade de mobilizar múltiplas temporalidades que se realizam nas múltiplas visadas de seus leitores. O fotolivro, com seu caráter ensaístico e autoral, é o suporte escolhido para a problematização das questões a serem propostas (dentre elas: como o sentido, através desse discurso, aí se produz). A escolha do fotolivro não é aleatória, visto grande parte da produção expressiva de inúmeros fotojornalistas se apresentar nesse formato. É condição de escolha dos fotolivros seus autores terem na fotografia sua ferramenta de trabalho, estarem envolvidos com a fotografia aplicada ao universo da comunicação. O fotolivro apresenta-se hoje como um espaço permanente (durabilidade da forma livro) e material (de presença das obras em um suporte físico) de

exposição dos seus autores. Acredita-se que a materialidade tátil da forma livro é um valor agregado a esse universo de sentido. Desse modo, o livro como suporte de narrativas visuais será problematizado (edição das imagens, disposição nas páginas, texto, tipo de papel, formato, etc.). O estudo que se inicia possui balizas teóricas e conceituais vindas da pesquisa anterior (citada mais acima). Conceitos como o de fotografia menor (Gonçalves, 2009) e imagem cristal (Deleuze, 2007; Fatorelli, 2003) serão utilizados, visto serem suficientemente potentes para operacionalizar as observações proposta. O conceito de formação discursiva (Foucault, 2008) também é importante para localizar/ancorar histórica e conceitualmente a produção fotográfica a ser abordada. Será apresentado estudo embrionário (Gonçalves, 2012) sobre questões a serem tratadas no projeto de pesquisa que se apresenta: Trata-se de uma tentativa de análise do fotolivro *Silent Book*, de Miguel Rio Branco (1997).

### **HIPÓTESE DA PESQUISA**

Percebe-se a realidade como uma construção imaginária à qual se busca dar sentido, simbolizando-a. Essa construção está sujeita às idiosincrasias de quem a constrói. Se o construtor/decodificador detém a hegemonia do sentido, sua leitura será a leitura da “maioria”, daqueles que partilham a mesma comunidade de sentido. Acredita-se que no material a ser estudado (narrativas visuais apresentadas em fotolivros), o ciclo poderá se romper. Se aposta na possibilidade da produção de imagens seriais que possuam em seu conjunto uma objetividade menor (Gonçalves, 2009), que desacelera o olhar e que façam do leitor um caçador, como o fotógrafo, que o convidem a ser co-autor na construção do sentido; imagens que, sem perder seu compromisso com o real concreto, indaguem mais do que respondam a perguntas, imagens que nos levem ao mundo e que dele não sejam apenas um recorte especular; que permitam que sentidos outros se infiltrem. Imagens que permitam o exercício do pensamento, e não a mera constatação de fatos. Imagens que sejam narrativas e como tal um discurso do múltiplo, da diferença; imagens que tangenciem o universo da arte (levem a reflexão e ao pensamento).

Se aposta que o exercício da fotografia documental ensaística oxigena a produção diária do profissional do jornalismo, melhorando qualitativamente sua produção fotográfica no jornalismo noticioso da atualidade (aumento do potencial de reflexão nas imagens captadas).

Acredita-se, e é ponto de partida desta pesquisa (sua aposta), que as imagens fotográficas podem significar a partir de sua própria estrutura (Beceyro, 2005). A edição/diagramação das imagens na forma livro também é um ponto fundamental para a criação de sentido dessas estruturas fotográficas – são, portanto, pontos fundamentais a serem postos a prova no trabalho que se inicia.

### **REFERENCIAL TEÓRICO**

O estudo possui algumas balizas teóricas e conceituais vindas da pesquisa anterior (Por uma fotografia menor no fotojornalismo diário contemporâneo-2010/2013).



Conceitos desenvolvidos como o de fotografia menor (Gonçalves, 2009) e imagem cristal (Deleuze, 2007; Fatorelli, 2003) serão utilizados, visto serem suficientemente potentes para operacionalizar as observações proposta. O conceito de formação discursiva (Foucault, 2008) também é importante para localizar/ancorar histórica e conceitualmente a produção fotodocumental a ser abordada.

A pesquisa possui um eixo de cunho histórico que irá abordar o desenrolar no tempo da fotografia documental (onde, se acredita, a expressão é mais livre) partindo de sua vertente mais clássica chegando a sua face mais contemporânea (documental expandido). Para tal, autores como Jorge Pedro Sousa (2004), Quentin Bajac (2005), Beaumont Newhall (1984) darão as balizas a seguir. Uma historização do fotolivro se fará necessária, visto ser esse o suporte das series fotográficas a serem estudadas. A importância cultural e social da fotografia documental na atualidade, bem como do suporte aqui pensado, o fotolivro, serão pontos importantes para reflexão. Para o estudo histórico e conceitual dos fotolivros, autores como Horácio Fernández (2011), Martin Parr (2006), Verna Posever Curtis (2011) são fundamentais (neles não se esgotam, apenas representam um primeiro mapeamento).

Para ancorar a premissa de que as imagens fotográficas significam através de sua própria estrutura (princípio construtor que organiza a imagem e a torna única) irá se utilizar Raúl Beceyros (2005). Nesse sentido, outros autores estão sendo pesquisados e aparecerão no desenrolar da pesquisa.

O conceito de narrativa e narrativa visual será desenvolvido. A esse respeito, considera-se interessante para a pesquisa o conceito de montagem intelectual desenvolvido por Eisenstein (2002) ao pensar a narrativa cinematográfica e que considero operacional para pensar a narrativa visual na fotografia. A forma livro (seu planejamento visual gráfico) será estudada e problematizada; alguns autores elencados: Collaro (2000), Pereira (2007) e Harris e Ambrose (2009).

### **METODOLOGIA (MATERIAIS E MÉTODOS)**

A pesquisa proposta tem caráter teórico-empírico. O referencial teórico será o balizador a nortear o projeto em sua totalidade, sua presença se fará direta ou indiretamente por todo o caminho dos estudos propostos. Estar-se-á atenta ao dialogo entre as referências teóricas e a realidade empírica, fundamental no tipo de pesquisa proposta.

O estudo tem como ponto de partida uma etapa exploratório-informativa. Uma revisão bibliográfica será desenvolvida (livros, artigos, teses, anais de congressos, etc.). Aspectos teóricos e conceituais desenvolvidos na pesquisa anterior serão aqui utilizados, como referido anteriormente.

Neste momento se estará aberta a ângulos novos que o problema proposto possa apresentar bem como se estará atenta a necessidade de se aprofundar questões. Tomando como referência a questão fundamental da pesquisa, que é a possibilidade da imagem fotográfica seriada poder se apresentar como uma narrativa visual (fotografia expressão), capaz de problematizar a informação visual para além

de seu aspecto meramente documental e desse modo ser um espaço de experimentação da linguagem fotográfica - onde questões da multivivência humana são problematizadas, a partir da assinatura de uma subjetividade, de um ponto de vista - e tendo como suporte escolhido dessas narrativas o fotolivro, algumas questões se colocam: porque o fotolivro como esse lugar privilegiado de observação? Qual a importância das narrativas visibilizadas? O que nos informam sobre os contextos de produção? Quais são os parâmetros para suas escolhas? Para responder a essas questões se começará por:

1. Delimitar um espaço temporal de recorte para nosso objeto bem como delimitar os espaços geográficos de seu aparecimento: irá se privilegiar na escolha autores sul-americanos (Argentina, Brasil e Chile - ABC). O período escolhido parte da década de quarenta a atualidade. Não se descarta a pesquisa em outros eixos geográficos (para possíveis comparações nas diferenças de abordagem e tratamento de temáticas).
2. A partir de pesquisa da produção de cada um desses países se buscará mapear as temáticas trabalhadas (e como são trabalhadas) e sua frequência. A partir daí se elegerá autores exemplares para uma análise mais detalhada dos fotolivros.
3. Buscar-se-á traçar uma história do fotolivro no continente sul-americano e sua função principal em cada período histórico e geográfico (ABC); observar as temáticas trabalhadas dentro de contextos específicos (político, cultural e econômico). A web se apresenta como a primeira fonte para a pesquisa, seguida de obras teóricas como, por exemplo, o livro *Fotolivros Latino-americanos*, de Horácio Fernandez, Cosac Naif, 2011.

As questões teóricas, mapeamento prévio da discussão bibliográfica e levantamento do material empírico a ser trabalhado são os primeiros passos a serem dados no método escolhido (que nos acompanha já desde a delimitação do tema até a apresentação dos resultados), que nada mais é que o caminho que nos permitirá o entrelaçar entre os dados resultantes da investigação empírica com as orientações teóricas. O método nos diz o que fazer a cada etapa do trabalho na busca da produção do conhecimento. As técnicas a serem empregadas, o como fazer, irá se adequar ao melhor modo de desenvolvermos o caminho escolhido (o método). Tem-se consciência de que todas estas etapas que envolvem teorias, método e técnicas é parte de um processo único. Através do instrumental teórico e do material empírico escolhido se buscará atestar a importância das narrativas visuais como um lugar de memória social, cultural e política dos países trabalhados, bem como a importância do olhar autoral na formação deste arquivo, sempre singular. Foucault (2008) mais uma vez é a inspiração no caminho a ser seguido ao apontar para as condições de possibilidade dos discursos. A previsão é de três anos para o completo desenvolvimento da pesquisa.

### **ESTUDO DE CASO EMBRIONÁRIO**

O estudo que se inicia possui balizas teóricas e conceituais vindas da pesquisa anterior (citada mais acima). Conceitos como o de fotografia menor (Gonçalves,

2009) e imagem cristal (Deleuze, 2007; Fattorelli, 2003) serão utilizados, visto serem suficientemente potentes para operacionalizar as observações proposta. O conceito de formação discursiva (Foucault, 2008) também é importante para localizar/ancorar histórica e conceitualmente a produção fotográfica a ser abordada.

Apresenta-se a seguir um estudo embrionário (Gonçalves, 2012) sobre questões a serem tratadas no projeto de pesquisa que se apresenta: Trata-se de uma tentativa de análise do fotolivro *Silent Book*, de Miguel Rio Branco (1997). Vamos a ele.

Tem-se como foco a trajetória fotográfica e artística de Miguel Rio Branco. O Livro *Silent Book* (1997), um livro sem palavras, que reúne alguns trabalhos fotográficos do artista, é eleito para se pensar acerca das relações que Miguel Rio Branco estabelece em seu trabalho entre o tempo (como aquilo que escoia e marca), o documento e o universo da arte. Imagens de estilo barroco com foco no lixo, prostíbulo e academias de boxe decadentes esgarçam o tecido do documento fotográfico, refletem sobre o tempo e adentram o universo da arte. A partir de classificação proposta por Rouillé (2009) entre a arte dos fotógrafos e a fotografia dos artistas buscar-se-a apresentar o percurso das imagens produzidas por Miguel Rio Branco do documento à matéria de expressão artística. Os conceitos de ícone, índice e símbolo trabalhados por Dubois (1998) a partir de Pierce auxiliam na construção da proposta. Sousa (2004) e suas reflexões sobre a fotografia documental completam o quadro. Finalizando, julga-se encontrar nessas imagens e seus encadeamentos a explicitação do conceito de imagem cristal (Deleuze, 2007; Fattorelli, 2003).

Miguel Rio Branco, espanhol de nascimento, mas cidadão do mundo nasceu em 1946, período em que as regras do fazer fotodocumental começavam a ser mudadas (Sousa, 2004). Filho de diplomata teve sua infância dividida entre Espanha, Argentina, Portugal, Brasil, Suíça e Estados Unidos. Seu envolvimento com as imagens começou com o desenho e a pintura, nos anos 60, na Suíça. Em 1966, estudou no *New York Institute of Photography*. Em 1968 estudou na Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) do Rio de Janeiro, Brasil. Artista multimídia, no início dos anos setenta começou a trabalhar como fotógrafo e diretor de fotografia de cinema (filmes experimentais) nos Estados Unidos. A partir de 1972 passa a expor seus trabalhos de fotografia e cinema. É correspondente da Agência francesa Magnum desde os anos oitenta.

Considera-se importante ressaltar o trânsito de Miguel Rio Branco entre pintura, fotografia e cinema. Esse trânsito deixa marcas em seu trabalho fotográfico: as imagens, expostas no livro apresentado ganham sentidos novos que são proporcionados pela edição e montagem feita pelo artista, ultrapassando o dado pela mera referência fotográfica; soma-se a isso a dramática palheta cromática de Miguel Rio Branco, herdada de sua pintura. Em tempo, a ausência de um texto que acompanhe as imagens ressalta o caráter dialógico de seu trabalho; o espectador é instado a participar da construção da narrativa visual, sempre instável, ambigua. Tais características poderão ser constadas no prosseguimento do artigo.

Miguel Rio Branco possui no campo da arte-fotografia, a fotografia praticada pelos artistas, uma herança documental. As imagens apresentadas no livro *Silent Book* são tributárias dessa herança. Entretanto, a partida, Miguel escapa dessa

classificação que, historicamente, considera a fotografia uma cópia fiel do mundo; um ícone como diria Dubois (1998) ao utilizar a teoria dos signos de Pierce para caracterizar a imagem fotográfica. Essa característica marcou o fazer documental até os anos cinquenta do século XX. Entre as décadas de 1940 e 1960 um discurso desconstrutor, oriundo de diferentes áreas do saber, agiria sobre a leitura das imagens fotográficas. A fotografia passaria a ser vista como transformadora do real, provocando “efeitos de real”. Esta segunda posição, segundo Dubois (1998), corresponde, na teoria dos signos de Pierce, ao símbolo, aquele que possui com seu referente uma relação arbitrária, ou seja, a fotografia é, para essa corrente, um conjunto de códigos (social, cultural, estético entre outros) a serem decifrados. O trabalho de Miguel Rio Branco como fotógrafo documentarista parece ter uma relação mais próxima com essa segunda corrente epistemológica, que acredita na presença da subjetividade do fotógrafo na construção/ composição do real. Seu trabalho também encontra eco na terceira posição epistemológica defendida por Dubois, que vê a fotografia como traço de um real, sem, contudo, a “obsessão do ilusionismo mimético” (1998: 53). Índice, ícone e símbolo perfazem uma hierarquia: primeiro a fotografia é índice, traço de um real, depois ela é um ícone, semelhança e por fim, símbolo, adquire sentido. O trabalho documental de Miguel Rio Branco mescla as três posições, ressaltando o caráter simbólico da imagem. Como coloca Sousa “A fronteira entre o documento, no sentido originário do termo, e a arte estreita-se e esbate-se nesses casos. Os novos documentaristas desenvolvem mais comentários visuais sobre o mundo do que geram notícias visuais sobre esse mesmo mundo” (Sousa, 2004: 176).

Então, o caráter indicial das imagens é o ponto de partida de Miguel Rio Branco na construção de sua narrativa visual, sem, contudo absolutizá-lo, a iconicidade é intuída e o sentido se faz na apresentação dessa narrativa. Suas imagens assinalam a autoria, trazem para dentro do quadro fotográfico os imateriais, referentes incorporais, que vão além dos detalhes técnicos da tomada de imagem e que incluem a vivência do fotógrafo, suas percepções, sentimentos e desejos: “Um fragmento de vida, reminiscências de lugares, pessoas, tempo passado e presente, palavras trocadas, uma atmosfera de cheiros, cores, sabores, sons: um tecido frágil que tende a se desfazer se chegarmos perto demais e cuja consistência é a fluidez” (Cauquelin, 2008: 2). Pode-se dizer então que o trabalho documental de Miguel Rio Branco se qualifica como fotografia expressão, aquela praticada pelos fotógrafos, no dizer do teórico francês André Rouillé (2009), que nega a certeza do discurso referencial, sendo uma resposta à crise que assola a imagem documental no contemporâneo. Esse modo de fazer adere ao discurso do múltiplo, do híbrido potencializando a outra parte da imagem fotográfica, aquela que não se esgota na referência. Mas a arte- fotografia, aquela praticada pelos artistas, onde a imagem fotográfica descolada do papel de documento do mundo adquire a função de matéria para a arte (Rouillé, 1998) é o novo lugar das imagens de Rio Branco no livro *Silent Book*.

*Silent Book* (1997), um livro sem palavras cuja narrativa se constrói no encadeamento das imagens, reúne parte do trabalho fotodocumental expressivo de Miguel

Rio Branco, desenvolvido em diferentes cidades do mundo durante a década de 1990. Produzidas para representar a realidade, essas imagens, infiéis a sua origem, possuem uma potência ficcional não descartada pelo artista. Ao migrarem para o livro, em novos arranjos produzidos na edição e montagem, as imagens transformam-se em matéria artística. O novo encadeamento proposto, cuja paginação se faz quase sempre em dípticos (quando aberto, duas imagens são vistas em conjunto), não é aleatório, o artista constrói com ele poemas visuais, propõe sua temática. Novas realidades de forte teor existencial emergem como num palimpsesto. Imagens de boxeadores, prostitutas, objetos descartados, animais, circos, lugares abandonados permeiam as 98 páginas que compõem o livro (o livro pode ser visualizado em: [http://www.miguelriobranco.com.br/portu/comercio.asp?flg\\_Tipo=1#](http://www.miguelriobranco.com.br/portu/comercio.asp?flg_Tipo=1#)). Pungentes, falam de dor, de medos, de morte, dos socialmente excluídos. No passar das páginas, é possível perceber a temática recorrente da finitude; ligada ao tempo que escoar e marca, está presente de modo incontornável no trabalho: nos corpos, espaços e objetos apresentados como dejetos. Tudo é deterioração, o avesso do mundo do simulacro. Nas imagens a seguir (figura 1 e 2), páginas lado a lado (díptico) no livro, pode-se observar o tempo que escoar e marca nas manchas das paredes, bem como a palheta cromática do artista, feita de cores saturadas, num claro-escuro que aumenta a carga dramática das imagens (figura 1).



Figura 1. Fotografia de Miguel Rio Branco, *Silent Book*, 1997.

Na segunda imagem (figura 2) observa-se a sobreposição e a montagem, fazendo ressaltar o permear dos corpos do homem e de seu entorno: espelhos desgastados em primeiro plano por sobre imagem de fundo de um boxeador, cujas mãos enfaixadas seguram as cordas de um ringue, o fundo da imagem é negro. A presença do tempo recobre a imagem, a dor da existência embaça o olhar (do boxeador e do leitor da imagem).

Nas duas imagens a seguir (figuras 2 e 3), mais uma vez um díptico, um novo encadear de imagens na construção deste poema visual que é *Silent Book*. Nelas a questão do tempo se mostra através dos corpos borrados, tornados espectros por um tempo avassalador. Ambas as imagens falam da impermanência, do anonimato daqueles considerados excedentes pelo sistema capitalista contemporâneo,



contrapartida da sociedade hedonista e narcísica, ele é a outra face do narcisismo contemporâneo: os não suficientemente brancos, bonitos, magros, ricos e civilizados.



Figura 2. Fotografia de Miguel Rio Branco, *Silent Book*, 1997.



Figura 3. Miguel Rio Branco, *Silent Book*, 1997.



Figura 4. Miguel Rio Branco, *Silent Book*, 1997.

Fatorelli (2003), teórico e fotógrafo brasileiro, qualifica imagens como essas produzidas por Miguel Rio Branco de imagem-cristal (na construção do conceito o autor tem como base o conceito deleuziano de imagem-cristal e como critério a relação variável das imagens com o tempo e o espaço): imagens fotográficas onde



a subserviência a referência não é o que predomina (presentes principalmente no universo da arte), possuidoras que são de realidades que não se confundem com ela. Segundo o autor, “autônomas, abstraídas do vínculo remissivo de origem, essas imagens situam-se num presente sempre renovado que desperta um passado e prenuncia um futuro igualmente abertos” (Fatorelli, 2003: 33); essas imagens são como presentificações, atualizações expressas em dados arranjos do visível. Provocam a suspensão do aqui e agora possibilitando nexos com um imaterial, “uma potência de pensamentos [...] quando o que importa não é mais reconhecer, mas conhecer” (Fatorelli, 2003: 33). A potência dessas imagens está em ampliar o universo do visível, em sua possibilidade de mobilizar múltiplas temporalidades que se realizam nas múltiplas visadas de seus leitores.

Ao concluir esta análise considera-se importante ressaltar a característica multimidiática do artista Miguel Rio Branco. Para ele o meio parece não ser o que importa, mas sim as temáticas trabalhadas e o modo como são trabalhadas. Nas imagens fotográficas do artista, foco deste trabalho, há uma busca de transcendência do real para ascender a níveis simbólicos. Através da luz, da cor (ou de sua ausência) e de seus personagens Miguel Rio Branco faz um convite a quem observa seu trabalho para uma viagem poética e transformadora, aliás, como deve ser toda Arte.

### **CRONOGRAMA**

Período previsto de duração do desenvolvimento do projeto é de agosto de 2013 a agosto de 2016. Envolve o desenvolvimento e complementação da revisão bibliográfica, pesquisa exploratória e recolhimento do material empírico. Análise do material e relatórios. Durante o período de desenvolvimento da pesquisa, pretende-se realizar orientações de Iniciação Científica, produção de artigos, participação em Congressos, Encontros e Seminários, bem como desenvolver um grupo de estudos voltado à temática proposta. No tópico a seguir, apresentam-se as referências levantadas até o momento, bem como a utilizada na construção da proposta de pesquisa apresentada.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Agee, J. & Evans, W. (2009). *Elogiemos os Homens Ilustres*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Amar, J. P. (2001). *História da Fotografia*. Lisboa: Edições 70.
- Baeza, P. (2001). *Por uma función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona: Editorial Gustavo Gil.
- Bajac, Q. (2005). *La photographie. L'époque moderne 1880-1960*. França: Gallimard.
- Barthes, R. (1984). *A Câmera Clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Beaumont-Maillet; Denoyelle, F. & Versavel, D. (Org) (2007). *La Photographie Humaniste, 1945-1968*. Paris: Bibliothèque Nationale de France.
- Beceyro, R. (2005). *Ensayos sobre fotografía*. Buenos Aires: Paidós.

- Berger, J. (1999). *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Branco, M. R. (1997). *Silent Book*. São Paulo: Cosac Naif.
- Cauquelin, A. (2010). *Arte Contemporânea*. Lisboa: Publicações Europa-América.
- Cauquelin, A. (2008). *Frequentar os incorporais: contribuição a uma teoria da arte contemporânea*. São Paulo: Martins Fontes.
- Collaro, A. C. (2000). *Projeto Gráfico. Teoria e Prática da Diagramação*. Rio de Janeiro: Editora Summus.
- Cornu, D. (1999). *Jornalismo e Verdade: Para uma Ética da Informação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Curtis, V. P. (2011). *Photographic Memory: The Album in The Age of Photography*. New York: Aperture.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1977). *Kafka, por uma Literatura menor*. Rio de Janeiro: Imago.
- Deleuze, G. (2007). *A Imagem-tempo*. São Paulo: Brasiliense.
- Dubois, P. (1998). *O Ato Fotográfico*. Campinas: Papyrus.
- Eisenstein, S. (2002). *A forma do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Fatorelli, A. (2003). *Fotografia e Viagem. Entre a Natureza e o Artificio*. Rio de Janeiro: Relume Dumará: FAPERJ.
- Fernández, H. (2011). *Fotolivros Latino-Americanos*. São Paulo: Cosac Naify.
- Freund, G. (1995). *Fotografia e Sociedade*. Lisboa: Veja.
- Foucault, M. (2008). *A Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Gonçalves, S. M. L. P. (2009). Por uma Fotografia Menor no Jornalismo Diário Contemporâneo. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 12 (2).
- Gonçalves, S. M. L. P. (2012). Miguel Rio Branco: Tempo, Arte e Documento. Disponível em: *Revista: Estúdio. Artistas Sobre Outras Obras*, 3 (5).
- Harris, P. & Ambrose, G. (2009). *Impressão e Acabamento*. Porto Alegre: Bookman Companhia Editora.
- Mah, S. (2003). *A fotografia e o privilégio de um olhar moderno*. Lisboa: Edições Colibri.
- Mainqueneau, D. (1997). *Os Termos-Chaves da Análise do Discurso*. Lisboa: Gradiva.
- Newhall, B. (1967). *L'histoire de la Photographie, depuis 1839 et jusqu'à nos jours*. Paris: Béliet-Prisma.
- Parr, M. & Badger, G. (S/D). *The Photobook: A History, Volume 2*. London: Phaidon Press Limited.
- Parr, M. & Badger, G. (2004). *The Photobook: A History, Volume 1*. London: Phaidon Press Limited.
- Pereira, A. (2007). *A. Tipos. Desenhos e Utilização de Letras no Projeto Gráfico*. Rio de Janeiro.
- Rouillé, A. (2009). *A Fotografia. Entre o documento e a arte contemporânea*. São Paulo: SENAC.
- Sontag, S. (2004). *Sobre Fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Sousa, J. P. (2004). *Por uma História Crítica do Fotorjornalismo Ocidental*. Florianópolis: Livraria Editora Obra Jurídica.

Sandburg, C. & Steichen, E. (2007). *The Family of Man*. New York: MOMA.

Silveira, P. (2008). *As Existências da Narrativa no Livro de Artista*. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.

Souza, L. S. (2006). *Introdução às Teorias Semióticas*. Petrópolis: Editora Vozes.

# A lógica e a estrutura do texto jornalístico nas mídias impressa e digital: uma análise do jornal O Globo, O Globo Online e a do aplicativo para *tablet* O Globo a Mais

MARIANA GUEDES CONDE

marianaguedesc@gmail.com  
Universidade Federal da Bahia

## Resumo

Este estudo, resultante da nossa dissertação de mestrado, objetiva analisar comparativamente a estrutura do texto jornalístico no jornal impresso, web e tablet. Para isto, selecionamos os produtos brasileiros jornal *O Globo*, *O Globo Online* e o aplicativo para *tablet* *O Globo a Mais*, das organizações *Globo*, Brasil. O pano de fundo da temática partiu da constatação de que a estruturação e a organização das informações jornalísticas têm apresentado mudanças desde o surgimento do jornalismo digital. Exemplo disso é o uso das bases de dados e de conteúdos multimídia, calcados na hipertextualidade, o que tem gerado discussões em torno das novas formas de estruturação do texto. Os resultados revelaram que a presença dos valores-notícia, os lugares que ocupam no texto, o nível de instantaneidade das matérias, o tipo de acontecimento e o uso da hipertextualidade influenciam a lógica e a estrutura do texto jornalístico nas mídias impressa e digital nos produtos observados.

**Palavras-Chave:** Jornalismo digital; texto jornalístico; dispositivos móveis; O Globo

---

## INTRODUÇÃO

O advento do webjornalismo revelou características da mídia e do jornalismo, tais como hipertextualidade, multimídia, interatividade, atualização contínua, personalização e memória (Bardoel & Deuze, 2001; Palacios, 2003; Mielniczuk, 2003) que influenciaram a construção da informação jornalística naquela mídia. Técnicas clássicas de redação, como a pirâmide invertida, baseada na hierarquização de informações, foram colocadas à prova e novas propostas de modelo de estruturação da informação jornalística surgiram levando em consideração o caráter principalmente hipertextual e multimidiático das novas composições em ambiente digital, na qual sendo o texto jornalístico organizado a partir de *links*, há possibilidade de diferentes caminhos de leitura e o espaço disponível na *web* é potencialmente infinito.

A introdução das plataformas móveis no jornalismo intensifica estas mudanças, pois expande a componente mobilidade para a produção e distribuição da informação, o que abrange a lógica e estrutura do texto jornalístico, foco deste estudo. É praticamente consenso que o uso de tecnologias móveis incorporado à apuração, produção, distribuição e consumo de conteúdo jornalístico tem ocupado espaços cada vez maiores juntamente com o webjornalismo gerando reconfigurações que perpassam a rotina nas redações, a produção e o consumo do conteúdo jornalístico.

A pesquisa objetiva compreender comparativamente como o texto jornalístico se estrutura em diferentes produtos das mídias impressa e digital e que elementos ou fatores influenciam na configuração do texto noticioso. Para tanto, analisamos o jornal *O Globo* (impresso), *O Globo Online* (web) e *O Globo a Mais* (tablet). Foram selecionadas 57 matérias publicadas entre os meses de junho e agosto de 2013 nos três produtos. A análise de conteúdo foi utilizada para auxiliar na análise dos produtos propostos, integrando as visões quantitativa e qualitativa, em um modelo híbrido de pesquisa (Machado; Palacios, 2010).

Nesse contexto, para a análise partimos da observação da lógica da hierarquização representada pelo tradicional modelo da pirâmide invertida e da lógica do aprofundamento representada pela pirâmide deitada, proposta de modelo de estruturação do texto das webnotícias ancorada na hipertextualidade (Canavilhas, 2007). O esquema da estrutura da notícia proposto por Van Dijk (1990), baseado na estrutura de relevância e com categorias definidas, foi utilizado como suporte para a análise.

A escolha dos produtos jornalísticos de *O Globo* justifica-se, entre outros pela representatividade do corpus enquanto produtos de uma organização tradicional e de grande audiência do Brasil e pelo fato de os produtos disponíveis no impresso, *web* e *tablet* possuírem elementos capazes de nortear um estudo comparativo capaz de apontar fatores que influenciam a estrutura e a lógica do texto jornalístico e que acabam os diferenciando naqueles suportes. Os produtos são exclusivos e com conteúdo produzido especificamente para cada suporte, mesmo que em alguns casos haja publicação do mesmo conteúdo em mais de um suporte.

#### **PROPRIEDADES DO JORNALISMO E TEXTO JORNALÍSTICO IMPRESSO E DIGITAL**

O estabelecimento de condutas profissionais baseadas na objetividade foi responsável por moldar o jornalismo moderno juntamente com a operacionalização de procedimentos de apuração e checagem de informações capazes de conferir veracidade e fidedignidade aos fatos, o que acabou por auxiliar na legitimação da atividade jornalística (Traquina, 2005; Guerra, 2003; Schudson, 2010). Definida como ritual estratégico, a objetividade busca, entre outros, neutralizar possíveis críticas e ataques ao trabalho do jornalista (Tuchman, 1978). É importante ressaltar neste estudo que a objetividade não alcança por igual todos os gêneros jornalísticos, como por exemplo, grandes reportagens de jornais diários ou de revistas.

A tradicional técnica de redação jornalística da pirâmide invertida situa o *lead*, dá sentido à lógica da hierarquização e orienta o trabalho jornalístico de produção de notícias: a seleção dos fatos, a ordenação dos fatos e a nomeação (Lage, 2005). Todas essas fases necessitam de escolhas – do que noticiar (seleção) e de que forma (ordenação e nomeação) – as quais são em grande parte ancoradas nos chamados critérios de noticiabilidade e valores notícia (Wolf, 2008; Traquina, 2005; Silva, 2005).

Em se tratando de texto jornalístico, é imperioso apontar diferenças e semelhanças entre os textos da notícia e da reportagem, a fim de apresentar especificidades

conceituais e estruturais relativas aos gêneros. A definição de reportagem prediz um texto mais aprofundado, com fase de produção maior que da notícia, que possui caráter factual. O esquema para a estrutura da notícia de Van Dijk (1990), produzido para o jornal impresso e com categorias hierarquicamente dispostas, e a observação das matérias do corpus nos aponta: primeiro, a diversidade de composições com categorias também variavelmente dispostas nos três produtos, o que na dissertação relacionamos à editoria principalmente; segundo, a presença de categorias que implicam em contextualização, aprofundamento e explicação (também níveis da pirâmide deitada) que ocorrem de diferentes maneiras nos textos analisados, mas de onde podemos considerar que essas operações também se dão no texto do jornalismo impresso e, mais especificamente na notícia, em maior ou menor grau.

No jornalismo digital, os modelos propostos para a estruturação do texto jornalístico, estão ancorados nas propriedades da hipertextualidade, multimidialidade, interatividade, personalização, memória, atualização contínua e no jornalismo em base de dados. Podemos citar como exemplo os modelos *News Diamond* (Bradshaw, 2007) e aqui mais detidamente a Pirâmide Deitada (Canavilhas, 2007), este último umas das lógicas que perpassam a análise neste estudo.

No modelo da pirâmide deitada, a notícia evolui em níveis de leitura desde um primeiro nível com informações essenciais até um quarto nível com informações mais detalhadas, assemelhando-se ao perfil de uma pirâmide horizontal onde a base representa um volume maior de informação. Estes níveis estariam assim definidos: a unidade base (*lead*, que deve responder o essencial: o que, quando, quem e onde), o nível de explicação (que complementa a informação essencial do *lead* e deve responder ao por que e ao como, complementando a informação essencial), o nível de contextualização (mais informação em diferentes formatos) e o nível de exploração (com ligação ao arquivo da publicação e/ou arquivos externos).

*O Globo a Mais* é um produto autóctone, ou seja, criado exclusivamente para *tablet* ou *smartphone* com características expressas em *affordances* (Murray, 2012), específicas dos dispositivos móveis, em um estágio além das versões PDF ou remediadas do impresso (Barbosa *et al.*, 2013). Entre as *affordances*, a taticidade (Palacios, Cunha, 2012) encontra-se como uma característica do jornalismo para dispositivos móveis, que incorporam recursos como navegação não linear, narrativas mais longas, além de recursos para visualização de imagens e outros elementos a partir do toque.

Acredita-se que a tendência cada vez mais expressiva de lançamentos de produtos específicos para *tablets* no período vespertino dê origem ao surgimento de conteúdos mais contextualizados em vez dos voltados para a instantaneidade de circulação ao passo que influenciam as estratégias adotadas nos processos de apuração, produção, edição e distribuição de informações jornalísticas. Para García (2012), é comum que os conteúdos factuais (*breaking news*) estejam em maior quantidade dos *sites* e portais *web*. Os conteúdos mais aprofundados, por sua vez, parecem ser mais adequados e recorrentes nos *tablets*, até mesmo pela experiência de leitura que vislumbram: de uma maneira mais relaxada, em casa, no horário da noite.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A primeira etapa da nossa análise buscou, através da observação dos chapéu, título, subtítulo(s) e primeiro parágrafo, ou seja, de elementos que ocupam o topo do texto e que por conseguinte são hierarquicamente superiores, perceber o valor notícia substantivo que representasse o aspecto tomado como mais importante/relevante (Wolf, 2008; Traquina, 2005). Tomamos como base os conceitos difundidos de pirâmide invertida e o esquema da estrutura da notícia de Van Dijk (1990) calcado no que o autor chama de estrutura de relevância. A classificação daqueles elementos em anafóricos ou informacionais (Mouillaud, 1997), com exceção do primeiro parágrafo, nos permitiu relacionar os títulos e subtítulos informacionais à presença dos valores-notícia. Percebemos que títulos informacionais mais frequentemente revelam o valor notícia, mas houve casos em que títulos e subtítulos anafóricos foram capazes de revelar o valor notícia substantivo.

No jornal *O Globo* (impresso), os subtítulos são majoritariamente informacionais e são os elementos que mais expressam os valores notícia, o que confirmou a relação feita inicialmente entre os elementos informacionais do topo do texto jornalístico e a presença da lógica da hierarquização, percebida através da detecção do valor notícia principal, referente ao evento principal. No que se refere à presença do valor notícia, o primeiro parágrafo segue como elemento de maior ocorrência. Há, portanto, a presença da hierarquização no jornal *O Globo*. No *O Globo Online*, a presença da hierarquização foi ainda mais forte. Nenhuma das composições apresentou chapéu e 100% dos títulos e subtítulos foram classificados como informacionais. Na totalidade dos títulos e subtítulos também esteve representado o valor notícia principal, seguido do primeiro parágrafo (de forma semelhante ao impresso). No *O Globo a Mais*, a totalidade dos subtítulos foi informacional, seguida do título e com todos os chapéus anafóricos. A relação com o lugar que ocupa o valor notícia no texto se deu no sentido de que subtítulo(s) e primeiro parágrafo, na mesma proporção, apresentam o valor notícia mais frequentemente.

Produto	Chapéus, títulos e subtítulos anafóricos e informacionais	Presença do valor-notícia
Jornal O Globo	61,9% dos chapéus anafóricos; 62% dos títulos informacionais; 95,2% dos subtítulos informacionais.	95,2% nos subtítulos; 80,9% no primeiro parágrafo; 71,4% no título.
O Globo Online	100% não apresenta chapéu; 100% dos títulos informacionais; 100% dos subtítulos informacionais.	100% no título; 100% nos subtítulos; 95,2% no primeiro parágrafo.
O Globo a Mais	100% de chapéus anafóricos; 86,7% de títulos anafóricos; 100% de subtítulos informacionais.	93,3% nos subtítulos; 93,3% no primeiro parágrafo.

Tabela 1 - Comparação da hierarquização entre os três produtos  
Fonte: autoria própria

É importante lembrar que *O Globo a Mais*, autóctone para *tablet*, também está inserido na mídia digital, assim como a *web*. Apresenta, portanto, propriedades da mídia que influenciam diretamente na composição das matérias jornalísticas, como



as já citadas hipertextualidade e multimídia e, neste caso, a taticidade já explicada em capítulos anteriores.

Os dados apresentados na Tabela 1 apontam que no *O Globo a Mais*, assim como no jornal *O Globo* e no *O Globo Online*, existe acentuada presença da hierarquização de informações. No jornal *O Globo* a quase totalidade de subtítulos informativos dialoga com a presença do valor-notícia também na quase totalidade desses elementos. No *O Globo Online* o mesmo ocorre com os títulos e subtítulos.

A comparação entre os três suportes no que se refere à hierarquização baseada nos valores-notícia, portanto, aponta inicialmente a presença da lógica da hierarquização nos três suportes das mídias impressa e digital, sendo essa mais predominante na *web*, o que instiga questões já apresentadas e que serão discutidas ao longo desta análise nas próximas categorias. Numa escala de predominância poderíamos afirmar que a lógica da hierarquização é mais predominante no *O Globo Online*, seguida do jornal *O Globo* e do *O Globo a Mais*.

A segunda parte da análise centrou-se na questão da atualidade enquanto propriedade do jornalismo (Groth, 2011; Beltrão, 1992). A instantaneidade é parte do conceito de atualidade e a simultaneidade atua como fenômeno temporal que delimita a atualidade. Para Groth (2011), o ideal de periodicidade é a obtenção de brevidade máxima entre uma publicação e outra, sendo a simultaneidade o seu nível mais alto. Nesse sentido, observamos o nível de instantaneidade das matérias nos três produtos.

O nível de instantaneidade consiste no lapso de tempo entre o momento da ocorrência e a sua publicação no jornal. Acreditamos que o nível de instantaneidade define o produto no sentido de que influencia no tipo de composição discursiva que se pode produzir e, portanto, na lógica e estrutura do texto. Nossa análise observou a diferença de: a) menos de um dia; b) um dia; c) mais de um dia e d) não tem. Nesta última estão incluídos acontecimentos futuros (que inclui os acontecimentos agendados) e os chamados “não acontecimentos” (que inclui os acontecimentos provocados).

Produto	Nível de instantaneidade das matérias
Jornal O Globo	47,6% um dia; 47,6% mais de um dia.
O Globo Online	71,5% menos de um dia; 14,2% mais de um dia.
O Globo a Mais	73,3% mais de um dia; 20% não tem.

Tabela 2 – Comparação da atualidade entre os três produtos  
Fonte: autoria própria

Sabemos que a periodicidade caracteriza o jornal e que está sujeita às capacidades de produção, ao tipo de informação, ao público-alvo e aos hábitos dos destinatários (Groth, 2011; Beltrão, 1993). Foi ao assumir uma aparição periódica que o jornal se diferenciou face às outras obras culturais, como o livro e os folhetos. A natureza temporal do jornal é abrangida pela sua periodicidade (Fidalgo, 2004).

Numa breve comparação entre as mídias, é relevante considerar aqui que a limitação do jornal impresso em páginas o diferencia substancialmente da *web* neste aspecto, visto que no *webjornalismo* o espaço para publicação é potencialmente infinito. No entanto, isso não ocorre em *O Globo a Mais*, que está inserido na mídia digital, mas apresenta periodicidade diária e a lógica mercadológica do impresso com edições fechadas.

O *corpus* foi composto por dois produtos com periodicidade diária alocados em mídias diferentes: o jornal *O Globo* na mídia impressa e *O Globo a Mais* na mídia digital. A *web* exige permanente atualização, o que também tem a ver com a credibilidade do veículo. A potencialidade de publicar constantemente faz com que essa seja a marca do produto, o define, na concepção de Groth (2011). *O Globo Online* torna-se peculiar em relação aos outros produtos por estar inserido na mídia digital e efetuar a atualização contínua, propriedade do jornalismo digital.

A análise do nível de instantaneidade das matérias no jornal *O Globo* apontou que as matérias predominantemente apresentam um lapso de um dia até mais de um dia entre a ocorrência e a publicação, o que está diretamente relacionado à periodicidade diária do veículo e à linha editorial dos produtos, que trazem notícias e reportagens, em maior ou menor escala. No *O Globo Online* as matérias tiveram em sua maioria, 71,5%, instantaneidade de menos de um dia, seguida de matérias com nível de instantaneidade de mais de um dia, numa escala bem menor, 14,2% que, como demonstramos na análise. A atualização contínua do *hard news*, no caso, define a periodicidade inexistente na *web* no caso do *O Globo Online*. Explica, ainda, a utilização da técnica da pirâmide invertida onde, no texto, o aspecto mais relevante aparece primeiro, de acordo com nossa análise no chapéu, título, subtítulo(s) e primeiro parágrafo, o *lead*.

No *O Globo a Mais* a periodicidade também determina a identidade do produto no sentido de que a maioria das matérias observadas apresentou instantaneidade de mais de um dia. A isso também podemos relacionar o caráter de revista atribuído ao *Globo a Mais* – denominação inclusive adotada na caracterização e pelo *marketing* do produto. O jornalismo de revista, como exposto, tem como uma de suas características relativas ao conteúdo a presença maciça de reportagens ou de reportagens em profundidade.

O nível de instantaneidade de mais de um dia em 73,3% das matérias observadas está de acordo com a própria característica do produto. É interessante destacar nesse ponto que todas as composições analisadas em *O Globo a Mais* foram autodenominadas no produto de reportagem. Nesse caso, pelo próprio conceito de reportagem, a noção de profundidade e contextualização da informação parece óbvia (Lima, 2004; Medina, 1978; Lage, 2005b).

Complementariamente, a análise do tipo de acontecimento como indicador de uma diferenciação entre notícia e reportagem, gêneros com limites tênues em sua conceituação e aplicação, a partir da concepção de que as *hard news* advêm de acontecimentos com valor noticioso e nível de instantaneidade elevados (Tuchman,

1978; Sousa, 2008) apontou que nas matérias analisadas no *O Globo a Mais* não houve presença de *hard news* e que as chamadas *soft news* e os acontecimentos agendados foram majoritários naquele produto. No *O Globo Online* e no jornal *O Globo* as matérias analisadas foram predominantemente de *hard news* e *continuing news*, ou seja, desdobramentos de acontecimentos provavelmente originados de uma *hard news*. No entanto, na *web* a presença de notícias factuais foi mais frequente, ocorrendo em 62% do *corpus* analisado.

Produto	Tipo de acontecimento
Jornal O Globo	52,3% de <i>hard news</i> 28,5% de <i>continuing news</i>
O Globo Online	62% de <i>hard news</i> 23,8% de <i>continuing news</i>
O Globo a Mais	Não foram observadas <i>hard news</i> 33,4% de <i>soft news</i> 33,4% de acontecimento agendado 20% de não acontecimento

Tabela 3 – Comparação do tipo de acontecimento entre os três produtos  
Fonte: autoria própria

Por fim, a análise da *Hipertextualidade* objetivou perceber a presença da pirâmide deitada nas matérias do nosso *corpus* da mídia digital – *O Globo Online* e *O Globo a Mais*, através do local que ocupam os *links* nos textos e das relações que se estabelecem entre eles e os conteúdos a que se destinam.

A análise apontou a presença de *links* somente no “Veja também” em 81% das matérias do Globo Online e uma ínfima presença desses elementos no texto, além de 19% das matérias sem *link* algum. A presença de *links* fora do texto inviabiliza a pirâmide deitada (Canavilhas, 2007). Acreditamos, portanto, que fora do texto o *link* não estabelece relação direta com a palavra, expressão ou dado que o sinaliza no texto e em consequência com o parágrafo de onde provém, o que prejudica a contextualização na matéria. Ou seja, fora do texto ele constitui uma informação relacionada, mas solta.

Produto	Presença de links	Relações estabelecidas nos links do “veja também” e a matéria	Relação temporal entre os links do “veja também” e a matéria
O Globo Online	81% das matérias apresentam links apenas no “Veja também”; 4,7% possui links embutidos; 9,5% possuem links fora do texto (entre parágrafos); 19% não apresenta nenhum link.	57,7% são matérias produzidas pelo cibermeio sobre o mesmo assunto; 35,3% ligam a recursos complementares como multimídia.	52,4% trazem conteúdos produzidos no mesmo dia;
O Globo a Mais	Somente um link embutido; Um link extratextual (em um box);	-	-

Tabela 17 - Comparação da hipertextualidade entre os três produtos  
Fonte: autoria própria

Os exemplos apontam que a potencialidade do hipertexto enquanto característica capaz de promover maior contextualização e aprofundamento da informação jornalística é infimamente utilizada pelo *O Globo Online*. No entanto, é importante ressaltar que a maioria dos *links* presentes na listagem do “Veja também” levam a matérias produzidas pelo cibermeio sobre o mesmo assunto (57,7%) e recursos complementares como multimídia (35,3%), tais como vídeos, infográficos e galerias de imagens principalmente. Mesmo que esses *links* não estabeleçam uma relação direta com o texto escrito, por não estarem embutidos nele, eles possibilitam ao leitor aceder a outras camadas informativas que parecem representar os níveis da pirâmide deitada. Neste caso, respectivamente os níveis de exploração (com ligação ao arquivo da publicação ou a arquivos externos) e contextualização (com mais informação em diferentes formatos). Com relação às matérias sobre o mesmo tema publicadas pelo cibermeio, a análise dos dados apontou que a maioria trouxe *links* com outras matérias do mesmo dia.

Nas matérias analisadas de *O Globo a Mais* houve apenas um *link* extratextual (em um *box*, fora da matéria) e um intratextual (embutido, no corpo do texto). O uso da hipertextualidade no texto, portanto, ocorre de maneira mais escassa que na *web*, mesmo sendo este um produto também da mídia digital. Vimos através de entrevistas com um repórter do autóctone para *tablet* que o uso ínfimo de *links* é uma escolha editorial, calcada na própria concepção do produto enquanto revista digital multimídia com edições fechadas, na qual, segundo ele, a presença de *links* hipertextuais poderia distrair o leitor ou mesmo fazer com que a leitura fosse interrompida.

É importante ressaltar, ainda, que a lógica do aprofundamento pode ser percebida não apenas através da hipertextualidade. Outra propriedade do jornalismo digital, a atualização contínua e a consequente atualização de notícias (conforme se apuram dados) também pode indicar esta lógica no jornalismo digital em comparação com o impresso. A possibilidade de uma notícia poder ser complementada e atualizada faz com que potencialmente se tenha um material informativo gradualmente mais contextualizado e aprofundado.

Constatamos que o aprofundamento da informação jornalística não depende essencialmente de *links* hipertextuais podendo estar: 1) no próprio texto – o que demonstramos com algumas categorias do esquema de Van Dijk (1990); 2) mais fortemente em gêneros como a reportagem, o que é predominante no *corpus* de *O Globo a Mais*; 2) nas camadas do aplicativo para *tablet*: mesmo com ínfima presença de *links* embutidos no texto, que remetam aos níveis da pirâmide deitada, a presença de elementos multimídia como vídeos, elementos gráficos como infográficos (animados ou não), mapas, galerias de imagens, entre outros.

Na pirâmide deitada percebemos um esquema semelhante ao da pirâmide invertida no qual o primeiro nível, ou a unidade base, corresponde ao *lead* e deverá responder ao essencial: o que, quando, quem e onde. Esta unidade base pode ser uma *hard news* e evoluir ou não para um formato mais elaborado. O nível seguinte, nível de explicação, corresponde ao “como” e ao “por que” e completa a informação essencial sobre o acontecimento (Canavilhas, 2006).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A facilidade de compor novos formatos não é uma novidade da mídia digital, especialmente na *web*. No entanto, é válido observar como isso ocorre em produtos como o Globo a Mais, com edições fixas e fechadas, mas que fazem cada vez mais uso de *links* externos para notícias ou especiais da *web* e a evolução do uso de elementos textuais ou não para o aumento da resolução semântica tanto na *web* quanto em dispositivos móveis.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barbosa, S.; Silva, F. F. D.; Nogueira, L. & Almeida, Y. (2013). A atuação jornalística em plataformas móveis. Estudo sobre produtos autóctones e a mudança no estatuto do jornalista. *Brazilian Journalism Research*, 9 (2), 10-29.
- Bardoel, J. & Deuze, M. (2001). *Network Journalism: converging competences of old and new media professionals*. Disponível em [http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoelDeuze%2BNetwork Journalism%2B2001.pdf](http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoelDeuze%2BNetwork%2BJournalism%2B2001.pdf).
- Beltrão, L. (1992). *Introdução à filosofia do jornalismo*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Bradshaw, P. (2007). A Model for the 21st Century. *Newsroom: the news diamond*.
- Canavilhas, J. (2007). Webjornalismo: a pirâmide invertida à pirâmide deitada. In Suzana Barbosa (Org.). *Jornalismo digital de terceira geração* (pp. 25-40). Covilhã: Labcom.
- Fidalgo, A. (2004). Do poliedro à esfera: os campos de classificação. A resolução semântica no jornalismo online. In *Anais do II SBPJor*. Salvador-BA.
- Groth, O. (2011). *O poder cultural desconhecido. Fundamentos das Ciências dos Jornais*. Petrópolis: Vozes.
- Guerra, J. (2003). O nascimento do jornalismo moderno: Uma discussão sobre as competências profissionais, a função e os usos da informação jornalística. *INTERCOM -XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Belo Horizonte.
- Lage, N. (2005a). *Estrutura da Notícia*. São Paulo: Ática
- Lage, N. (2005b). *Teoria e técnica do texto jornalístico*. Rio de Janeiro: Campus.
- Lima, E. P. (2004). *Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Barueri, SP: Manole.
- Machado, E. & Palacios, M. (2010). Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In C. Lago & M. Benetti (Orgs.) *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes.
- Medina, C. A. (1982). *Profissão jornalista: responsabilidade social*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Mielniczuk, L. (2003). *Jornalismo na web - Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.
- Mouillaud, M. (1997). *O jornal. Da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15.
- Murray, J. (2012). *Inventing the Medium: Principles of Interaction Design as a Cultural Practice*. Cambridge, MA: MIT Press. Kindle Edition.

- Palacios, M. S. & Cunha, R. do E. S. da. (2012). A Tactilidade em Dispositivos Móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. *Contemporânea*, 10 (3), 668-685.
- Palacios, M. (2003). Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In Marcos Palacios; Elias Machado (Orgs.). *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra.
- Schudson, M. (2010). *Descobrimo a notícia*. Petrópolis: Vozes.
- Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2 (1): 95-107.
- Sousa, J. P. (2008). *Os estudos jornalísticos após 1950: a consolidação de um campo científico*. Porto, Portugal.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são - vol 1*. Florianópolis: Insular.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: a study in the construction of reality*. New York: Press.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- Wolf, M. (2008). *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes.

### **OUTRAS REFERÊNCIAS**

- Online Journalism Blog*. Disponível em <http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21stcentury->.

## A imprensa esportiva e a primeira visita de um clube de futebol carioca à Espanha e a Portugal

MARCOS PEDROSA DE SOUZA

marcos.pedrosa@gmail.com

*Secretaria de Estado de Educação do Estado do Rio de Janeiro*

### Resumo

O ensaio examina a imprensa esportiva da primeira metade do século XX focalizando um dos mais empenhados e emblemáticos profissionais brasileiros do período, o jornalista Mario Filho. Primeiro na prática da reportagem, nos primórdios do jornalismo esportivo, repórter e redator-chefe que foi no Rio de Janeiro das seções esportivas das folhas A Manhã, Crítica (esses dois jornais de seu pai, Mário Rodrigues) e de O Globo, no período que vai até meados dos anos de 1930. Depois como o maior e mais festejado cronista brasileiro, consagrado por sua prática nas páginas do mesmo O Globo, do Jornal dos Sports (diário esportivo de sua propriedade) e da revista Manchete Esportiva, desde 1935 até a sua morte em 1966. O estudo comenta as características da atuação de Mario Filho nesses vários momentos de sua vida profissional, mas se dedicará especificamente a examinar o seu envolvimento com dois dos muitos jogadores de futebol que foram foco de seu interesse e atenção e sobre os quais escreveu passagens memoráveis: o goleiro Jaguaré Bezerra de Vasconcelos e o meia Fausto dos Santos. Jaguaré, conhecido como o Babilônia, o Dengoso, e, finalmente, El Jaguar, atuou, em campos brasileiros, pelo Vasco da Gama, principalmente, e, em campos europeus, pelo Futebol Clube Barcelona, Sporting Clube de Portugal, Leça Futebol Clube, Acadêmico do Porto e Olympique de Marselha. Fausto dos Santos (ou a Maravilha Negra) foi, como Jaguaré, atleta do Vasco da Gama e do Barcelona e ainda do Young Fellows, suíço. O ensaio tratará especificamente de contrastar a cobertura jornalística do repórter e os escritos do cronista Mario Filho que dão conta da trajetória desses dois atletas, se ocupando particularmente com a primeira excursão de uma equipe brasileira, a do Clube de Regatas Vasco da Gama, a Espanha e a Portugal, em 1931. Esse momento oferece amplo material para se entender algumas questões importantes como a chegada de atletas mulatos e negros a condição de destaque entre os jogadores brasileiros em uma época que marca o começo da profissionalização do futebol no Brasil. Através de uma pesquisa apoiada na hemeroteca digital da Biblioteca Nacional e de arquivos de jornais periódicos recentemente disponibilizados na Internet além da consulta à bibliografia de Mário Filho (1994; 2004) traça-se um perfil sobre esse jornalista e um painel acerca desse momento importante da imprensa brasileira.

**Palavras-Chave:** Imprensa esportiva; futebol; Mario filho

---

Mario Filho acabou com o craque perfilado como se estivesse ouvindo o Hino Nacional. O craque aparecia em pleno movimento, crispado no seu esforço. E as figuras plásticas, elásticas, acrobáticas, enchem as páginas de tensão e dramatismo  
*Nelson Rodrigues*

### INTRODUÇÃO

O Brasil foi uma das últimas nações das Américas (espanhola e inglesa) a conhecer a imprensa. A implantação e o início da atividade de circulação de periódicos



impressos em terras brasileiras só foi ocorrer em 1808 com a vinda da família real portuguesa que trouxe prelos junto com mangueiras de origem indiana nos porões da Medusa. Se a imprensa chegou, portanto, tarde nesse país continente, o jornalismo esportivo local, por outro lado, acompanhou celeremente e com desenvoltura esse fenômeno típico da cultura do século XX que foi o esporte como espetáculo de massas. Nos primórdios da imprensa esportiva brasileira e por ocasião de sua consolidação, um nome se distinguiu de sobremaneira, o de Mario (Rodrigues) Filho (1908-1966).

Trata-se de um dos mais empenhados e emblemáticos jornalistas esportivos do período. Nesse ensaio iremos acompanhá-lo em sua prática na cidade em que viveu e exerceu toda sua vida profissional, o Rio de Janeiro. Primeiro o veremos como repórter e redator-chefe que foi das seções esportivas das folhas *A Manhã*, *Crítica* (esses dois jornais de seu pai, Mario Rodrigues) e de *O Globo*, no lapso de tempo que corre entre 1925 até meados dos anos de 1930. Depois como um dos maiores e mais festejado jornalistas brasileiros, consagrado por suas crônicas nas páginas do mesmo *O Globo*, do *Jornal dos Sports* (diário esportivo de sua propriedade) e da revista *Manchete Esportiva*, no período que vai de 1935 até a sua morte em 1966, aos 58 anos.

Serão comentadas as características da práxis de Mario Filho nesses vários momentos de sua trajetória profissional, mas será dedicada atenção especial ao seu envolvimento com dois dos muitos jogadores de futebol que ele acompanhou de perto, com interesse redobrado e sobre os quais escreveu passagens memoráveis: o goleiro Jaguaré Bezerra de Vasconcelos e o centro-médio Fausto dos Santos. Jaguaré, conhecido como o Babilônia, o Dengoso, e, finalmente alcunhado Le Jaguar pelos franceses, atuou, em campos brasileiros, pelo Clube de Regatas Vasco da Gama, principalmente, e, em campos europeus, pelo Futebol Clube Barcelona, Sporting Clube de Portugal, Leça Futebol Clube, Acadêmico do Porto e Olimpique de Marselha. Fausto dos Santos (ou a Maravilha Negra) foi, como Jaguaré, atleta do Vasco da Gama e do Barcelona. Jogou ainda pelo Young Fellows, suíço, e encerrou sua carreira no Clube de Regatas do Flamengo.

O ensaio tratará de contrastar a cobertura jornalística do Mario Filho repórter e redator-chefe com as do Mario Filho cronista e ensaísta. Particularmente as que dão conta de passagens especiais no percurso da carreira desses dois atletas, se ocupando sobretudo com a primeira excursão de uma equipe carioca, a do Vasco da Gama, à Espanha e a Portugal, em 1931. Esse momento oferece amplo material para se entender algumas questões importantes na cena futebolística brasileira como a chegada de atletas negros e mulatos a condição de destaque entre os jogadores brasileiros em uma época que marca o começo da profissionalização do futebol no Brasil. Através de uma pesquisa amparada na hemeroteca digital da Biblioteca Nacional e nos arquivos digitais do jornal *O Globo*, recentemente disponibilizados na Internet, além da consulta à bibliografia de Mário Filho, traça-se um perfil sobre esse jornalista e um painel acerca desse momento importante da imprensa esportiva brasileira.

## A TRAJETÓRIA DE MARIO (RODRIGUES) FILHO<sup>1</sup>

O clã dos Rodrigues esteve sempre ligado ao jornalismo e, em família com um número grande de pessoas talentosas tanto para as artes gráficas como para a escrita, os nomes dos irmãos Mario Filho e Nelson Rodrigues acabaram por conseguir se destacar e ocupar um lugar de relevo na imprensa brasileira, considerados que são dois dos maiores cronistas esportivos que o país conheceu no século XX. Como a maioria de seus quatorze irmãos (sete homens e sete mulheres), eles iniciaram sua vivência jornalística por intermédio do pai, Mario Rodrigues (1885-1930).

Nascido no Recife, Mario Rodrigues se formou em direito com distinção. Ficou em primeiro lugar na turma de 1909 da Faculdade de Direito do Recife em que também colou grau Gilberto Amado (renomado escritor e diplomata, primo de Jorge Amado), o que lhe valeu uma viagem à Argentina e ao Chile, oportunidade em que teve a chance de entrar em contato com o jornalismo praticado nesses países. Com uma paixão por jornais que curiosamente cultivava desde pequeno, Mario Rodrigues, de maneira semelhante a outros tantos advogados da época, nunca exerceria a profissão para a qual fez seus estudos. Optaria por dedicar toda sua vida profissional à imprensa. Quando se avizinha dos seus 18 anos já aparecia como revisor e depois redator do *Jornal do Recife* (jornal que tinha em seus quadros o jornalista e futuro empresário Assis Chateaubriand e o jurista Barbosa Lima Sobrinho e viria a contar ainda, anos depois, com as contribuições do escritor José Lins do Rego) para dois anos mais tarde, em 1910, fundar seu primeiro veículo impresso, o *Jornal da República*.

Com uma verve polemista incontrolável, Mario Rodrigues se viu envolvido em muitos atritos e embates políticos ao longo de seu percurso profissional, o que chegou a levá-lo à cadeia. Numa época em que as desavenças no plano das crenças políticas eram freqüentemente resolvidas a tiro, o jornalista teve ocasião de se ver correndo de uma saraivada de balas. Em função das perseguições que sofreu no Recife e como conseqüência do declínio político de Emídio Dantas Ribeiro, pessoa que o ajudara a fundar sua primeira folha jornalística, mudou-se para o Rio de Janeiro em 1915.

Na então capital da República, trabalhou de início como redator parlamentar do jornal *Correio da Manhã* e depois veio a surgir como proprietário das duas folhas impressas com as quais fez o seu nome no jornalismo brasileiro: *A Manhã*, entre 1925 e 1929, e *Crítica*, nos anos de 1929 e 1930. Mario Rodrigues morrerá prematuramente aos 44 anos no dia 15 de março de 1930, sete meses antes de seu jornal ser empastelado como se dizia naquele tempo (ou depredado e extinto) pelas confusões de rua do movimento político que colocará no poder em outubro desse ano uma das muitas “revoluções”, ou golpes oportunistas, que marcaram a história brasileira do século passado.

Neto de Francisco Rodrigues, o Barba de Fogo, e, como alguns de seus irmãos, autêntico exemplar dessa minoria que são os ruivos, Mario Filho nasceu como seu pai no Recife. Em 1916, quando Mario Rodrigues ainda lutava para se estabelecer

<sup>1</sup> As fontes bibliográficas usadas para se traçar a trajetória de Mario Filho são: Rodrigues, Nelson, 1993; Rodrigues, Stella, 1986; Castro, Ruy, 1988.

no Rio de Janeiro, o pequeno Mario Filho, aos oito anos de idade, foi trazido com a mãe, Maria Esther, e seus cinco irmãos recifenses (Milton, Roberto, Stella, Nelson e Joffre) para a cidade onde viveria por toda a sua existência. Desempregado durante um breve período, Mario Rodrigues retomará logo suas atividades. Aparece de início como redator do *Correio da Manhã*, veículo com o qual foi colaborar por convite do proprietário dessa importantíssima folha carioca, Edmundo Bittencourt. No *Correio da Manhã*, Mario fez o que sabia fazer como poucos: atacar seus desafetos políticos. Viveu céu e inferno com o chefe Edmundo Bittencourt em função disso. Até que em dezembro de 1925 conseguiu se desentender de vez com Bittencourt, se tornou sócio e assumiu *A Manhã*, voltando a comandar um jornal por conta própria e ao seu estilo.

Com uma folha jornalística de sua propriedade em circulação, Mario Rodrigues tratará, de forma semelhante a outro empresário e jornalista do ramo, Irineu Marinho (1876-1925; fundador de *A Noite* e depois de *O Globo* e falecido em meados do ano)<sup>2</sup>, de utilizá-la para defender, dentro do nascente espírito republicano, o cidadão comum contra interesses políticos. A edição que inaugura seu comando informará que o matutino “se apresenta sem ligações com o industrialismo e a política”. Há um incidente que celebrou *A Manhã* por conta das ousadias de seu proprietário: a distribuição de dinheiro, oriundo de uma tentativa de suborno, entre a população pobre.

Mario Rodrigues trata de imediato de aproximar seus filhos da rotina de sua empresa jornalística. Mario Filho e três de seus irmãos, Milton, Roberto e Nelson, serão vistos nos anos que se seguirão ajudando a produzir conteúdo em quantidade para essa folha matutina. Os três primeiros contribuindo com textos, e Roberto, com seus desenhos e caricaturas que aperfeiçoara na Escola Nacional de Belas Artes na turma em que veio a conhecer aquela que seria uma pessoa muito próxima da família, o então desconhecido pintor Cândido Portinari. Ainda muito novos, os filhos de Mario Rodrigues estavam iniciando sua jornada na imprensa ao lado de pessoas que teriam importância fundamental dentro da cultura e da imprensa brasileira nos anos seguintes: Monteiro Lobato, Agripino Grieco, Ronald de Carvalho e Danton Jobim, entre muitos outros.

*A Manhã* circulava com oito páginas de terça-feira a sábado e com doze aos domingos. Não havia edição às segundas-feiras. Milton, Mario Filho e Roberto são aqueles que vão de pronto se iniciar na rotina da redação. Os dois primeiros escrevendo, embora Mario respondesse pela tarefa adicional de cuidar da parte administrativa no cargo de gerente. *A Manhã* costumava duplicar o seu frontispício na primeira e última página e às vezes mesmo em uma das páginas internas. A capa apresentava as notícias do país e do mundo e a contracapa uma coleção de *faits-divers*, típica das publicações do período. A página três era uma espécie de espaço dos editorialistas. Nela, Mario Rodrigues ocupava a parte central. Do alto até o meio da página distribuía suas diatribes, atacando todos os seus inimigos políticos e todos aqueles que em sua opinião andavam ludibriando os cidadãos da República.

<sup>2</sup> Para uma aprofundamento do percurso de Irineu Marinho ver Carvalho, Maria Alice Rezende de Carvalho. Irineu Marinho – imprensa e cidade. São Paulo, Editora Globo, 2012.

Mario Filho não fará sua estréia na seção “Sport em terra, no mar e no ar”, que com freqüência ocupava boa parte da página seis (quando não a página inteira). Aos dezessete anos, em janeiro de 1926, ele tinha ambições literárias. Vai começar a publicar contos onde houver espaço no jornal e logo será presença constante na seção “Arte e Cultura”, que ganhava a página sete das edições de domingo. São tantos os contos que logo terá pronto seu livro de estréia que reunirá toda a produção do jovem autor no tomo *Bonecas*, editado pela gráfica do pai em outubro de 1926. Em julho do ano seguinte já terá um segundo trabalho para ser impresso: *Senhorita mil novecentos e cinqüenta*.

Em setembro de 1927, aos dezenove anos, se casa com aquela que seria sua companheira de toda a vida, Célia Maria Neves de Mello, que muito menina contava apenas quinze anos na ocasião. Em dezembro de 1927, segue afixando sua produção ficcional com *A Mulher de Todo Mundo*. Aparecerá ainda fazendo crítica teatral e mesmo vez ou outra publicando um conto. A partir de abril de 1928, no entanto, passa a posição de redator-chefe de *A Manhã*. Começa então a se dedicar a seção de esportes do jornal, mudando completamente seu foco de interesse. O momento marcará na página esportiva a introdução de uma nova abordagem no trato da reportagem, revelando aquela que seria a maneira muito peculiar de Mario Filho se envolver com atletas, técnicos, dirigentes de clubes e todas as pessoas relacionadas com o mundo dos esportes.

Qualquer informação importante colhida em ambiente informal (uma mesa de bar, no transporte urbano, por exemplo) podia virar assunto de um texto a ser publicado. Surgem ainda entrevistas com amplo registro fotográfico em que se abre espaço para que o leitor se aproxime mais da realidade dos atletas que todos viam apenas nos gramados da cidade. Muitos desses atletas seriam convidados a visitar a redação de *A Manhã* e *Crítica*. Entre os muitos esportistas brasileiros e estrangeiros com os quais Mario Filho estabeleceu contato e estreitou relacionamento, dois jogadores se projetarão de maneira insistente nas páginas dos jornais de seu pai, Jaguaré Bezerra de Vasconcelos e Fausto dos Santos, assunto desse ensaio.

Jagaré despertou logo o interesse de Mario Filho que não perdeu tempo em festejá-lo como pode tanto em *A Manhã* como em *Crítica*. Fausto dos Santos custará um pouco mais a ganhar a adesão afetiva do jornalista, mas também acabará sendo assunto de muitas reportagens. Os dois estarão ainda e ao lado de futebolistas importantes como Arthur Friedenreich, Leônidas da Silva, Domingos da Guia, Garrincha, Pelé e tantos outros craques, nas crônicas memorialistas que irá escrever quando se firmar como um grande nome na imprensa brasileira.

Dois fatos trágicos marcam a passagem do ano de 1929 e o começo de 1930 na trajetória de vida de Mario Filho. No dia 26 de dezembro de 1929, *Crítica* publica uma reportagem de capa que trazia os detalhes sobre o divórcio da jornalista Silvia Serafim Thibau, “uma escritora moderna” e “[r]eivindicadora dos direitos da mulher nesse século”, segundo o autor da reportagem, Erastóstenes Frazão. Na reportagem não assinada, Frazão insinuava que o motivo real da separação de Silvia de seu

marido era um caso extra-conjugal, que a jornalista estava tendo com o radiologista João de Abreu (na verdade, Manuel Dias de Abreu, inventor da abreugrafia). No dia seguinte, Sílvia vai ao jornal e, não encontrando Mario Rodrigues, saca uma arma e atira em Roberto Rodrigues, que morreria em poucos dias no hospital. Roberto tinha sido o autor do desenho que ilustrava a reportagem de capa. Três meses depois, era Mario Rodrigues que morria de um derrame (talvez como conseqüência do desgosto que experimentou pela perda do filho). Diante desses fatos trágicos, Mario Filho terá de assumir o jornal do pai com o irmão mais velho, Milton. Levam a situação até outubro desse ano quando o golpe militar que colocaria Getúlio Vargas no poder turva o futuro jornalístico dos Rodrigues.

Entre o final de 1930 e o início de 1931, a família passa por sérias dificuldades. A salvação foram as mudanças que ocorreram no jornal *O Globo*. Com a morte do editorialista, Eurycles de Mattos, em maio de 1931, o filho mais velho de Ireneu Marinho, Roberto Marinho (1904-2003), assume a direção da folha jornalística e convida Mario Filho, seu amigo particular de noitada de sinuca no Liceu de Artes e Ofícios, para dirigir a seção de esportes. A chegada de Mario Filho à redação de *O Globo*, trazendo os irmãos, Nelson e Joffre para trabalharem na trincheira esportiva, será a oportunidade para que a experiência iniciada em *A Manhã* e *Crítica* tenha continuidade. Ainda que lentamente, Mario Filho irá imprimindo seu estilo ao noticiário, agora com respaldo de uma seção extremamente estruturada, resultado dos cuidados editoriais de cinco anos de trabalho sério e rigoroso de Eurycles de Mattos.

É por essa época que o Clube de Regatas Vasco da Gama, que havia sido campeão carioca de 1929, irá fazer aquela que entrou para a história como a excursão inaugural de um time de futebol do Rio de Janeiro a Portugal e à Espanha, com os atletas Jaguaré e Fausto em seu quadro. Mario Filho estreará, portanto, em um momento importantíssimo para o futebol brasileiro.

Mario Filho seguirá na reportagem de *O Globo* até meados dos anos de 1930. Em outubro de 1936, adquire o *Jornal dos Sports*<sup>3</sup>, um diário estritamente esportivo que existia desde 1931 e que replicava no Brasil o *L'Équipe*, Francês, e o *Gazzeta dello Sport*, Italiano. Depois do fim dos jornais de sua família, essa é a segunda tentativa de Mario Filho de ter um jornal voltado exclusivamente para o noticiário esportivo. Houve a experiência anterior em *Mundo Sportivo*, depois que se firmou como coordenador da seção de esportes de *O Globo*, mas que durou poucos meses. Para se tornar proprietário do *Jornal dos Sports*, Mario Filho teve de recorrer de novo a Roberto Marinho, que ajudou tanto financeiramente como cedendo a gráfica de *O Globo* para que o jornal fosse ali rodado. Ajudaram ainda como sócios José Bastos Padilha, presidente do Clube de Regatas do Flamengo (no futuro se tornaria concunhado de Mario Filho) e Arnaldo Guinle, rico empresário, ex-presidente do Fluminense Football Club e da Confederação Brasileira de Desportes (hoje, Confederação Brasileira de Futebol,

<sup>3</sup> Para um conhecimento mais detido sobre as características do *Jornal dos Sports* consultar: Holanda, Bernardo Borges de. "O Cor-de-Rosa: ascensão, hegemonia e queda do *Jornal dos Sports*". In: Holanda, Bernardo Borges Buarque de e Melo, Victor Andrade de (org.). *O esporte na imprensa – e a imprensa esportiva no Brasil*. Rio de Janeiro, 7Letras, 2012.

CBF). Anos depois, Mario Filho ficará como único dono desse jornal impresso em papel cor-de-rosa.

Dando expediente integral no *Jornal dos Sports*, sobrar tempo apenas para seguir como cronista com uma coluna em *O Globo*. Trata-se da afamada “Da primeira fila”, em que vai rememorar nos anos de 1942 suas vivências como repórter e redator em crônicas antológicas. Uma seleção desses escritos será posteriormente alinhavada como uma narrativa contínua no livro *O negro no futebol brasileiro*, que ficou célebre a um só tempo por dar conta da história do futebol brasileiro e carioca e por proceder a uma análise sociológica sobre o que esse esporte significou para a cultura brasileira do século XX.

As crônicas memorialistas terão seqüência em *Manchete Esportiva*, uma revista ilustrada de esportes, editada pelo grupo do editor Adolpho Bloch. Bloch alcançou notoriedade ao obter enorme sucesso com *Manchete*, uma revista de variedades no modelo da *Life* americana e precursora dos magazines de celebridades de hoje em dia. Entusiasmado com o sucesso desta publicação, convidou Mario Filho para fazer a *Manchete Esportiva*. Foi a chance de um novo encontro do jornalista com seus irmãos (muitos dos Rodrigues, Nelson, Augusto, Paulo, participaram do projeto) em meados da década de 1950, em uma publicação inovadora. Nesta revista, editada semanalmente sempre às segundas-feiras, há todo o noticiário de esportes e as crônicas dos especialistas.

Como o irmão Nelson Rodrigues, Mario Filho terá sua coluna em que rememora passagens que vivenciou do futebol brasileiro. *Manchete Esportiva* foi, no entanto, uma investida muito ousada para seu tempo e circulou apenas entre o final de 1955 e 1959, quando encerrou suas atividades. Nos anos 60, veremos Mario Filho seguir com o seu *Jornal dos Sports*, para o qual contribuíam ainda seu irmão Nelson Rodrigues e escritores como José Lins do Rego, João Lyra Filho e Manuel do Nascimento Vargas Neto (sobrinho do presidente Getúlio Vargas). Se dedicará ao “cor-de-rosa” e aos livros que irá publicar sobre futebol até a sua morte de um ataque cardíaco em 17 de setembro de 1966.

### **O CLUBE DE REGATAS VASCO DA GAMA E O PERCURSO DE DOIS CRAQUES**

O futebol com suas características modernas surgiu na Inglaterra em meados do século XIX. Sua chegada ao Brasil próximo à virada do século XX se deu por diferentes vias. É conhecido o espírito expansionista e imperialista dos ingleses naquele período histórico com o estabelecimento de empresas britânicas fora do Reino Unido. Como uma das conseqüências dessa iniciativa, aportaram em solo brasileiro companhias com imigrantes ingleses e seus descendentes que trouxeram a cultura do futebol para o país. Para o futebol paulista uma pessoa importante foi Charles William Miller. Filho de pai inglês com mãe brasileira (com ascendência britânica), Miller era um desportista nato interessado em tênis e rugby, entre outras modalidades esportivas. Aos dez anos vai fazer seus estudos em Southhampton na Inglaterra e retorna entusiasmado com o futebol. Traz em sua bagagem três bolas de futebol e



inicia os paulistas em um esporte totalmente desconhecido, mas que rapidamente mobilizaria um grupo de ferrenhos e dedicados adeptos. Miller foi jogador, árbitro e dirigente. Respondeu ainda pela invenção da manha futebolística na proeza com a bola que ficou conhecida como o “charles”, em referência a sua pessoa. Com Charles William Miller o futebol se firmou em São Paulo.

Por terem surgido em uma cidade litorânea, muitos clubes cariocas, antes de serem agremiações de futebol, foram sociedades de regatas que disputavam suas provas na enseada de Botafogo. Em 1905, quando ocorreu uma remodelação da cidade por iniciativa do prefeito Pereira Passos, um pavilhão foi construído para abrigar a platéia que gostava de comparecer para presenciar o que naquele tempo se chamava de um “domingo de regatas”, utilizando o pavilhão com seu serviço de bar como lugar para que se apreciassem as competições náuticas.

No início do século XX já havia uma série de agremiações em que se começava a praticar esportes (e o futebol entre eles) longe da orla. Temos de lembrar que estamos em momento da difusão da idéia de eugenia associada aos esportes, uma febre semelhante a que leva todos hoje em dia a praticar atividades físicas para ter uma vida mais saudável. Foram criados clubes como o Bangu, o América, o Riachuelo, todos como espaços para a prática de exercício físicos e com times de atletas dedicados à recreação futebolística. Na zona sul carioca, o paço inicial foi dado pelo Fluminense Football Club, um dos poucos clubes dessa parte da cidade que já nasceu com a finalidade de ser uma agremiação de futebol.

No Fluminense tudo aconteceu por conta de Oscar Alfredo Cox, também, como Charles Miller, filho de um inglês com uma brasileira, nascido no Largo dos Leões, no bairro do Humaitá no Rio de Janeiro. Cox voltou de seus estudos de humanidades em Lausanne na Suíça com uma bola na bagagem e maturando a idéia de fundar uma agremiação de futebol, o que fez, com outros entusiastas que como ele estavam descobrindo a paixão pelo futebol, em julho de 1902. A reunião de fundação do clube aconteceu em sua casa na rua São Salvador no bairro das Laranjeiras em que se constituiu a inaugural comissão soberana de esportes ou o “Ground Committee”, como ficou famoso.

O Vasco da Gama, assim como o Flamengo e outros clubes cariocas, surgiu antes do Fluminense, embora apenas como clube de regatas. O Flamengo de regatas foi criado em 1895, um ano após o aparecimento do Botafogo de regatas e justamente como expressão de rivalidade entre turmas de rapazes desses dois bairros (o clube botafoguense de futebol é de 1904 e não tinha vínculo nenhum em seu início com o grupo do remo; só se transformariam em uma única agremiação em 1942).

O Clube de Regatas Vasco da Gama aparece, três anos depois do Flamengo, em 1898, e ficou com esse nome em lembrança ao quarto centenário da façanha do grande navegador português, comemorada na ocasião. O Flamengo só irá adentrar os gramados de futebol em 1912 como uma dissidência do Fluminense de Oscar Cox que viu migrar todo um time de craques descontentes para o clube de regatas. Tudo porque a comissão técnica, ou o poderoso e altivo “Ground Committee”, havia



decidido colocar o centro-avante Alberto Borgerth no banco de reservas. No período amador esses motins eram freqüentes no futebol. O fato é que Borgerth vai embora do Fluminense, ao lado de oito companheiros que haviam acabado de conquistar o campeonato carioca invictos e sem perder uma partida. Fundação assim a seção de futebol do Flamengo que além das competições no mar passa então às disputas nos gramados da cidade.

Já o Vasco da Gama das regatas dá início às suas atividades futebolísticas em 1916, a partir de uma fusão com o Lusitânia Esporte Clube, uma das três agremiações de futebol existentes no Rio de Janeiro que congregava as colônias portuguesas na cidade (as outras duas eram o Centro Português de Desportos e o Lusitano Futebol Clube). Começa na terceira divisão e leva sete anos para chegar à elite do futebol carioca, em 1923. Alcançará esse posto, entretanto, com uma façanha inédita, a de se sagrar de cara campeão da cidade no ano de sua estréia na primeira divisão.

A vitória do Vasco da Gama será importante porque seu time reúne um número grande de jogadores pretos, mulatos e de origem social humilde. É o oposto de times como Flamengo, América, Fluminense, Botafogo, que vinham se firmando na tradição de apresentarem uma seleção de acadêmicos, como se comentava. Esporte de elite, o futebol carioca contava com a nata da sociedade local. Um dos atletas mais idolatrados dessa fase inicial era o goleiro Marcos Carneiro de Mendonça, pai da estudiosa de teatro Barbara Heliodora, decana da crítica teatral carioca. O Fitinha Roxa havia chegado ao Fluminense em 1914 com dois de seus irmão (Luiz Henrique e Fábio) e com o jogador Carlos Alberto (todos atletas vindos do América), o célebre e único mulato do time que tinha de recorrer ao talco para esconder a cor de sua pele. É o atleta que ficou com a pecha de pó-de-arroz, identificada posteriormente com o tricolor carioca e fonte a princípio de gozação e depois de orgulho do torcedor.

Talvez camuflando esse aspecto, que, é importante que se diga, será enfatizado por Mario Filho em seus textos, tem-se, no ano seguinte, uma cisão dentro da Liga Metropolitana de Desportos Terrestres, entidade carioca fundada em 8 de junho de 1905 e que cuidava dos campeonatos do Rio. É instituída então a Associação Metropolitana de Esportes Atléticos (Amea) que criará várias restrições para fechar o círculo de seus clubes associados. As diligências da Amea para verificar se os jogadores amadores da época tinham emprego fixo e a cobrança para que os atletas soubessem ler e escrever, são exemplos desses rigores de 1924. Resumindo, a Amea cria regulamentações que penalizavam agremiações como a do Vasco da Gama que, com um time de pretos e mulatos, havia brilhado no torneio da cidade de 1923. O Vasco fica, portanto, fora do torneio da Amea de 1924 e vai para a Liga Metropolitana, a segunda divisão dos times cariocas. Mas se sai bem e consegue se sagrar campeão. Em 1925, é aceito de volta à Amea e retorna à elite do futebol carioca.

O Vasco da Gama jogará os campeonatos da primeira divisão de 1925, vencido pelo Flamengo, e o de 1926, vencido pelo São Cristovão, afiando seu time, que contava a essa altura com alguns nomes que entrariam para a história nos registros da pena do Mario Filho repórter-redator e cronista: Itália, Hespagnol e Russinho. A

vitória do São Cristovão com as cores do Vasco e com um time também de negros e mulatos, parece ter acendido a esperança na equipe cruzmaltina. Em abril de 1927, têm-se ainda a inauguração do campo do Vasco da Gama, o Estádio de São Januário, à época o maior da América do Sul, com capacidade para oitenta mil espectadores, aposentos para os atletas e complexo esportivo com dependências e quadras para a prática de todos os esportes. Tudo construído através de uma campanha entre os sócios do clube. Depois do triunfo em 1923, mais um momento importante estava se desenhando nos horizontes daquele que ficou conhecido como o Gigante da Colina. Em 1928, vai surgir no quadro do time cruzmaltino o nome de Jaguaré Bezerra de Vasconcelos, e no glorioso ano de 1929, o de Fausto dos Santos. Hora de conhecer esses dois atletas.

Eles nasceram no ano de 1905. Jaguaré, no Rio de Janeiro. Fausto, na cidade de Codó, no interior do Maranhão (nordeste do Brasil). Os dois passaram a infância na Cidade Maravilhosa, um jogando bola no bairro pobre da Saúde e o outro, no bairro operário de Aldeia Campista (hoje, sub-bairro de Vila Isabel). Jaguaré começou tentando várias posições até descobrir que seu lugar era mesmo à sombra do gol, onde se corria menos e o esforço era menor na sua muito pessoal avaliação. Seu primeiro time foi o Pereira Passos Futebol Clube do bairro da Gamboa. Em 1926, foi morar em São Paulo onde trabalhou como conferente no Armazém 17 das Docas de Santos. Por lá integrou o América de Santos e o Atlético Santista. Foi vice-campeão pela Liga Santista e retornou ao Rio de Janeiro para trabalhar no Moinho Fluminense e voltar ao quadro do Pereira Passos em 1927. Através do craque Hespagnol, recebeu convite de dirigentes do Vasco para treinar pela equipe cruzmaltina. No início de 1928 passa a integrar o segundo time do Vasco da Gama.

Fausto vai começar no Bangu, onde joga as temporadas de 1927 e 1928. Neste período é visto já se destacando e participando do “scratch” B carioca em preparação para jogos internacionais e para o campeonato brasileiro de futebol. No início de 1929, Tinoco, um jogador reserva do Vasco, consegue convencê-lo a deixar os treinamentos nas dependências distante do Bangu para apresentar seu futebol em São Januário. Sob o comando do técnico Harry (Henry, na certidão de nascimento) Welfare, um inglês que fez carreira como jogador do Flamengo e depois pelo Fluminense (este último principalmente) antes de treinar a equipe do Vasco, ele passou de meia-direita à sua posição definitiva de centro-médio. No ano de 1929 estarão, Jaguaré e Fausto, integrando um time do Vasco que faria a glória do clube levando o muito disputado campeonato carioca de 1929 a uma final acirrada vencida brilhantemente pelo equipe dos Camisas Pretas, como eram conhecidos desde o triunfo de 1923. Juntos os dois conseguiriam a proeza ainda de tomar parte em partidas internacionais pela Seleção Brasileira.

### **JAGUARÉ E FAUSTO NOS JORNAIS**

Como já foi comentado anteriormente, Jaguaré foi dos dois atletas o primeiro a despertar a atenção de Mario Filho. Virou uma espécie de fixação do jovem repórter

e redator de *A Manhã* e *Crítica*. Qualquer oportunidade era uma desculpa para termos uma foto, um depoimento, um flagrante, do goleiro cruzmaltino. Talvez possamos buscar uma explicação para isso na trajetória pessoal do jornalista. Se é fato que enquanto teve a presença de seu pai Mario Rodrigues, Mario Filho usufruiu de uma vida de luxos (basta lembrar que Roberto Marinho comentava, em tom jocoso, que os Rodrigues tomavam táxi até para atravessar a rua), ele viu também a figura paterna passar penúria na sua chegada ao Rio de Janeiro quando moravam todos de favor na casa do poeta Olegário Mariano. Nessa época chegaram a mal ter o que comer. Viu ainda Mario Rodrigues ser preso injustamente por um artigo que publicara no *Correio da Manhã*. Essas experiências vão aparecer refletidas como preocupações centrais dos textos do jovem contista (ao lado do tema da luxúria, outro assunto central em seus primeiros escritos). Parecem ainda se projetar na identificação com um mulato estivador, parcamente alfabetizado que decidiu ser goleiro de futebol e obteve sucesso em sua nova ocupação.

Em março de 1928, Jaguaré passa a integrar o segundo time do Vasco e em pouco tempo estará na equipe principal. *A Manhã* seguirá acompanhando-o ainda que acanhadamente e sem dar muito destaque, mas sempre elogiando suas participações em campo. Até que começam a aparecer as falas, declarações e entrevistas do jogador. Pode-se perceber, pelo que se verá nas edições posteriores do jornal, que Mario Filho está se aproximando do atleta. Jaguaré surge então opinando sobre tudo, embora seja craque nas evasivas. O Vasco tem um jogo difícil com o América. Registra-se a expectativa do goleiro. Itália, beque do Vasco, contunde um jogador do Fluminense. Recorre-se ao arqueiro novamente para se tentar vislumbrar o que se comenta nos bastidores.

Aquele que se transformará em um “personagem”, isso mesmo, do nosso contista e agora redator-chefe de esportes, seguirá de qualquer jeito comprovando seu talento. Passa a substituir e assume a posição de primeiro goleiro do Vasco quando Amado Benigno se machuca. É escolhido para integrar o time B do selecionado carioca (era comum termos o selecionado de cada estado para a disputa do campeonato brasileiro ou para um jogo contra um time estrangeiro visitante). A partir do momento em que *Crítica* é lançada, a presença de Jaguaré se intensificará e os fatos jornalísticos ganharão contornos literários de tom picaresco. Jaguaré ainda terá de provar que pode substituir Waldemar, outro dos goleiros do Vasco. Mas isso ficará logo evidente para os torcedores, que passaram a tê-lo como ídolo (e reclamar quando não o viam em campo), e para os dirigentes (ainda que, em episódio conhecido, Jaguaré tenha tido de recorrer a um punhal quando Harry Welfare tentou colocar Waldemar Chuca-Chuca em seu lugar).

Em janeiro de 1929, o Club Sportivo Barracas Bolívar, uma equipe argentina, vem fazer amistosos no Brasil. Em foto com legenda, *Crítica* anuncia: “Senhores do Barracas: este aqui é, nem mais, nem menos, Jaguaré, o guardião impassível. É este o homem, senhores do Barracas, o encarregado de defender os tiros de Lunas, Muinos, dos Rivarolas. Temos dito.” O time de São Januário não chega a vencer, mas após uma

derrota consegue ficar no empate realizando bom jogo e a manchete festeja com ponto de exclamação: “O Vasco reabilitou o futebol carioca!”.

No dia 17 de Janeiro de 1929, depois do anúncio feito em edições anteriores, temos a primeira entrevista exclusiva com Jaguaré, realizada por Mario Filho. Os dois aparecem em foto lado a lado na página 4 ilustrando a extensa reportagem. Nela temos a ficha completa do goleiro cruzmaltino inclusive detalhes do caso de amor dele com a jovem Hermínia, uma “loura como um raio de sol, de olhos azuis da cor do céu, nariz levemente arrebitado e a boca vermelha como o pecado”. Há até mesmo à reprodução dos diálogos do pai da moça com Jaguaré, ocasião em que com sua autoridade paterna, o pai de Hermínia deu por encerrado o imbróglio amoroso do “arqueiro impassível”.

Apesar de na maior parte do tempo dar tranqüilidade à defesa, Jaguaré ficaria conhecido por suas fanfarrônicas. Foram muitas ao longo da carreira. Tinha por exemplo a mania de brincar com os atacantes que estavam em sua área, arremessando a bola na direção da cabeça dos adversários para em seguida segurá-la uma segunda vez. Agarrava e batia pênaltis como ninguém. Quando a “bichinha”, como se referia à bola, morria em suas mãos, gostava de fazê-la rodar na ponta do dedo. Todos esses detalhes do folclore em torno do atleta, todos hoje proibidos e coibidos em qualquer partida, serão registrados pela pena do repórter-redator-chefe e depois lembrados pelo cronista. Na edição de 29 de maio de 1929, como as suas atitudes galhofeiras pareciam estar indo longe demais, o jogador será fotografado em uma pose séria com a bengala de Mario Filho (sim, Mario Filho era um típico desportista dos anos 20, sempre de bengala, chapéu e charuto na boca), lendo *Crítica* em texto que garante que o atleta “[n]ão quer mais saber de brincadeira”.

O próprio Mario Filho será, no entanto, um incentivador do lado folclórico do atleta. Publicará reportagens picarescas, por exemplo, em que insinua que Jaguaré estaria tendo um caso com a atriz hollywoodiana Vilma Banky, estrela húngara que fez carreira no cinema mudo americano ao lado de Rudolph Valentino. O atleta será por isso mesmo alcunhado pelo jornalista como “O Paraíso das Damas”. Em uma foto grande, por ocasião da passagem do Graf Zeppelin pela cidade, ele será visto em fotomontagem feita pela redação montado no dirigível como em um jegue retornando ao Rio de Janeiro para participar de um jogo do Vasco. Pelo visto tínhamos dois craques da bazófia, um atuando em campo. O outro, na imprensa.

Fausto dos Santos, ao contrário de Jaguaré, era um jogador sério, sisudo e reservado. Como foi dito anteriormente, levou mais tempo para despertar a paixão do nosso repórter-redator-chefe. Tanto por seu futebol como por sua pessoa. Fausto assinou contrato com o Vasco em março de 1929, se transferindo do grupo dos Mulatinhos Rosados do Bangu. *Crítica* acompanhou todo o processo, desde o anúncio da contratação, no dia 3 de março de 1929, até a estréia no dia 10 do mesmo mês. Os anos de 1929 e 1930 vão ser especiais para o atleta. O primeiro porque marcará a segunda conquista vascaína do campeonato carioca, confirmando o time vitorioso de 1923 como um clube a figurar em meio à elite do futebol do Rio de Janeiro. No

ano seguinte, Fausto estará entre os atletas que defenderam a seleção brasileira na primeira Copa do Mundo, realizada no Uruguai.

O time do Vasco da Gama de 1929 reunia uma constelação de craques. Tinha-se Jaguaré, no gol, Fausto, como meia-direita, e ainda Brilhante e Itália, Mola, Hespanhol, Tinoco, Paschoal, Mario Matos, Russo (ou Russinho, como era mais conhecido), Santanna e Oitenta-e-Quatro. Todos sérios concorrentes à vaga na seleção brasileira de 1930. Quatro seriam incluídos no que se chamava na época da “embaixada brasileira” no exterior: Brilhante, Itália, Russinho e Fausto. Deve-se no entanto chamar a atenção para o fato de que a nenhum jogador de São Paulo foi permitido participar do primeiro mundial.

De qualquer jeito os jogadores do Vasco ganharam o “Torneio Initium” de 1929, disputa importantíssima que marcava o início do Campeonato Carioca. Fariam ainda uma campanha vitoriosa no torneio propriamente dito sob o comando do técnico Harry Welfare. Em 23 jogos, venceram 15 partidas, empataram 7 e perderam apenas um jogo para o Fluminense. As reportagens de *Crítica* se alternam na sua avaliação sobre Fausto dos Santos. Ora elogiam a passagem de Fausto à posição de *pivot* do time (a posição que o consagraria), por opção do técnico Welfare, ora sugerem que ele seja substituído. De qualquer jeito vem a final do Campeonato com a melhor de três entre os vascaínos, os Camisas Pretas, e os americanos, os Diabos Rubros. E a partida final, ganha pelo Vasco por 5 a 0, ratifica a superioridade da equipe e o acerto do novo centro-médio do Vasco. Detalhe interessante é que para o jogo final disputado no dia 29 de novembro de 1929 foi feita uma cine-reportagem que teve exibição na época no Cine-Theatro São José segundo o que informa *Crítica*. Nunca vi ou tomei conhecimento do paradeiro desse registro histórico.

Além da conquista do Campeonato Carioca, o ano de 1929 foi significativo para Fausto e Jaguaré porque os dois participaram de jogos internacionais atuando por vezes pelo Vasco, outras por um combinado de jogadores cariocas e outras mais pela Seleção Brasileira. Enfrentaram assim o escoceses do Motherwell, os argentinos do Barracas e do Rampla Juniors e até mesmo os temidos húngaros do Ferencváros na célebre partida em que Hespanhol quebrou a perna. Em 1930, continuarão a alçar vôos bem mais altos que o horizonte vascaíno e integraram de novo equipes cariocas em jogos do Campeonato Brasileiro e nas disputas contra equipes estrangeiras em visita ao Rio de Janeiro. Em 1930, caberá a Fausto uma honra a qual Jaguaré não teve direito: a de representar o Brasil na primeira Copa do Mundo em Montevideú. Embora tenha participado do selecionado brasileiro em três oportunidades, Jaguaré nunca participaria de uma Copa do Mundo.

No início de julho, o time brasileiro parte para o Uruguai. Fausto começa a ganhar mais exposição como integrante da Seleção. É entrevistado e sai em foto na primeira página de *Crítica*. O jornal dos Rodrigues conseguiria ainda duas façanhas: um diário de bordo contando como foi a viagem de navio que levou a seleção até Montevideú e fazer da redação do jornal, na rua do Carmo, no centro do Rio de Janeiro, espaço para se acompanhar pelo rádio as partidas do Brasil. A Seleção volta depois de

dois jogos com uma derrota frente à Iugoslávia, por 2x1, e uma vitória sobre a Bolívia, por 5x0. Não foi o suficiente para irem adiante na disputa pelo título do primeiro campeonato de futebol do mundo, mas mesmo assim Fausto conquistou a simpatia dos uruguaios e retornou com a alcunha de La Maravilha Negra dessa viagem.

No Campeonato Carioca de 1930, o Vasco, no entanto, ficaria ainda em segundo lugar, um ponto a menos que o Botafogo que se sagrou campeão do certame. Fizeram uma excelente campanha, vencendo 14 dos 20 jogos disputados (uma vitória a menos que o campeão). É um ano também, como já vimos, problemático para os Rodrigues que perderam um irmão no começo do ano, o pai, em março, e o jornal da família com o golpe que não deixou o presidente legitimamente eleito Julio Prestes tomar posse. *Crítica* para de circular em outubro de 1930 e só voltaremos a ver Mario Filho atuando na imprensa em maio de 1931 no jornal *O Globo*. Temos portanto esse interím de sete meses na vida do jornalista.

### **A PRIMEIRA EXCURSÃO DE UM TIME CARIOCA A EUROPA**

O jornal *O Globo* nos anos de 1930 chegava a ter três edições diárias. Uma matutina e duas vespertinas às 16 horas e às 18 horas. De forma semelhante a *A Manhã* e *Crítica*, tratava-se de um diário de oito páginas, mas que, diferentemente das duas folhas da família Rodrigues, não tinha edição aos domingos em lugar das segundas-feiras. A seção de esportes sempre ocupava a sua contracapa, fechando o noticiário. Muito freqüentemente as notícias esportivas se espalhavam ainda pelo restante do jornal. Fora da página oito, era costume tê-las em boxes sob o título de “O Globo nos Sports”, semelhante a muitas das outras seções do jornal de Irineu Marinho. Todas elas identificadas com títulos como “O Globo nos Teatros”, “O Globo nos Cinemas”, “O Globo na Música” etc., uma organização bem ao agrado de uma pessoa meticulosa como Eurycles de Matos. Eventualmente poderíamos ainda ter em qualquer página informes esportivos inseridos em boxes sob o título de “Últimas Notas Sportivas”, seguido do nome do esporte em foco: futebol, natação, boxe, bola ao cesto.

Às segundas-feiras, a capa da edição matutina era toda ela de flagrantes fotográficos com os registros dos vários esportes disputados no final de semana. A quantidade de material a ser produzida diariamente, já que os esportes dominavam boa parte do noticiário (ao lado das notícias políticas e dos *faits-divers*, estes últimos tão característicos da época), era conseqüentemente significativa. O *Globo* já tinha uma boa estrutura montada para dar conta da produção desse farto noticiário e muitos jornalistas continuarão trabalhando com afinco e senhores de suas posições mesmo com a chegada de Mario Filho. De qualquer jeito ele irá pouco a pouco imprimindo suas opções editoriais e transformando a reportagem esportiva em algo mais ao seu gosto muito peculiar, por vezes zombeteiro, caricato, trocista, como percebemos anteriormente ao corrermos as páginas de *A Manhã* e *Crítica*.

Há até uma passagem curiosa das memórias de Nelson Rodrigues, aquelas que ele escreveu no *Correio da Manhã* nos anos de 1960 e que viraram o livro *A menina sem estrela*, em que ele rememora o momento em que seu irmão Mario Filho passou



a ser o responsável pela seção de esportes de *O Globo* levando ele e outro irmão Joffre como assistentes não remunerados. Foi em maio de 1931, em seguida a morte de Eurycles de Matos. Depois de falar sobre a penúria por que passaram, Nelson Rodrigues relembra:

O certo é que o meu irmão Mario Filho interessava a *O Globo*. Eu me lembro da nossa primeira conversa, na rua Almirante Barroso, na porta dos fundos do jornal. Em pé, na calçada, depois do expediente, Roberto explicou o seu papel. No Globo, ninguém cuidava de espanar o pó do tempo, o pó que, desde *A Noite*, cada geração legava à geração seguinte. Ele estava disposto justamente a usar o espanador. Mas sem assombrar os redatores antigos. Queria também mudar, sem choque e gradualmente, a página de futebol. Mas confessou que tinha medo dos nossos exageros. Disse mesmo: “ – Vocês, um dia, puseram a fotografia de Jaguaré no penico” (Rodrigues, 1993: 114).

O próprio Nelson ao recordar o episódio afirma que não sabe se a observação foi literalmente está ou se ficou assim registrada por sua imaginação hiperbólica. A bem da verdade, Mario Filho havia colocado, como vimos, Jaguaré montado no Graf Zeppelin. De qualquer jeito ele continuaria a fazer graças semelhantes. O certo é que a partir do dia 18 de maio aparece uma novidade que deve ter chamado a atenção dos leitores mais atentos de *O Globo*. Essa data marca o início, em meio ao noticiário esportivo, de uma quadrinha em versos que se repetirá todos os dias por um bom tempo. A primeira é dedicada a celebrar o atacante Ripper do Fluminense, mas no dia 28 de maio teremos duas: uma colocando em versos o nome de Jaguaré e outra, a do Clube de Regatas Vasco da Gama. Assinados com as iniciais H.A., os versos para Jaguaré dizem: “Nunca fui de caretas/todos sabem: não é segredo/– sei fazer mil piruetas/rodando a bola no dedo!”.

Os versos para o “team do Vasco” foram maiores e como todas as “quadrinhas versificadas”, aparece em destaque e estilizada graficamente: “No “goal” o Jaguaré faz piruetas/E afirma que é bom mesmo de verdade/“Brilhante”, lá na saga, é novidade/E “Itália” nunca treme de caretas!/ “Fausto” surge! As coisas ficam pretas/ “Tinoco” faz um “foul”, na suavidade.../Pula o “Molla” com toda atividade/Entre trancos, barrancos e “marretas”!/ “Bahiano” apanha a bola e o “half” engana/A “Oitenta e Quatro” passa que, cortando,/Manda a mesma afinal para “Sant’Anna”,/“Mario Mattos” recebe o “passe” na área/Entrega a “Russo” e este, arrematando,/Manda a esfera na rede adversária!”. Tem-se em verso a escalação do time do Vasco da Gama que em pouco partiria para a Europa.

*O Globo* acompanha de perto os preparativos para a viagem. No dia 2 de junho, a página 7 registra: “Ficou, portanto, definitivamente resolvida a excursão do grêmio cruzmaltino ao Velho Mundo. Quanto à data de embarque, estão os diretores vascaínos empenhados em conseguir que a mesma seja o próximo domingo, estando para isso, em negociações”. E assim aconteceu. No domingo dia 7 de junho, os jogadores do Vasco foram convocados a se encontrarem ao meio-dia no navio Arlanza no cais do porto do Rio de Janeiro. No período amadorístico não havia concentração e, antes dos jogos, os jogadores eram chamados a aparecer em um lugar, divulgado pelos jornais, para se

reunirem. De lá os jogadores foram enfrentar o Bangu em São Januário, vencendo por 1x0, e retornaram à embarcação no final da tarde para zarpar para a Europa.

O repórter de *O Globo* assim registrou a despedida da equipe no cais do porto: “(...) uma multidão considerável de adeptos do pavilhão da Cruz de Malta (...) saudou os vice-campeões da cidade que a esta hora demandam a Europa para o desenvolvimento de um programa de exibições nos campos de Espanha, França e Portugal. (...) Foi uma verdadeira apoteose, a que o público esportivo da cidade prestou aos seus vice-campeões, elevando-se as saudações até quando o “Arlanza”, noite fechada já, ia a perder de vista, ao longe da baía, rumo ao outro lado do Atlântico”.

Foram doze jogos na Espanha e em Portugal apenas, dos quais o Vasco da Gama se saiu vitorioso em oito deles, empatou em dois e perdeu as outras duas partidas. Jaguaré e Fausto estiveram em campo em dez desses confrontos. A série de jogos, que deveriam ser cumpridos enquanto o Campeonato Carioca, por determinação da Amea e justamente para possibilitar essa viagem, estivesse suspenso até o dia 15 de agosto, iria iniciar-se por Portugal, onde os jogadores desembarcaram. Como a Federação Portuguesa passasse por uma crise, os jogadores comandados por Raul Campos, presidente do Vasco e chefe da delegação, viajou de trem para Barcelona e Vigo para cumprir quatro jogos.

Estrearam perdendo para o Barcelona por 3x2, em 28 de junho, mas no dia seguinte voltaram a campo para vencer por 2x1 o time catalão. Não houve nenhum repórter acompanhando a excursão vascaína. Portanto, nas páginas de *O Globo*, as reportagens sobre os jogos eram feitas através do serviço de telégrafo da United Press, pelo acompanhamento das transmissões radiofônicas e pelos informes telegráficos enviados pela delegação do Vasco, nossa “embaixada” esportiva no exterior. As manchetes nem por isso deixavam de festejar: “Fausto dos Santos, o nosso grande center-half, foi a maior figura da cancha, ontem, em Barcelona”, “Jaguaré, Russo e Nilo, figuras que impressionaram os espanhóis”, comemoraram após a primeira vitória em solo europeu. De Barcelona a delegação do Vasco viajou de trem até Vigo na costa oposta da Espanha, banhada pelo Atlântico. Dois jogos foram disputados contra o Celta, time local. De novo tivemos uma derrota na primeira apresentação, por 2x1, porém uma vitória de goleada no segundo jogo por 7x1.

Em Portugal, O Vasco venceu os dois jogos iniciais em Lisboa, contra o Benfica e um combinado local, e depois seguiu para o Porto, para duas vitórias contra o próprio time do Porto e um outro contra um combinado de Póvoa de Varzim e Boavista. Foi ainda a Ovar, vencer por 6x2 o Ovarense, e retornou ao Porto, para encarar sua única derrota em território português frente ao Porto. Fechou a excursão goleando o Sporting por 4x1. A passagem por Portugal teve dois incidentes com brigas que envolveram Fausto e Russo, com a delegação sofrendo constrangimento no hotel e Russo indo parar na cadeia, incidente contornado pelo corpo diplomático brasileiro.

Enquanto a excursão do Vasco seguia, aqui no Brasil o que estava em pauta nos jornais e nas conversas entre jogadores era a profissionalização do futebol brasileiro. Muitos atletas paulistas de ascendência italiana começavam a migrar para jogar

profissionalmente na Itália. Estávamos tendo uma evasão de craques brasileiros para o exterior. Mario Filho na redação de *O Globo* estimulará o debate e dará ampla cobertura ao tema tentando ouvir os dois lados: aqueles que defendiam o amor ao esporte como uma justificativa para que ele fosse praticado amadoristicamente e os que pregavam a sua profissionalização. Essas reportagens serão já publicadas com uma outra marca do jornalismo de Mario Filho que era a de trazer a foto do repórter ao lado do entrevistado, como testemunha “da história do nosso football”, nas palavras do próprio jornalista.

E é em meio a esse debate e ao fim da excursão do Vasco no exterior que estoura a notícia: Fausto e Jaguaré estariam em negociação para permanecer na Europa jogando pelo Barcelona, abraçando aos olhos dos companheiros o profissionalismo. Desde 1915 que a gratificação por uma vitória (ou o “bicho” como se diz) existia no futebol brasileiro, mas é a partir de 1923 e com o Clube de Regatas Vasco da Gama que ele se consagra. Na década de 1930 os jogadores ainda viviam no Brasil amadoristicamente dessa gratificação. Percebem, no entanto, no contato com atletas que vão ao exterior ou que nos visitavam, que o profissionalismo era corrente nos clubes de futebol da Europa. Dependentes dessa gratificação no Brasil, não é surpresa ver que Jaguaré e Fausto enxergassem na proposta do Barcelona uma possibilidade de uma carreira estável como atletas. Decidem assim permanecer por lá.

O último compromisso do Vasco na Europa acontece no dia 2 de agosto, oportunidade em que o time vence o Sporting como vimos. No dia 3 na página 8 de *O Globo* já temos a notícia de que Fausto, Jaguaré e Fernando Giudiceli, jogador do Fluminense que acompanhou a equipe cruzmaltina na excursão, devem permanecer na Europa. Os dois primeiros ficando no Barcelona e Fernando seguindo por conta própria para tentar um lugar no futebol italiano. A repercussão é grande no Brasil, com todos se perguntando como o Vasco seguirá no Campeonato Carioca sem esses dois atletas importantes. No dia 7, se noticia que a comissão técnica estava cogitando de mandar Russinho acompanhado por Nilo, atleta do Botafogo que foi com o grupo, de avião para começar os preparativos para os jogos do campeonato do Rio de Janeiro (talvez uma ponta de receio de que houvesse mais deserções). No dia 15, com os jogadores viajando de navio para o Brasil já se confirmava a permanência dos dois atletas na Europa e se afirmava que apesar disso eles não pretendiam se naturalizarem espanhóis. Outra notícia diz que a delegação deve desembarcar do Arlanza no cais do porto do Rio de Janeiro no dia seguinte.

No dia 17 de junho saem publicadas as reportagens documentando a chegada dos jogadores no dia anterior. Através de Nilo fica-se sabendo mais detalhes. Disse o atleta à reportagem de *O Globo*: “Quando Fausto e Jaguaré receberam a proposta, eu, como brasileiro, aconselhei a recusa. Não fui atendido, porém. Do Sr. Raul Campos não se pode dizer nada, nada, nada, que o desabone. Foi incomparável na inteligência, no trato com que serviu à embaixada.” Uma manchete na mesma página informa: ““Fausto e Jaguaré choravam quando se despediram dos companheiros!””. A frase entre aspas foi dita pelo capitão Orlando, diretor de futebol do Vasco da Gama. Coube a ele

narrar os detalhes: “Foi comovente a despedida. Quando Jaguaré e Fausto abraçaram os jogadores que partiam, de regresso à pátria, todos, todos, na embaixada, choraram. Não exagero. Tanto é verdade, que eu chorei. Chorei, também, como os outros. Ninguém, aliás, podia resistir à cena que era emocionante. Todos se comoveram.”

*O Globo* seguirá acompanhando Fausto e Jaguaré em Barcelona. Lançará mão até da ajuda do escritor José Vicente de Paya que, em setembro, entrevistará os dois jogadores e o treinador da equipe Jack Greenwell. A reportagem mostrará todo o profissionalismo do treinamento a que os atletas catalães são submetidos, inclusive com a novidade da prática da nataçãõ. Toda uma preparaçãõ física desconhecida dos clubes brasileiros, mas que passaria a ser rotina por aqui em pouco tempo como bem registrará Mario Filho. Informa ainda que os dois firmaram contrato de um ano apenas e não de dois como queria o Barcelona. A vida esportiva e agora profissional de Fausto e Jaguaré adquire assim status internacional, algo corriqueiro para os jogadores de hoje em dia, mas novidade para os atletas brasileiros dos anos de 1930. Fausto retornará logo ao Brasil, depois de uma passagem pelo Young Fellows, suíço, mas Jaguaré fará praticamente toda a sua carreira em campos europeus, jogando depois do Barcelona por times portuguesas e pelo Olympique francês.

#### **REPÓRTER, REDATOR, CRONISTA, ENSAÍSTA**

Toda a vivência como repórter, redator e chefe de reportagem de seções esportivas durante as décadas de 1920 e 1930, fornecerá material farto para o cronista que vai se constituindo em Mario Filho e que surgirá nos anos de 1940. Esse cronista aparecerá aos olhos dos leitores nas colunas que o jornalista escreverá em espaços como aquele que a partir de janeiro de 1942 se firmará nas páginas esportivas de *O Globo*. Muito especialmente na coluna “Da primeira fila”. Nela veremos de início um cronista dos fatos mezinhos dos esportes e logo reconheceremos um memorialista refinado a lembrar passagens antológicas e entre elas algumas que acompanhamos até aqui através do noticiário esportivo. Além da experiência pessoal, Mario Filho será ajudado nessa tarefa pelo álbum de recortes cedido a ele pelo goleiro Marcos Carneiro de Mendonça, álbum este (sobre o futebol brasileiro dos anos de 1910 e 1920) que se encontra hoje sob a guarda da Biblioteca Nacional, no Rio de Janeiro. Essas serão também as fontes a orientar os escritos de suas colunas para a revista *Manchete Esportiva*, uma segunda e igualmente bem sucedida prática de narrar um pouco da história do futebol brasileiro.

Dois livros reuniram parte das incontáveis colunas perpetradas pelo jornalista: *O negro no futebol brasileiro*, de 1947, e *O sapo de arubinha*, de 1994. Nas narrativas dessas crônicas, Jaguaré, Fausto e outros atletas ganharam uma dimensão literária única. Aquele registro da mera reportagem que vimos parece adquirir um refinamento estilístico e se projetar como um objeto literário de qualidades genuínas e raras. Sua escrita cria densidade psicológica ao retratar os atletas, apresenta refinamento estilístico em suas descrições e ainda requinte, apuro e sofisticação na ordem organizacional de sua narrativa.

São dois particularmente os aspectos importantes que vale a pena salientar sobre essas colunas de Mario Filho que podem ser lidas na Internet, através dos arquivos digitais do jornal *O Globo*, nas hemerotecas digitais de um grande centro de memória, como a Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, e nos livros mencionados anteriormente. O primeiro deles, como comentado, diz respeito a sua extraordinária qualidade literária. O segundo aspecto se refere à sua igualmente refinada abordagem ensaística.

Para realçar sua qualidade literária, devemos recorrer a trechos selecionados de sua obra. Vamos ver por exemplo como o Mario Filho cronista cuida de descrever os dois atletas que são foco desse estudo. Começando por Jaguaré Bezerra de Vasconcelos. Diz o cronista:

Quando Jaguaré entrava em campo, o gorro de marinheiro equilibrado no alto da cabeça, fralda de camisa saindo por dentro do calção, era abrindo bocas de sono. Parecia que tinha acabado de levantar da cama, que ia jogar obrigado. Ficava no meio do gol mudando de pé, como soldado em formatura. O outro time atacando, Jaguaré nem nada. De repente partia um chute de furar rede, Jaguaré como que despertava, estendia os braços, a “bichinha”, chamava a bola de bichinha, morria nas mãos dele. Todo mundo de pé, aquele chute não havia quem pegasse, quando acaba o chute não tinha sido tão forte assim, Jaguaré voltava a botar os braços na cintura, a bocejar. Num jogo com o Elvira de Jacareí, o “Dengoso” morreria de tédio. Welfare escalou Waldemar “Chuca-Chuca”. Jaguaré abriu o escaninho de Pereira Peixoto, tirou lá de dentro um punhal, o punhal que o Eurico, um jogador de Barra Mansa, tinha esquecido de levar, e avançou para Welfare. Se Pereira Peixoto não estivesse por perto, Welfare era um homem morto. Por aí se pode ter uma idéia da importância que Jaguaré dava a entrar em campo, a jogar. Questão de vida e morte. Parando de jogar, Jaguaré voltaria a ser o que tinha sido, a andar de tamancos, toque, toque, um palito espetado num canto da boca. Teria de carregar de novo sacos de farinha para o Moinho Fluminense, de pegar no pesado. (Filho, 2003: 166)

Com extrema concisão, o cronista-literato consegue nos dar um perfil psicológico do “arqueiro impassível” (e gaieteiro, podemos acrescentar), uma descrição de sua figura e seu comportamento muito peculiar. Faz o mesmo com Fausto dos Santos. Um detalhe importante para a precisa compreensão do trecho a seguir é saber que Fausto depois de sofrer anos em campo em razão de sua saúde debilitada, iria morrer tuberculoso em 1939. Podemos agora acompanhar o autor<sup>4</sup>:

Fausto não rodava a “bichinha” na ponta de um dedo, não atirava a “bichinha” na cabeça dos jogadores dos outros times, não se divertia jogando futebol, pelo contrário. Como ia se divertir se matando em campo? Quando acabava o jogo estava quase sem fala, peito magro se enchendo, se esvaziando, como um balão de oxigênio. Também tomara conta do campo, como se dizia. O outro time encurralado, Fausto empurrando o Vasco. Tudo isso, porém, quase não lhe adiantava nada. A desvantagem de ser preto. Russinho, branco, tinha o que quisesse, e mais alguma coisa. Os portugueses, donos de casas comerciais, atrás dele. “Tenho cá um negócio para ti, ó Russinho.

<sup>4</sup> Deve-se ainda acrescentar que Mario Filho teve dois irmãos que contraíram a “peste branca”, em ocasião em que a doença era sinônimo de morte: Nelson e Joffre. Joffre veio mesmo a falecer por conta da doença, aos 21 anos em 1936.

Aparece lá por casa, ó Russinho, e não te arrependerás”. Até uma barata Chrysler, de trinca e cinco contos, deram para ele. (Filho, 2003: 170)

É fascinante a fluência do texto do cronista apresentando vários elementos típicos e característicos da crônica brasileira. Chama a atenção por exemplo a maneira como ele consegue incorporar traços e marcas da oralidade a sua narrativa e ainda como se alterna e passeia entre diferentes registros discursivos com extrema desenvoltura. Impressiona bastante também a forma como o cronista retrata, como se disse, a complexidade psicológica dos jogadores que descreve. Vejamos mais um trecho:

Friedenreich achando que aquilo não era futebol. Aragão de chuteira de bico de aço, quem fosse louco que entrasse na área. Aquilo não era futebol, era vingança do preto contra o branco. E contra o mulato que se envergonhava de ser mulato. Um mulato que se envergonhava de ser mulato, para Aragão era pior do que qualquer branco, Friedenreich, Valdemar. Valdemar cheio de não-me-toques, o bigodinho frisado, o cabelo repartido ao meio. Aragão foi logo avisando que não gostava de negro de bigodinho, cabelo repartido ao meio. Valdemar, com bigodinho, com o seu cabelo repartido ao meio, que tratasse de se afastar, nada de se aproximar muito. Fausto não metia o pé em ninguém por causa disso. Era por outra coisa, pela revolta que fervia dentro dele, que não o deixava em paz. Tinha de descarregar em cima de alguém, senão estourava. Metia o pé nos pretos, iguais a ele, metia o pé nos brancos, que não eram melhores do que ele, mas que tinham tudo, enquanto ele não tinha nada. Os que viam Fausto jogando ficavam sempre à espera de alguma coisa. Fausto não podia agüentar toda a vida assim, metendo o pé, metendo o pé em quem não tinha culpa de nada. Ninguém melhor do que ele sabia que o jogador do outro time, branco, mulato ou preto, não tinha culpa de nada (Filho, 2003: 174).

Na passagem vista, toda a complexa revolta contida do mulato Fausto dos Santos fica exposta, revolta essa que o levaria a ter rompantes dentro e fora do campo com conseqüências sérias. Entre essas manifestações de sua personalidade rebelde estaria aquela que o faria convencer Jaguaré a ficar com ele na Europa para tentar uma vida mais digna e mais condizente com a categoria esportiva dos dois atletas.

Vejamos um último extrato a título de exemplo sobre a classe da escrita de Mario Filho. Trata-se de passagem de uma das colunas assinadas pelo cronista para a revista *Manchete Esportiva*. Aqui temos o cronista a lembrar como era vivido esse momento importante e de tensão em uma partida que é a hora da cobrança de um pênalti. Narra o escritor:

O momento do pênalti é favorável para uma guerrazinha de nervos. Noutros tempos a gente via Oscarino fazendo sinais sobre a bola. Era como se benzesse ao contrário, pois se dizia que ele era pai-de-santo ou coisa parecida. Tinha quíper que ficava logo perturbado, embora bastasse a bola a onze passos, ele no meio do gol, pequenino, para perturbá-lo. Já Fausto dos Santos, a “Maravilha Negra”, e Tinoco, um que parecia que estava rindo sempre, e não estava, era um tique que ele tinha, cuspiam na bola, besuntavam-na de cuspo. Chegavam a puxar o cuspo grosso, do fundo do peito (Mario Filho, 1994: 98).

Agora que sabe como Fausto se comportava, o leitor deve estar se perguntando: e o Dengoso, como fazia? Mario Filho nos conta:



Às vezes, porém, o quíper é quem descontrolava o atacante. Joel se arrepiava todo, de nojo, quando cuspiam na bola. Jaguaré Bezerra de Vasconcelos, pelo contrário, era o primeiro a cuspir na bola (Mario Filho, 1994: 99).

E assim com essas narrativas vigorosas e perspicazes vai-se tendo um quadro completo do que se passava dentro e fora do campo no futebol brasileiro.

Um fator a mais a revelar o rebuscamento da escrita mariorodrigueana se refere à maneira como ele estabelece a ordem temporal em sua narrativa. Nisso ele nos faz lembrar um outro grande escritor também memorialista, o francês Marcel Proust. Tanto Mario Filho, em *O negro no futebol brasileiro*, quanto Proust, em *A busca do tempo perdido*, elegem a ordem cronológica como orientadora de suas narrativas. Entretanto, essa ordem perde sua soberania pela escolha que ambos fazem de episódios ínfimos que podem se prolongar por parágrafos e mais parágrafos. Essa opção narrativa faz com que episódios mínimos ganhem importância sobre a cronologia maior de suas obras, que, é bom que se diga, nunca é desrespeitada.

Depois do aspecto de refinamento propriamente literário que infelizmente o espaço desse ensaio não permite que nos alonguemos muito, vamos nos deter sobre a dimensão ensaística do tratado deixado por Mario Filho, particularmente em *O negro no futebol brasileiro*. Com a sua caracterização sobre a ascensão de jogadores negros e mulatos dentro do futebol brasileiro, o cronista e agora ensaísta acabou se equiparando a pensadores do porte e do renome de um Gilberto Freyre. O que seria um mero relato de momentos do futebol brasileiro acabou se convertendo em uma tese inédita sobre o que esse esporte representou para a sociedade brasileira como um todo. Mostrou muito claramente para sociólogos e historiadores a dimensão social que uma atividade de origem lúdica pode ter para o corpo de toda uma sociedade. Como forma de reconhecimento dos méritos ensaísticos de Mario Filho, o próprio Gilberto Freyre iria escrever no prefácio que assinou para a primeira edição de *O negro no futebol brasileiro*:

O cronista esportivo, já tão admirado pelo poder de evocação com que tem revivido não só jogos dramáticos – o dos brasileiros com os uruguaios, por exemplo – como os começos dos esportes no Rio de Janeiro, apresenta-se, neste seu novo trabalho, mais próximo do que nunca daquela sociologia dos esportes para a qual sou dos que desejariam ver Mario Filho se encaminhar cada vez mais, através de estudos mais demorados e mais profundos do assunto. Escritor ágil e plástico, Mario Filho é também pesquisador inteligente e pachorrento para quem a história do futebol em nosso país parece já não ter mistério nenhum. Nem a história nem a atualidade. Daí, o interesse das páginas em que reuniu suas observações e seus estudos sobre o negro no futebol (Gilberto Freyre, 2003: 26).

Apoiados nas palavras e na autoridade de um pensador da importância de Gilberto Freyre, que teve e que tem centralidade para a cultura brasileira, podemos dar assim por encerrado o presente estudo. É interessante finalizá-lo vendo como Mario Filho acaba mesmo se aproximando de Gilberto Freyre e de outros historiadores, sociólogos e pensadores, ancorando sua escrita de matiz literário na vertente do ensaísmo. Aliás o mesmo pode ser dito do texto de Freyre que sempre enriqueceu sua antropologia sociológica com uma narrativa muito próxima da literatura.

## FIM DE PAPO NO ESTÁDIO MARIO FILHO

O título dessa seção faz referência à forma como os radialistas costumam encerrar as partidas de futebol no Maracanã. O Estádio, construindo no final da década de 1940 para a disputa da primeira Copa do Mundo realizada no Brasil no ano de 1950, passou a se chamar Mario Filho em seguida a morte do cronista em 1966, como uma forma de homenageá-lo. Nada mais pertinente, já que Mario Filho fez muito pelo futebol e por sua história, participando ativamente de seu desenvolvimento e registrando para a posteridade passagens marcantes e mesmo menores, porém igualmente relevantes, de seu passado. Foi ainda o responsável pela escolha acertada do melhor lugar para a construção do Maracanã quando se pensou em erguê-lo em Jacarepaguá. Uma analogia interessante pode ser pensada se imaginarmos que os escritos do repórter, do redator, do cronista, do ensaísta, se colocam diante de nossos olhos como se estivéssemos assistindo a uma partida de futebol, no maior estádio do mundo, como os mais chegados a rompantes grandiosos gostam de se referir ao Maracanã.

Diante de suas reportagens, da redação de suas notícias, das opções das manchetes, que como redator-chefe redigiu, nas entrevistas e mesmo frente às informações de bastidores que colheu, vemos passar a história do futebol brasileiro. Os escritos de Mario Filho são como a madeleine de Proust, só que com a diferença adicional de fazer com que voltemos a visitar um passado que desconhecíamos por completo.

O estudo que se aproxima aqui de seu final tratou de passar em revista um pouco da trajetória de Mario Filho, um autor que infelizmente ainda não ganhou uma merecida biografia. Além de sua vivência e trajetória dentro da imprensa esportiva brasileira, tentou-se destacar e colocar em evidência as qualidades literárias e ensaísticas de sua escrita. O que se fez, no entanto, é apenas um esboço de um estudo que merece ser aprofundando caso uma nova oportunidade venha a aparecer. Não é possível encerrar o ensaio sem esclarecer ao leitor que fim levou o nosso “Rei das Damas”, o Babilônia, o Dengoso, Le Jaguar. Em agosto de 1940, Jaguaré Bezerra de Vasconcelos retorna ao Brasil no navio Cuiabá. Em outubro é visto participando de um jogo de veteranos na capital paulista. Sem o mesmo vigor de outros tempos, acaba esquecido na cidade de Santo Anastácio no oeste paulistano. Em um episódio de uma briga de bar, é espancado por dois policiais e não resiste aos ferimentos que sofre. Solitário e sem familiares por perto é enterrado como indigente na pequena cidade do interior paulista.

Antes de encerrar julgo ainda importante deixar claro que, contrariamente ao que o ensaio possa ter deixado transparecer, não temos aqui um torcedor do Clube de Regatas Vasco da Gama. Mais do que a paixão clubística, o que reina no coração rubro-negro é o interesse pela história do futebol brasileiro e carioca e pelo legado de Mario Rodrigues Filho. Aliás, Mario Filho se manteve por toda vida um torcedor não declarado. Apenas com sua morte se tomou conhecimento do time pelo qual ele torcia: o Clube de Regatas do Flamengo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castro, R. (2001). *O vermelho e o negro*. São Paulo: DBA Dórea Books and Art.
- Castro, R. (1993). *O Anjo Pornográfico: a vida de Nelson Rodrigues*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Freyre, G. (2004). Prefácio. In M. Filho, *O negro no futebol brasileiro* (pp. 24-26). Rio de Janeiro: Mauad.
- Filho, M. (2004). *O negro no futebol brasileiro*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Filho, M. (1994). *O sapo de arubinha*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Napoleão, A. C. (2003). *Fluminense Football Club – histórias, conquistas e glórias no futebol*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Napoleão, A. C. & Assaf, R (2006). *Seleção Brasileira 1914-2006*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Rodrigues, N. (1997). *A menina sem estrela - Memórias*. 2ª. reimpressão. São Paulo: Companhia das Letras.
- Rodrigues, S. (1986). *Nelson Rodrigues, meu irmão*. Rio de Janeiro: Editora José Olympio.

## OUTRAS REFERÊNCIAS

### Arquivos, bibliotecas

Arquivo do autor, Arquivo jornal *O Globo*, Arquivo Biblioteca Nacional

### Periódicos

A Manhã, Crítica, O Globo, Jornal do Brasil

Sites da Internet: acesso em janeiro e fevereiro de 2014

<http://bndigital.bn.br/>

<http://acervo.oglobo.globo.com/>

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Sporting\\_Clube\\_de\\_Portugal](http://pt.wikipedia.org/wiki/Sporting_Clube_de_Portugal)

<http://www.vasco.com.br/site/>

## O discurso sobre as favelas cariocas na cobertura do jornal “O Globo” no fim do período militar brasileiro.”

CÍCERO COSTA VILLELA & WEDENCLEY ALVES

cicerovillela@gmail.com; wedenn@yahoo.com.br  
*Universidade Federal Juiz de Fora*

### Resumo

O presente trabalho pretende a partir da perspectiva teórica da Análise de Discurso Franco-Brasileira (ORLANDI, 2005) discutir quais são os sentidos dados às favelas no período final da Ditadura Militar no Brasil (1977-1982). Partimos dos pressupostos teóricos da Análise de Discurso Franco-Brasileira (ORLANDI, 2005) na qual o discurso é entendido como efeito de sentido entre locutores, bem como a produção de sentidos e sujeitos se dá por ele. Nosso intuito é analisar como a mídia afeta a produção das territorialidades – ou seja, como a mídia contribui na formação de um imaginário sobre a cidade e seus territórios – bem como os sujeitos que são construídos por meio desses discursos. A partir do momento em que os meios de comunicação, ao produzirem seus relatos sobre o espaço urbano, são interpelados por determinados discursos eles (re)produzem determinadas percepções sobre o território e os sujeitos que habitam esse local. Esses discursos são sempre materializações de relações de poder dadas em nossa sociedade.

Nesse ponto, trazemos a contribuição de Michel Foucault, sobretudo sua noção de poder e sua relação com os discursos e a distribuição de poder/saber em nossa sociedade. Para esse autor, “Não há possibilidade de exercício do poder sem uma certa economia dos discursos de verdade que funcione dentro e a partir desta dupla exigência. Somos submetidos pelo poder à produção da verdade” (FOUCAULT, 2008.p. 179-180).

Dentro desse contexto o jornalismo adquire centralidade no processo de produção e circulação de diferentes enunciados. Por isso, pretendemos analisar quais são os gestos interpretativos hegemônicos dos relatos jornalísticos e como eles contribuem para a formação de um imaginário urbano sobre as favelas.

O fim do período militar é um momento profícuo para a percepção dessas questões, sobretudo no processo de construção de um discurso hegemônico sobre espaços marginalizados da cidade do Rio de Janeiro como as favelas.

**Palavras-Chave:** Análise do discurso; jornalismo; cidade; favela

---

### INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como objetivo mapear, de forma inicial, os discursos do jornal “O Globo” acerca das favelas cariocas no período final da Ditadura Militar Brasileira, precisamente entre os anos de 1977 e 1981. Para dar conta desse objeto utilizamos os preceitos teóricos e metodológicos da Análise de Discurso (Orlandi, 2003).

Com isso pretendemos dar conta do processo de construção discursiva e identitária, efetivado pelo jornalismo, por meio de seus discursos e narrativas, sobre regiões marginalizadas, levando em conta as diferentes relações de poder que atravessam a produção textual.

No momento atual, a questão das favelas vem se tornando objeto central de políticas de Estado, que se baseiam em um discurso de “pacificação” que é

reproduzido pelos grandes jornais. Esse processo de pacificação está marcado por discursos outros que o atravessam produzindo sentidos múltiplos para as "favelas" e para a cidade do Rio de Janeiro.

Para dar conta da conjuntura atual, nossa pesquisa pretende dar um passo atrás e buscar na História a produção de sentidos sobre as favelas, a fim de perceber como esses discursos se transformam em diferentes momentos do país.

Este artigo se situa como um ponto inicial da nossa pesquisa de mestrado que pretende mapear os discursos do jornal "O Globo", um dos mais lidos do país, sobre as favelas em um período de 30 anos (entre 1982 e 2012).

Alguns pontos precisam ser levados em conta nesse percurso. É preciso escapar aos efeitos de evidência da favela como *locus* da violência e da pobreza. É preciso tentar captar o objeto em sua dimensão discursiva, em suas heterogeneidades. Queremos com isso dar conta de algumas questões, como "o Globo" produz sentido sobre as favelas? Quais são as formações discursivas que o jornal faz circular quando fala sobre a cidade? O jornal absorve os discursos oficiais da Ditadura em suas matérias?

### **CIDADE, PODER E MÍDIA**

Ao trabalharmos a questão das favelas cariocas faz-se mister que se reme-more um pouco a história, ainda que de maneira breve, desses bairros cariocas. Não daremos enfoque no início das favelas e do movimento de resistência da Revolta da Vacina. Passaremos para a onda migratória ocorrida em nosso país em meados da década de 60, sobretudo como efeito da urbanização e da industrialização.

Apesar de ter perdido o posto de capital da República no início da década de 60, e com isso deixando de ser o centro de poder do país, a cidade ainda permanece como um dos principais pólos de cultura e economia e, com isso, atraindo milhares de migrantes que vinham em busca de melhores condições de emprego. Segundo Birman (2009)

Nas últimas décadas, o Brasil assistiu a uma gigantesca inversão de sua concentração populacional, transformando-se de um país essencialmente centrado no campo em um país urbano. Se tudo isso foi certamente disparado na década de 1930, foi efetivamente nas de 1950 e 1960 que os efeitos maiores da industrialização e da urbanização se fizeram sentir. Assim, ocorreu um inchaço da população das grandes cidades do país, dentre as quais se destacavam evidentemente Rio de Janeiro e São Paulo, que ofereciam indiscutivelmente mais oportunidades de trabalho. A riqueza do país se transformou cada vez mais de rural em urbano-industrial, em correlação com essa redistribuição demográfica (2009: 267).

O grande fluxo migratório tem como efeito uma explosão demográfica descontrolada. Como efeito, as políticas sociais não conseguem acompanhar esse impacto o que traz à tona questões de desigualdades sociais já antigas na tradição brasileira. As favelas se tornam esses locais de precariedade que coloca a mostra as contradições do desenvolvimento brasileiro.

É nesse momento da década de 60, em meio ao governo militar que começam a surgir os principais trabalhos sobre favelas nas Ciências Sociais. Segundo, Licia do

Prado Valladares (2005), os trabalhos produzidos na academia contribuem sobremaneira para mobilizar um imaginário sobre as favelas e pautar as políticas públicas do período militar. Sobretudo no que tange as políticas de remoção.

Há, portanto, uma convergência de discursos, que se refletem no jornalismo e se materializam em teorias sociais que buscam dar conta desse grande fluxo migratório, que torna o Brasil um país eminentemente urbano. Segundo os dados de Valladares (2005) em 1950, 64% da população morava no campo, enquanto em 1980, 68% moravam nas cidades. Este é um retrato do crescimento "desordenado" das cidades, que gera as chamadas "sub-moradias" e "favelas".

As análises demográficas do processo de urbanização da América Latina e no Brasil, dos anos 1950-1960, insistiam sobre sua natureza excepcional: processo inédito, sobretudo quando comparado com a experiência europeia, conhecido pela expressão "super-urbanização" (*over-urbanization*). Resultado dos fluxos migratórios aleatórios e taxas de crescimento demográfico muito elevadas, em especial, nas grandes concentrações urbanas, a superurbanização atribuiu grande visibilidade a essa pobreza. (...) Consequência da superurbanização, o subemprego logo foi percebido como causa maior da pobreza, e nos anos 1960-1970 tornou-se tema de reflexão e pesquisa privilegiada na América Latina e, particularmente no Brasil (Valladares, 2005:127).

Conforme estamos afirmando, os estudos acadêmicos contribuem para a construção de um imaginário da favela como local da pobreza, que vai se materializar em duas frentes: primeiramente nas políticas públicas do período militar, que têm por base a remoção das favelas; e de maneira secundária afeta as coberturas jornalísticas que são pautadas pelos eventos que acontecem em relação a esses bairros.

Não podemos dizer que há aqui o discurso acadêmico criando um imaginário de forma isolada. Na verdade, o processo de criação desse imaginário sobre as favelas acontece concomitantemente nessas esferas. Não há uma causa única, há a circulação de diferentes discursos que possuem por fundamento formações que se assemelham e produzem efeitos parecidos.

Com isso, podemos afirmar que a mídia – tomada aqui como sinônimo de jornalismo - entra nessa equação com alguma importância, sobretudo no seu papel de circular diferentes discursos sobre a cidade. Dessa forma, ela afeta a construção dos sentidos sociais hegemônicos em relação às favelas.

Ao circular diferentes enunciados sobre o espaço urbano, ela posiciona os lugares habitáveis, bem como seus sujeitos. Dessa forma, ela constrói uma narrativa na qual o sujeito é determinado pelo local que habita. Conforme afirma o sociólogo Erving Goffman: "Os ambientes sociais estabelecem as categorias de pessoas que têm probabilidade de serem neles encontradas" (2004: 5).

Apesar de concordarmos em parte com a afirmação de Goffman ela merece ser mais aprofundada. Não são apenas os ambientes sociais que determinam as categorias de pessoas. Os discursos sociais que circulam tanto nas conversas cotidianas quanto nas mídias determinam simbolicamente o tipo de pessoa que habita os espaços da cidade. Nesse sentido, apesar de não considerarmos a metáfora da imagem a ideal, cria-se uma imagem da cidade, ou de parte da cidade, que situa



sujeitos – isto é produz subjetividades – e de alguma forma cria um imaginário acerca não apenas dessas pessoas quanto desses ambientes.

Esses imaginários interferem de forma direta na maneira como nos posicionamos e como nos posicionamos, no nosso caso de análise, os moradores das favelas. E a construção desse imaginário da cidade e seus sujeitos passam pelos discursos que ganham projeção na mídia.

Podemos dizer que a mídia funciona como um mapa de leitura da cidade. Dessa forma, ela se dá estatuto simbólico na definição dos ambientes. Apesar de não analisar a mídia de forma direta, a proposta do semanticista Eduardo Guimarães (a de leitura dos mapas de cidade) é de utilidade para entendermos o funcionamento da mídia como um guia socialmente relevante: "o sentido do mapa não se dá como descrição de uma cidade, nem como narração de sua história, ele se dá, diríamos, no sempre depois de seu presente, como instrução semântica" (2002: 60).

Assim como o mapa, a mídia é uma instrução semântica da cidade, ao produzir relatos sobre o espaço urbano – em especial sobre as favelas. As narrativas midiáticas inserem os locais em relações simbólicas que produzem sentidos, tornando o espaço urbano pleno de sentidos (Pêcheux, 1997). O relato tem papel fundamental na transformação da realidade existente: para o historiador Michel de Certeau, os relatos "transformam lugares em espaços ou espaços em lugares. Organizam também os jogos das relações mutáveis que uns mantêm com os outros" (1990: 203).

O jornalismo, portanto, adquire centralidade no processo de produção e circulação de relatos. Além disso, ela se arroga a posição de relato verdadeiro da realidade, que tenta produzir uma narrativa única sobre as favelas, silenciando as relações de poder que se tornam presentes no processo de produção dos enunciados. Por isso, temos como hipótese o fato de que a narrativa da mídia sobre as favelas tende a buscar uma transparência, a fechar os sentidos, a silenciar discursos outros que tentam representar de forma alternativa o espaço urbano. Isso evidencia que o discurso é objeto de luta.

Quero dizer que em uma sociedade como a nossa, mas no fundo em qualquer sociedade, existem relações de poder múltiplas que atravessam, caracterizam e constituem o corpo social e que estas relações de poder não podem se dissociar, se estabelecer nem funcionar sem uma produção, uma acumulação, uma circulação um funcionamento do discurso. Não há possibilidade de exercício do poder sem certa economia dos discursos de verdade que funcione dentro e a partir desta dupla exigência. Somos submetidos pelo poder à produção da verdade. Isto vale para qualquer sociedade, mas creio na nossa as relações entre poder, direito e verdade se organizam de uma maneira especial (Foucault, 2008: 179-180).

Dentro dessa economia dos discursos, os meios de comunicação – e com destaque o jornalismo – se tornam cada vez mais presentes na vida cotidiana. Dado seu alcance, pode-se dizer que a mídia funciona como arena pública, ao mesmo tempo em que oculta o discurso de que ela própria é um dos atores que interagem nesse espaço. Desta forma, a capacidade de dispor os discursos, e em consequência o poder, passa de alguma forma pelos meios de comunicação. É preciso, contudo,

relativizar esse poder e considerá-lo à luz de perspectivas não maniqueístas. Segundo a linguista Alice Krieg-Planque,

As mídias são ativas em dois sentidos: em parte, no sentido de que, de forma geral, operam uma seleção e uma filtragem (filtragem que operam sobre um material já bastante filtrado antes); e, em parte, no sentido de que a circulação a que submetem a fórmula – como diz Louis Quéré (1982: 121), que recusa um ponto de vista sistêmico e a ideologia do desempenho que o sustenta – ‘não pode ser reduzida a uma tecnologia d empacotamento e da transmissão de mensagens’. Ao contrário, deve ser vista como uma operação de transformação (2010: 121).

Queremos mostrar com isso, que a construção discursiva dos territórios e da cidade são partes de jogos estratégicos de poder que circula pelos enunciados que estão presentes na sociedade. De acordo com Mendonça (2010: 2)

Com isso, podemos entender de que forma as cidades, como os discursos, estão longe de possuírem algo como uma *essência concreta* ou um *sentido único*. Como produtos de um processo complexo de apropriações simbólicas, tanto os espaços, como os discursos são, por natureza, polissêmicos e terão suas interpretações hegemônicas modificadas, gradualmente, em função das historicidades envolvidas no jogo de relações de poder que compõem a sociedade.

Estamos, portanto, trabalhando as relações de poder que atravessam os discursos como elementos centrais na produção do espaço urbano e que tem o jornalismo como um dos locais nos quais esses discursos sobre as favelas adquirem maior dispersão e se solidificam em narrativas e imaginários sobre a cidade.

A forma como o jornalismo será abordado nesse trabalho é como um espaço de estabilização dos sentidos, ou seja, o jornalismo é atravessado por diferentes discursos, mas possui marcas que tentam estabilizar a heterogeneidade desses enunciados. Essa tentativa de estabilização é o gesto interpretativo fundamental do jornalismo. Segundo Orlandi, “não há sentido sem interpretação” (2005: 45). E toda interpretação é a de determinados dizeres em uma memória que os estabilizam. “Este é o trabalho da ideologia: produzir evidências, colocando o homem na relação imaginária com suas condições materiais de existência” (Orlandi, 2005: 46).

Ao fazer circular discursos e conseqüentemente poder, o jornalismo interpela sujeitos, disponibilizando diferentes discursos que afetam a construção identitária destes, ou seja, produzem subjetivações. Dados os nossos pressupostos na abordagem do problema teórico da relação entre cidade, poder e mídia, podemos passar para a análise e perceber como o discurso funciona nas matérias e na produção desses imaginários urbanos.

## METODOLOGIA

Teremos como objeto de análise matérias do jornal “O Globo”, um dos principais jornais cariocas, em um período de 5 anos (1977-1981). Este período é marcado pelo período final da Ditadura civil-militar no Brasil. Em 1982, Leonel Brizola será eleito governador do Rio, após 18 anos sem eleições diretas no Brasil.

Para conseguirmos dar conta desse recorte temporal, precisamos usar algumas estratégias para que o *corpus* não se torne tão grande que impossibilite uma análise mais detalhada, mas também que não seja pequeno que não permita a percepção dos deslocamentos e a emergência de sentidos outros.

A análise se dará em duas etapas complementares. Em um primeiro momento traçaremos um quadro quantitativo. Esse quadro nos serve de linha guia para chegarmos a eventos nos quais o significante "Favela" aparece com mais frequência.

Para a montagem da tabela nós fomos ao acervo do jornal "O Globo"<sup>1</sup> e fizemos a busca pela palavra "Favela" e "favela". Percebemos que não há diferença na busca entre maiúsculo e minúsculo, já que não houve alteração nos números de ocorrências.

A partir dessa busca fizemos a coleta de dados entre os anos de 1977 e 1981, contando sempre o número de aparecimentos a cada mês. Com esses dados em mãos construímos a tabela da série histórica analisada..

A segunda etapa deverá ser feita sob a ótica da Análise de Discurso de origem francesa, tendo como principais autores Eni Orlandi (2005) e Michel Pêcheux (1997). Partimos do conceito de discurso como "efeito de sentidos entre locutores" (Orlandi, 2005: 21). Onde o que está em jogo são sujeitos e sentidos interpelados por diferentes formações discursivas que se remetem às relações de poder presentes na sociedade.

Essa proposta não remete a análise ao descobrimento de sentidos ocultos no texto, mas o interroga a partir de seu processo de significação. Ou seja, não pretendemos saber o significado de favela no jornal, mas como os diferentes sentidos sobre a favela foram construídos, a partir de quais posições, afetados por quais formações discursivas, como ele produz uma memória sobre o espaço urbano e como ele interpela os sujeitos (Orlandi, 2005).

Nossa análise tem como foco a identificação das Formações Discursivas (FD) que sustentam os dizeres de "O Globo". São elas que sustentam a formação dos enunciados. Segundo Orlandi "A formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e deve ser dito" (2005: 43).

Essas formações mobilizam toda uma memória discursiva que situa sentidos e sujeitos. Dessa forma, ao identificarmos FD vamos remetê-las à memória para perceber onde aparecem diferenças e repetições.

Recorreremos às famílias parafrásticas que serão úteis para uma análise como a nossa. Paráfrase em AD diz respeito ao funcionamento da linguagem, que está baseado em um princípio de tensão entre a paráfrase e polissemia.

"Os processos parafrásticos são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória. A paráfrase representa assim o retorno aos mesmos espaços do dizer. Produzem-se diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado. A paráfrase está do lado da estabilização. Ao passo que na polissemia, o que temos é o deslocamento, ruptura dos processos de significação. Ela joga com o equívoco" (Orlandi, 2005: 36).

<sup>1</sup> acervo.oglobo.globo.com

Com a separação desses enunciados de uma mesma família de paráfrases será possível percebermos o deslocamento e a estabilização dos sentidos e o processo de produção dos discursos sobre as favelas. Desta maneira, será possível percebermos as ideologias manifestas nas matérias jornalísticas. Ideologia entendida não como ocultação da verdade, mas como relação necessária entre linguagem e mundo (Orlandi, 2005: 47). Nessa perspectiva a Ideologia não é o que falta, mas aquilo que sobra no texto, o fechamento dos sentidos, aquele que não abre para outras possibilidades de leitura.

Teremos como foco na materialidade textual do jornal, deixando, ao menos nesse momento, a interação entre elementos como fotografia e diagramação da página em segundo plano. Reconhecemos que essas materialidades são importantes para a produção de diferentes efeitos de sentido, mas esses elementos ficarão para uma análise posterior.

Pretendemos, com isso, responder a algumas questões: Como a mídia produz e circula pelas diferentes formações discursivas os sentidos de "favela"? A partir de quais posições? Quais formações sustentam esses sentidos? As estratégias traçadas acima pretendem de alguma forma trazer luz a esses questionamentos.

## ANÁLISE

Antes de nos atermos em uma análise mais detalhada em do nosso *Corpus*, precisamos fazer uma leitura mais geral sobre a ocorrência da palavra nas páginas do jornal.

	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro
1977	31,0	31,0	46,0	61,0	52,0	30,0	67,0	66,0	52,0	52,0	56,0	55,0
1978	60,0	42,0	60,0	34,0	45,0	54,0	48,0	64,0	48,0	42,0	50,0	49,0
1979	52,0	39,0	46,0	73,0	94,0	83,0	83,0	71,0	65,0	68,0	80,0	80,0
1980	54,0	50,0	82,0	72,0	100,0	115,0	104,0	72,0	53,0	67,0	60,0	64,0
1981	77,0	47,0	50,0	69,0	80,0	78,0	61,0	63,0	74,0	86,0	82,0	98,0

Tabela 1

Confirme dissemos, essa tabela nos mostra o aparecimento da palavra "favela" nas páginas do "Globo". O número lido é o número de páginas e não o de palavras. Em alguns momentos, a palavra ocorre mais de uma vez na mesma página. Há uma percepção geral, de que a cobertura sobre as favelas não se dá de forma muito exaustiva, tendo alguns picos em 1980, devido a ocorrências que mobilizam mais a cobertura jornalística. Mas no final de 81, começa um indicativo de aumento da cobertura, estabelecendo uma nova média páginas.

Escolhemos para análise dois momentos. O primeiro é Julho de 77 que apresenta um valor médio de cobertura. Queremos com isso ver como os discursos se manifestam em um momento sem ocorrências que aumentam a cobertura do jornal. A matéria escolhida é do dia 11/07/77 – "Moradores constroem um posto médico na favela".

Além de julho de 77, selecionamos o momento de maior pico de aparecimento, julho de 1980. Esse pico da cobertura se deve à visita do Papa João Paulo II ao Rio de Janeiro. Na ocasião, ele faz uma visita ao morro do Vidigal, favela situada na Zona

Sul carioca. As matérias analisadas são as do dia 02/07 – “Favelados farão apelo ao Papa” – e 03/07 – “Papa dá anel de ouro para ajudar favela”.

As matérias selecionadas são da editoria “Rio”, a escolha se dá por estarmos interessados na forma como as matérias produzem sentido sobre a cidade. Nisso concordamos com Eduardo Guimarães (2010) ao afirmar que a inserção de determinados conteúdos em editorias contribuem para que se expresse o sentido das editorias. Nesse caso, ao inserir o tema das favelas na editoria “Rio”, cria-se uma percepção de que esta é uma questão da cidade.

Passaremos agora à análise das matérias individualmente, e em um outro momento faremos as comparações para percebermos o trabalho das FDs e da Memória na estabilização de alguns sentidos.

A matéria de julho de 77, ao tratar de um tema ligado à saúde, nos remete a um discurso que está praticamente na origem das “favelas”, a questão higienista. No início do século XX, o Rio de Janeiro passou por um processo de higienização que culminou na “Revolta da Vacina”, na qual moradores de bairros pobres do centro da cidade se recusaram a sair e a tomarem as vacinas que o governo levava. (Valladares, 2005).

Podemos perceber então, nessas matérias essa memória do discurso higienista funcionando. Há a associação da pobreza com a sujeira e a falta de higiene. Esses três fatores convergem nas “favelas” que se torna objeto de ações que visam a resolução desse tema. Porém, essa correlação tira dos moradores o controle sobre suas próprias ações, na matéria eles são apresentados como objeto de “cura” e muito pouco como agentes de sua melhora de vida.

As falas dos médicos atestam esse fato ao mostrar que o interesse com o contato com o morador é obter informações sobre os doentes, já que as doenças são bem conhecidas. Apesar de o título da matéria: “Moradores constroem um posto médico na Favela”, eles em nenhum momento são ouvidos como agentes do posto, são colocados na posição de objeto. Passemos a alguns enunciados para percebermos esse funcionamento.

**E1** – “Nossa maior preocupação – explica Jairo Coutinho França, diretor do Hospital e integrante do centro – é com a pessoa, em especial a criança, pois, infelizmente, atualmente se sabe muito mais sobre a doença do que sobre o **doente**. Nosso trabalho estará voltado sobre o **doente** com todas as suas necessidades”. (GLOBO, 11/07/77)

Ao colocar que o trabalho é sobre o doente, a fala do médico ao “Globo” liga diretamente os sentidos de doença à favela. Vejamos: O posto é construído na favela, tomada como um local de doença advinda da pobreza, logo seus moradores “doentes” serão o objeto em qual será feita a intervenção. Ao se falar de doente e não de doença, a fala do médico coloca a favela como *locus* da doença.

**E2** – Muitas vezes – explica José do Vale, médico do hospital e do futuro posto – devido à própria distância, **os moradores das favelas não se cuidam** e acabam “deixando para lá”. O que levou os médicos a planejar a instalação do posto não foi a cura das doenças e sim a sua prevenção. Para eles é necessário conscientizar a população dos seus problemas e ensiná-la, orientando-a a se livrar deles.

Para que isso aconteça é preciso uma educação diária e constante em que o médico esteja em contato constante com os assistidos (GLOBO, 11/07/77)

**E3 – Não ficaremos só no tratamento dos doentes**, mas veremos junto com eles as causas e as consequências dessa doença. E ninguém melhor para nos informar de quantos e quais **são os causadores de doenças nas favelas** do que os próprios moradores. (GLOBO, 11/07/77)

**E4 – Também consta do programa do posto a educação sanitária**, porque a **falta de higiene** é a base para proliferação de qualquer tipo de doença. (GLOBO, 11/07/77)

**E5 – Na maioria os moradores estão cheios de vermes**, mas de nada adiantará eles tomarem remédio, se vão continuar a beber a mesma água, comer os alimentos sem ferver e andar descalços pisando em valas e fossas. Resumindo, primeiramente temos que ajuda-los a modificar seus maus hábitos higiênicos, pois só assim conseguiremos obter bons resultados. (GLOBO, 11/07/77)

**E6 – Quanto a rede de esgoto**, há os que dizem que talvez fosse melhor nem tê-la, pois vive entupida e o cheiro é insuportável. (GLOBO, 11/07/77)

**E7 – “Mas são os moradores que não cuidam**. Jogam tudo quanto é tipo de lixo aí. Não há canal que aguente – observa Tião da Silva”. (GLOBO, 11/07/77)

Os enunciados acima atestam aquilo que estamos chamando de associação de doença e pobreza, o que torna a “favela” um local privilegiado de atuação de resolução da doença e conhecimento do doente. Aqui, dentro de uma questão de medicina preventiva enunciada pelo médico se manifesta essa formação discursiva que faz a associação. Em E2, ele nos explica que os “moradores não se cuidam” e se coloca na posição daquele que leva a educação a um povo.

O funcionamento dessa FD continua nos outros enunciados. A rede de memória que ele constrói vai associando os moradores das favelas, doentes em sua maioria, “cheios de vermes” (E5), ao local de sua moradia. As favelas são ambientes sujos, locais no qual a pobreza está disseminada e é causa de uma série de doenças. A coroação desse argumento está em E7, quando a fala de um morador mostra a verdadeira causa da falta de higiene na favela, “os moradores que não cuidam”.

E7 é fundamental para dar valor no texto à formação – podemos dar um nome a ela, chamaremos de FD Higienista, já que ela se liga à memória do discurso higienista do início do século XX. A doença na favela não é causada por agentes extrínsecos ao ambiente, não vem de fora, vem da própria comunidade, são os moradores pobres, sem higiene e sem educação que são responsáveis pelos males do ambiente.

Esse é o único momento em que os moradores aparecem como reais agentes na matéria. Durante todo o tempo eles são apenas o objeto da intervenção externa dos médicos.

Conforme estamos dizendo, a FD- Higienista produz esse efeito de sentido que associa pobreza, doença e favela. Ela se desemboca em um duplo funcionamento, um ligado aos agentes do posto e outro ligado aos moradores das favelas, ou seja, os objetos da intervenção.

Em relação aos agentes do posto, ela se liga a uma outra FD, que podemos chamar de FD-Missionária. O tom das falas dos agentes de saúde nos mostra a forma como eles tratam a causa, como uma missão. Os médicos falam em educar o povo (E2), a matéria nos mostra que o trabalho é mantido por doações. Os enunciados que



separamos nos dão vários indícios dessa posição, do quanto eles estão imbuídos de uma missão de educar e erradicar a doença das favelas.

A posição de missionário dos médicos torna possível a aparição da figura do "favelado". A figura do favelado é a junção de tudo que os médicos estão querendo combater: a doença, a sujeira e a falta de educação. O "favelado" anaforizado por "moradores", aparece em E7 como aquele que não cuida do ambiente, como o "sujo".

**E8** – Os cinco mil favelados do Morro do Escondidinho. (GLOBO, 11/07/77)

**E9** – Isso aqui antes era bom. Era vigiado por militar. Depois começou a virar bagunça. É o refúgio da malandragem aqui do Rio. (GLOBO, 11/07/77)

**E10** – Ainda não há entrosamento com a maior parte dos favelados. (GLOBO, 11/07/77)

Há algo a ser notado, "favelado" não aparece nas falas dos médicos, mas somente nos enunciados do jornal. Há aqui um gesto de interpretação do jornal em relação às falas médicas e sociais que coloca em evidência esse significante. Podemos dizer que o "favelado" é a contra-partida do "missionário".

Ele é uma figura passiva, não civilizada, que será objeto de uma educação, de sua inserção na sociedade, que receberá bons hábitos alimentares e de higiene. O "favelado" é o doente, doente social, pois é pobre, não respeita os valores higiênicos da civilização e deseducado, porém passível de uma reeducação que será trazida pelos médicos do posto.

Outra figura que mobiliza uma memória discursiva é o malandro, aqui relacionado a favelado e colado a sentidos negativos, como a preguiça, aquele que traz a bagunça e a desordem. Sentidos que também podem ser colados ao sujeito "favelado" que vem sendo construído por meio desse discurso.

Essa é um dos efeitos possíveis para "favelado", esse significante vai aparecer de maneira diferente nas matérias de 1980, as quais nos deteremos agora.

As matérias de julho de 1980 mobilizam uma memória da favela mais ligada à alegria e a espontaneidade. Nesse sentido o "favelado" aparece como o esperto e o malandro, tendo seus sentidos ligados ao samba e à alegria. Esses sentidos vão sendo colados à questão da visita do Papa no Morro do Vidigal.

As matérias fazer um percurso descritivo da preparação dos moradores do Vidigal, até a chegada do Papa. Tudo sempre num tom de alegria e festividade. Elas não deixam de mostrar que o mundo em que os "favelados" vivem é de pobreza e privação. Os sentidos de favela como lugar da pobreza se fazem presentes, mas em outra formação discursiva, que liga a sentidos do pobre como alguém privado mas batalhador e que se esforça para estar ali vendo o Papa.

**E11** – Enquanto os moradores da Favela do Vidigal comemoravam a assinatura do decreto que transformou a favela em área de interesse social com muita alegria e muito chope no bar da Conceição. (GLOBO, 02/07/1980)

**E12** – Vidigal Ansiosa. (GLOBO, 02/07/1980)

**E13** – Favelados farão apelo ao Papa (GLOBO, 02/07/1980)

**E14** – Um samba inédito será cantado no momento em que o Papa estiver saindo do morro: é a "Saudação ao Papa". (GLOBO, 02/07/1980)

**E15** – Ontem dezenas de moradores se aglomeravam no bar do Aloisio e no da

Conceição ensaiando o ritmo com entusiasmo e cercados de cartazes e pôsteres de João Paulo II (GLOBO, 02/07/1980).

Podemos perceber nesses enunciados o funcionamento que estávamos valando anteriormente. Os moradores do Vidigal são descritos como pessoas felizes, rememorando a favela como berço do samba. Dotados de uma espontaneidade, e de capacidade de mobilização. A matéria descreve que eles farão apelo ao Papa para que não haja demolição em uma comunidade vizinha.

Essa formação discursiva mobiliza exatamente a memória de favela, pobreza e alegria. Tendo como ponto culminante o samba, na memória brasileira a manifestação mais brasileira da alegria. Aqui os sentidos que perpassam seriam como uma fala que diria: "eles podem ser pobres e sofrer privações, mas veja a alegria em receber o Papa. Veja como o samba é presente na vida deles, sempre há um motivo para comemorar e para compor um samba". Aqui o favelado é o "malandro" em seu sentido mais positivo, detentor da sagacidade e do "jeitinho brasileiro" de sobreviver, aquele que samba ante os problemas que passa e que sobrevive.

Um ponto interessante é que ambas as matérias descrevem a história das favelas mencionadas. Mas se em 77 se contava para mostrar uma certa precariedade do local, em 80 se conta para mostrar a história de mobilização e luta dos moradores do Vidigal. Esses sentidos são mantidos na matéria posterior que narra a ida do Papa ao morro.

O texto sobre a visita do Papa narra com detalhes todo o percurso feito pelo Cardeal e as reações das pessoas no caminho. Sempre destacando a alegria com que os moradores da Favela recebiam o Pontífice.

**E16** – Ao visitar, ontem, a favela do Vidigal, o Papa João Paulo II dirigiu seu discurso a todos os favelados do país, salientando que "a Igreja em terra brasileira quer ser a Igreja dos pobres". (GLOBO, 03/07/1980)

**E17** – A seguir, João Paulo II iniciou seu percurso pela favela. À sua esquerda, viu barracos enfeitados com bandeirinhas nas cores amarela e branca, posters coloridos com sua fotografia e a inscrição João de Deus, faixas saudando a visita e ouviu os primeiros chamados dos favelados para que se aproximasse "um pouco mais", de modo que todos pudessem cumprimentá-lo. (GLOBO, 03/07/1980)

**E18** – Mais acima, em frente ao número 48, recebeu um inesperado abraço. (GLOBO, 03/07/1980)

**E19** – A atitude comoveu os favelados que presenciaram e juntos com Daniela muitos deles choraram. (GLOBO, 03/07/1980)

**E20** – Em frente à capela estavam 45 representantes da Pastoral das Favelas do Rio de Janeiro e da Associação de Moradores do Vidigal. À sua esquerda ficou o coral do Vidigal que cantava "Ave Maria do Morro" de Herivelto Martins. (GLOBO, 03/07/1980)

**E21** – O Papa inaugurou a capela, beijou as crianças do coral e, já do lado de fora, leu o seu discurso aos favelados, acompanhado atentamente pelos moradores através de dezenas de alto-falantes. Nos trechos em que ressaltou a pobreza dos favelados foi interrompido várias vezes com aplausos. (GLOBO, 03/07/1980)

Os enunciados separados ressaltam o caráter que estamos apresentando, de que sim a favela é o lugar da pobreza (E16 e E21), mas é também o lugar da alegria. Em

que sagrado e profano se juntam. O Papa ouve sambas com temas religiosos, recebe abraço de uma criança, os "favelados" se emocionam. Mobiliza-se todo o discurso do brasileiro cordial, dotado de uma espontaneidade ímpar e capaz de quebrar protocolos.

Essa formação discursiva é a base da formação de uma identidade brasileira, é ela que se manifesta nesses discursos sobre a "favela". O local funciona como força motriz dessa identidade, calcada no samba, na espontaneidade e na miscigenação. Há toda uma literatura que constrói o brasileiro dessa forma e tem os morros cariocas como local privilegiado de observação.

É interessante notar que em E21 há o reforço da favela como lugar da pobreza. A narração de que os moradores aplaudiam quando o Pontífice se referia à questão, atesta na argumentação do Globo esse fato. Mas, sempre dentro dessa FD da pobreza positiva e moldadora de um caráter tipicamente brasileiro.

Outro ponto a se notar está em E16, quando ele fala de uma certa opção pelo pobres no Brasil. Há aqui toda a atualização da memória discursiva do franciscanismo, mas no Brasil dialoga sobretudo com os movimentos de esquerda ligados à Igreja Católica.

O início da década de 80 é de forte presença da igreja nas favelas, por meio das Comunidades Eclesiais de Base e da Teologia da Libertação. Fica claro que essa fala do Papa não é diretamente aos "favelados", mas à Igreja brasileira. Nos parece um discurso reativo ao alcance que a Teologia da Libertação vinha tendo entre as comunidades e sua forte tendência de esquerda.

Dadas as análises que fizemos podemos partir para as considerações finais e tentar perceber um comparativo global do material analisado.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Antes de nos determos de fato em um quadro comparativo da análise, devemos ressaltar que os enunciados separados são demonstrativos de uma percepção geral que tivemos a partir da construção de nossa posição de analista. Outros discursos afetam esses textos, mas não nos detemos neles detalhadamente, pois não há aqui uma pretensão de análise exaustiva, mas de apontamentos e captura de índices de efeitos de sentidos.

Foram feitas algumas perguntas no início: qual os sentidos de favelas? Quais formações discursivas servem de base para tais enunciados? Quais os sujeitos que emergem desses discursos?

Percebemos que dentro das relações de poder que se davam entre favela e instituições: em 77 em relação a Instituição médica e em 80 a Igreja, emergem diferentes efeitos, que se tocam num ponto comum.

O ponto comum que une as duas coberturas está no fato da favela ser tratada como o local da pobreza e o favelado como o morador pobre da favela. Contudo, nossas análises nos mostraram que não se trata do mesmo favelado em 77 e em 80. Podemos dizer que existem duas formações discursivas que interpelam esse sujeito e mostra o que podemos chamar de duplicidade do discurso sobre a favela e o favelado.

Fica claro que no mapa semântico da cidade a favela é o lugar da pobreza, contudo quando a instituição médica fala, uma FD- Higienista se manifesta, colocando o favelado como o portador dos males do ambiente pobre. Ele é responsabilizado, o doente, o que não tem higiene e educação. Cabendo, com isso o auxílio dos médicos na educação e inserção desses "favelados" na civilização.

Quando se trata da Igreja, isso aparece de outra forma. A pobreza é tornada positiva e matriz de um discurso de identidade, daquilo que é o brasileiro e do morador da favela daquele que sobrevive ante tantas privações. O samba é mobilizado como matéria de hibridação entre o sagrado e o profano, reforçando a questão do povo miscigenado e cordial.

Podemos dizer, portanto, que o favelado aparece de duas formas diferentes nessas matérias. Ambas afetadas por diferentes relações de poder, mas que interpelam os sujeitos, afetando a percepção que se tem sobre a cidade, em especial as favelas. Não podemos dizer que são ideologias em conflito, mas ambas são parte da contradição que constitui os discursos midiáticos, ainda que se pretendam uniformes e espelhos da realidade.

Não quisemos com isso esgotar nossa análise, falta ainda um longo período de para perceber como esses elementos vão se comportar historicamente em outras condições de produção. Há aqui, um indicativo inicial, onde os discursos midiáticos sobre as favelas se apresentam em suas contradições, mas, sobretudo, abertos a deslocamentos na história.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bakhtin, M. (2006). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo-SP. Hucitec.
- Balocco, A. E. (2006). A escrita e o escrito: produzindo identidades, domesticando diferenças. In Bethânia Mariani (Org), *A escrita e os escritos: reflexões em análise de discurso e em psicanálise*. São Carlos – SP. Editora Claraluz
- Bauman, Z. (2003). *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro-RJ. Jorge Zahar.
- Bhabha, H. K. (2010). *O Local da Cultura*. Belo Horizonte – MG. Editora UFMG.
- Birman, J. (2009). *Cadernos sobre o Mal*. Rio de Janeiro
- Certeau, M. (1990). *A invenção do cotidiano, vol. 1: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes.
- Foucault, M. (2008). *Microfísica do Poder*. São Paulo-SP, Editora Graal.
- Foucault, M. (1997). *Vigiar e Punir*. Petrópoli: Vozes.
- Goffman, E. (2004). *Estigma - Notas Sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada*. Disponível em <http://www.se-rj.com.br/IBMR/TEXTOS%20IBMR/institucional2011sem01noite/ESTIGMA.pdf>
- Guimarães, E. (2012). *Semântica do Acontecimento. Um Estudo Enunciativo da Designação*. Campinas-SP, Editora Pontes.
- Krieg-Planque, A. (2010). *A Noção de "Fórmula" em Análise de Discurso. Quadro Teórico e Metodológico*. São Paulo-SP: Editora Parábola.

- Menconça, K. (2010). *O Imperador da Chatuba: o jogador Adriano entre a delinquência e o discurso de "pacificação" da cidade*. Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul – RS
- Mouillaud, M. & Porto, S. D. (2012). *O Jornal: Da forma ao Sentido*. Brasília- DF: Editora UnB.
- Orlandi, E. P. (2007). *Interpretação: Autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Campinas: Editora Pontes.
- Orlandi, E. P. (2005). *Análise de Discurso. Princípios e Procedimentos*. Campinas: Editora Pontes.
- Orlandi, E. P. (org) (2001). *Cidade Atravessada: Os Sentidos Públicos no Espaço Urbano*. Campinas: Editora Pontes.
- Orlandi, E. P. (org) (1997). *Gestos de Leitura*. Campinas: Editora Unicamp.
- Pêcheux, M. (1997). *O Discurso. Estrutura ou Acontecimento*. Campinas: Editora Pontes.
- Pêcheux, M. (1997). *Semântica e Discurso: Uma Crítica à Afirmação do Óbvio*. Campinas: Editora Pontes.
- Valladares, L. do P. (2008). *A Invenção da Favela*. Rio de Janeiro: Editora Getúlio Vargas.
- Zaluar, A. & Alvito, M. (2003). *Um Século de Favela*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas.

## **Evolução da literatura através do comentário crítico - crônica internet e arte: a crônica é um exercício de metamorfose**

RENATA KOURY

renatakouryb@yahoo.com.br  
*Universidade de Marília*

### **Resumo**

Retrospectiva da literatura nacional até 1880. Notas sobre a importância do jornalismo literário na formação de um público para os escritores, divulgação de suas obras e meio de subsistência dos mesmos desde a criação da imprensa. A importância da crônica- o amadurecimento do comentário crítico, literatura e arte, a internet, e suas influências na produção cultural em comunidade. Observações a respeito do amadurecimento da cultura: a passagem da oralidade para a linguagem escrita; formação da literatura feminina e de minorias em países colonizados utilizando-se do formato da crônica para construção deste *texto*.

**Palavras-Chave:** Literatura brasileira; jornalismo literário; comentário crítico; crônica; internet

---

### **A CRÔNICA É UM EXERCÍCIO DE METAMORFOSE**

Tudo começou em Paris em *de* 1833 a 1836, com uma elite composta por um grupo de românticos empenhados em produzir artigos científicos e uma literatura nacional, composto por: Domingos José Gonçalves de Magalhães, Manuel de Araújo Porto Alegre, Francisco de Sales Torres Homem, João Manuel Pereira da Silva, Cândido de Azevedo Coutinho.

Estes mesmos escritores se uniram em 1837 a Basílio; Durão; Sousa Caldas; Monte Alverne; Januário da Cunha Barbosa; José Bonifácio e Evaristo Veiga para produzir o Parnaso de Januário e a Revista Niterói- ponto de partida da produção literária brasileira.

O resultado foi que em 1936 circulava a Revista Brasiliense de Ciências Letras e Artes que em dois números resumia o essencial da nova teoria literária, cuja epígrafe “Tudo pelo Brasil e para o Brasil” mostra-nos o caráter nacionalista temperado aos preceitos religiosos que permeiam a produção cultural desta época, em essência romântica.

Segundo Candido de Andrade, o indianismo entre a década de 1840 e 1860 foi marca registrada de Gonçalves Dias e José de Alencar, clara reação ao colonizador buscando uma identidade.

Nesta fase de nossa literatura o índio é reinventado nos moldes da nobreza européia, um cavalheiro; como podemos verificar em obras como: Os primeiros Cantos de Gonçalves Dias (1846 até 1865), ou em Os outros Cantos de Gonçalves Dias; Os Timbiras, O Guarani, Iracema; A Confederação dos Tamoios e Americanas



- poesias indianistas compostas por Machado de Assis ; declamadas por ele em meados de 1875. Nesta época teremos em oposição a produção de Porto Alegre (cujo posicionamento era receoso e reticente) e a de João Francisco Lisboa (de estilo historiador), que defende a posição de que o romantismo distorce a realidade.

Românticos como Balzac, Nietzsche, Laclos, Stendhal, Vigny, Goethe, Shelley e o Marquês de Sade apresentavam todo um pessimismo avesso as regras, marcando a individualização do homem e suas angústias e solidões, idolatrando a morte.

Castro Alves foi um romântico, ícone na luta pela independência e contra a escravidão.

José de Alencar, Castro Alves, Rui Barbosa, e Olavo Bilac abrilhantaram nossa literatura nesta fase romântica, sofrendo fortes influências da língua e música italiana e toda sua cultura, que se insinuam na métrica de seus respectivos poemas.

Martins Pena é lembrado por produção teatral, assim como Gregório de Matos foi tido como escritor maldito e Balzac por abordar os costumes da época, afirma Candido em detalhes da literatura nacional florescendo:

As contradições profundas do romantismo encontraram neste gênero o veículo ideal. A emoção fácil e o refinamento perverso; a pressa das visões e o amor ao detalhe; os vínculos misteriosos, a simplificação dos caracteres, a incontínência verbal- tudo nele se fundiu, originando uma catadupa de obras do mais variado tipo, que vão do péssimo ao genial. É característico do tempo que esta escala qualitativa se encontra freqüentemente no mesmo autor, como Vitor Hugo Balzac, Herculano, Alencar - os escritores mais irregulares que se pode imaginar numa certa ordem de valor (Candido, 1980: 110).

O Grupo Maranhão criou as revistas *Minerva Brasiliense* (1843-1844) e *Guanabara* (1849-1855). Sob influência do romantismo de 1836 a 1846 afloram as obras de Gonçalves de Magalhães e *Porto Alegre: As Brazilianas* (1863).

Gonçalves Dias se consagrou por seu estilo clássico e Castro Alves pela ousadia, segundo nos destaca o autor. Para Antônio Cândido, a literatura deste período era pouco expressiva e cheia de boa moral, “bons costumes” e falsos tipos nobres. “Nacionalismo na literatura brasileira consistiu basicamente, como vimos, em escrever sobre coisas locais; no romance, a consequência imediata e salutar foi a descrição de lugares, cenas, fatos, costumes do Brasil” (Candido, 1980: 112).

O romance nacional nasceu regionalista e de costumes tendendo para descrição dos tipos humanos e formas de vida social e os romances históricos apresentam as mesmas características.

Encontramos estas influências em todas as obras do decênio de 30 (sejam de Teixeira Pinto, Manuel Antonio de Almeida, Bernardo ou José de Alencar - que deixou para a literatura nacional obras como *Lucíola*, *O Sertanejo*, *Iracema*, nas quais aonde a narrativa é determinada pelo espaço- cidade, campo, selva; ou ainda: urbano, rural, vida primitiva).

Nacionalista e religiosa, engajada social e moralmente com os costumes da época, a produção literária prossegue com pequenas edições de revistas e a poesia de Francisco Otaviano; obras de Machado de Assis; Bernardo Guimarães; Eça de Queiroz; Joaquim Manuel de Macedo; Franklin Távora; Taunay.

No amadurecimento da obra de Machado de Assis, apreciamos a pesquisa de valores espirituais, num plano universal, o conhecimento do homem e da sociedade local, comenta Antonio Cândido: “Um eixo horizontal e um vertical cujas coordenadas delimitam, para o grande romancista, não mais um espaço geográfico ou social, mas simplesmente humano, que os engloba e transcende” (Cândido, 1980: 115).

O decênio de trinta foi época áurea das traduções, obras de George Sand, Mérimée, Chateaubriand, Balzac, Goethe, Irving, Dumas, Vigny entre outros escritores, influenciaram nossos escritores.

As obras eram publicadas em folhetins (o que prejudicava um pouco a sustentabilidade de uma criação literária nacional).

Observamos que a formação de nossa literatura se dá pela divulgação das obras dos autores através dos jornais nos quais as obras ganham espaço e vida na emoção dos leitores; e arroz e feijão, o sustento, moradia e prestígio para os escritores da época. O Aniversário de D. Miguel de 1928 e Religião Amor e Pátria escritos em 1838 assim como Jerônimo Corte Real em 1840 e Amância; escrito por Magalhães e publicado na Minerva Brasiliense em 1844, As Duas Órfãs, obra prima de Norberto publicada em 1841 seguida por Maria em 1843; podem ser textos avaliados como contos ou novelas pela dimensão - considera Antônio Cândido.

Nosso primeiro romance que atende todas as características do gênero é O filho do pescador de Teixeira e Sousa, 1843.

Logo depois nos deparamos com o romance A Moreninha, datado em 1844 e O Moço Loiro escrito em 1845, ambos de Macedo.

A possibilidade de transgredir as normas, a rejeição ao maniqueísmo e uma busca de liberdade na expressão ganhou corpo no romantismo, pressagiando o romance moderno, movidos por influências dos pensadores europeus, que traduzidos pelos folhetins, amadureciam o pensamento e a filosofia local.

Através da antropofagia, mimese, ironia, comédia, nossos autores usam da ficção para expressar-se artisticamente, transgredir as regras e falar verdades, ter pensamentos próprios burlando o colonizador e a ditadura.

O romance-moderno ganha corpo na digestão de personagens densos, profundos e contraditórios, com defeitos e qualidades- espelhando assim nossa humanidade e imperfeições, apresentando um foco narrativo que marca um tempo e espaço interior, com fluxo de consciência.

Com o aparecimento da ficção houve maior abrangência nas idéias, o que se refletiu nas obras e estilos, assim como na percepção e participação do público criado através dos folhetins

Deste amadurecimento psicológico nos personagens, percebemos uma profundidade maior nas histórias dos romances, percebemos a influência nos escritores locais evoluindo seus personagens até então maniqueístas para personagens mais humanos, refletindo estas evoluções da literatura Européia na produção nacional.

“Ao gozo, ao gozo amiga. O chão que pisas  
A cada instante te oferece a cova.” Junqueira Freire

Nascem conceitos e amadurecem talentos no cenário nacional que se beneficiam com esta troca de experiências culturais; atualmente conhecido por intertextualidade, resultando em nossa iniciação à literatura pós-colonial ou literatura de resistência.

“Se em certos autores contemporâneos, como os que se afogam na corrente da consciência, o processo atinge por vezes a um exagero inversamente pernicioso, certo é que a grande era da ficção, aberta pelos franceses e ingleses do século dezoito, encerrada quem sabe por Marcel Proust, James Joyce e Kafka representa o triunfo do personagem sobre a peripécia” (Candido, 1980: 128).

Os românticos eram doces e perversos, suspiravam pela morte e evocavam a vida e suas pequenas delicadezas, desvios, vícios, cujo pessimismo e humor negro, o sarcasmo andavam de mãos dadas com a singeleza e a ternura, num desequilíbrio celebrado.

“Por isso Junqueira Freire falhou como padre, Casimiro como caixeiro, Laurindo como médico, Varela como tudo. Por isso o advogado Aureliano Lessa caía de bêbado na rua e o juiz de Catalão, Bernardo Guimarães era demitido a bem do serviço. Por isso o melhor estudante da academia de São Paulo, Manuel Álvares de Azevedo, morreu antes de obter o canudo de bacharel. Todos eles escolheram as veredas mais perigosas...” (Candido, 1980: 151).

Candido fez referência a todos os escritores de relevância da época, nenhuma autora foi citada. (Nota-se a ausência de referências femininas- a mulher é excluída das instituições.) Seguindo as observações Candido sobre cada autor, tomamos conhecimento de qualidades e particularidades de todos os escritores nacionais que marcaram época:

Joaquim Manuel de Macedo ficou conhecido por suas novelas de personagens.

Junqueira Freire com seu estilo clássico, cuja sensualidade reprimida e dor eram latentes em sua obra; Laurindo Rabelo é lembrado como o poeta das flores. Bernardo Guimarães, eleito o poeta da natureza: denso e cheio de controvérsias foi um excelente contador de casos privilegiando o espaço em suas narrativas.

Álvares de Azevedo será imortal por sua precocidade e intensidade- na obra que transparece sua inteligência brilhante, tolhida pela morte, aos 20 anos.

Casimiro de Abreu deixou versos harmoniosos, simples e sensuais.

Manuel Antônio de Almeida ficou conhecido pelo romance picaresco Memórias de um sargento de milícias, que pode ser aproximado do romance picaresco espanhol, com uma observação superficial mesclada à ironia, desencanto, cinismo com sua visão direta da sociedade de costumes pressagiando a obra de Machado de Assis.

José de Alencar aos 27 anos; estréia seu primeiro poema de vida real: Cinco minutos- no Correio Mercantil. Publicou O Guarani em 1857; Lucíola em 62, Iracema em 1865 e Senhora em 1875.

Surgem as tendências naturalistas e o poeta Augusto dos Anjos cuja “embriaguês da terminologia científica, a visão materialista da carne corrupta e as taras fisiológicas, são a derradeira manifestação daquele sentimento romântico da morte...” (Candido, 1980: 290.)

Podemos confirmar as influências dos autores europeus e o progresso de nossa literatura em José de Alencar, que cita em 1872, no prefácio de seu artigo *Sonhos D'Ouro*:

“A literatura nacional, que outra coisa é senão a alma da pátria, que transmigrou para esse solo virgem com uma raça ilustre, aqui impregnou-se da seiva americana desta terra que lhe serviu de regaço; e cada dia se enriquece ao contacto de outros povos e ao influxo da civilização?” (Candido, 1980: 290).

Machado de Assis aprofunda estas idéias em artigo publicado em 1873: “Instinto de Nacionalidade”, comentando justamente o amadurecimento da fase do indianismo romântico na literatura nacional cuja produção se resumia praticamente até então a temas religiosos, regionais e primitivos.

Com uma visão mais abrangente e liberta da euforia nacionalista e regionalista que interfere numa produção visivelmente engajada, Machado de Assis contribui com estes pensamentos transpostos em uma obra mais focada e densa na humanidade, que converte conceitos menos arraigados e mais universais numa produção de contos cuja magnitude encanta gerações e marca fronteiras em nossa literatura.

“Não há dúvida que uma literatura, sobretudo uma literatura nascente deve principalmente alimentar-se dos assuntos que lhe oferecem a sua região; mas não estabeleçamos doutrinas tão absolutas que a empobrecem. O que se deve exigir do escritor, antes de tudo, é certo sentimento íntimo, que o torne homem do seu tempo e do seu país, ainda quando trate de assuntos remotos no tempo e no espaço”. Machado de Assis (Candido, 1980: 368).

Machado de Assis inaugura com este texto uma nova fase de pensamento, num grito de liberdade que repercutirá posteriormente em suas obras e em nossa literatura, nas palavras da criteriosa análise de Antonio Candido sobre o surgimento da literatura nacional.

Pelas observações de José de Alencar e Machado de Assis em seus artigos, podemos concluir que os conceitos de antropofagia, intertextualidade e literatura pós-colonial parecem ser velhos conhecidos de nossos pensadores.

(Embora estes conceitos fossem utilizados instintivamente, ainda não possuíam estas nomenclaturas.)

O jornalismo literário foi o responsável pela formação da literatura, sustentação e fomentação de escritores assim como a divulgação de seus talentos e de um público para os autores no Brasil a exemplo dos países Europeus e das suas colônias.

#### **A EVOLUÇÃO DO PENSAMENTO CRÍTICO, ROMANCE MODERNO, CONTO, CRÔNICA E O ESPÍRITO DOS TEMPOS**

(...) “Trata-se, antes de tudo, de um processo de desmascaramento do mundo epidérmico, do senso comum. Revelando espaço e tempo- e com isso o mundo empírico dos sentidos-como relativos, ou mesmo como aparentes, a arte moderna não fez senão reconhecer o que é corriqueiro na ciência e filosofia. Duvidando da posição absoluta da “consciência central”, ela repete o que faz a sociologia do conhecimento, com sua reflexão crítica sobre as posições ocupadas pelo sujeito cognoscente” (...) (Rosenfeld, 1969: 79).

A literatura é uma fotografia do pensamento científico, religioso, sociocultural e mítico e místico de uma época cuja produção orienta o amadurecimento da cultura de um povo.

Atualmente a produção cultural circula em mídias diversas, sendo a internet a que mais dá visibilidade a estas obras e atividades artísticas, profissionais, etc; influenciando em uma maior produção de obras e novos talentos em evidência.

O conhecimento e a expressão da arte, agora são compartilhados universalmente através da internet entre grupos de afinidades em redes sociais.

Embora o ensino ainda seja ritualístico e excludente, resultando em uma elite de artistas e escritores, pesquisadores e doutores das ciências- a internet veio para socializar estas faculdades resultando em maior acessibilidade ao aprendizado, e produção artística.

Raramente utilizada neste sentido pelas comunidades, observamos que pouco a pouco, autores se apropriam deste meio de comunicação para dinamizar estes processos culturais e artísticos.

O romance moderno tem duzentos anos, quase a idade em que a literatura feminina ganhou corpo da oralidade para a linguagem escrita- como podemos tomar conhecimento através do ensaio de Virgínia Woolf “Um teto todo seu” ensaio científico escrito em 1928 que mostra um panorama da mulher no cenário literário da época.( Lembremo-nos que em momento algum a mulher foi citada por Cândido na formação da literatura nacional.)

Mulheres não tinham acesso ao ensino, utilizando-se assim do comentário e de contar histórias para a educação de seus filhos.

No romance moderno o fluxo de pensamento (até então bastante indigesto para a época) incorpora a introspecção espelhando comportamentos e subterfúgios femininos na linguagem e nas obras.

Mecanismos de resistência como a dissimulação, a ironia, mimese, sutilezas e subterfúgios de um sexo até então renegado como ser pensante, com seus dons artísticos enclausurados aos pensamentos, tomaram as páginas em branco e ganharam expressão feminina espelhando seus trunfos e estratégias.

Duplamente colonizada, sofrendo o impacto da cultura patriarcal e dos invasores, a cultura de contar histórias atravessou gerações.

A mulher, na educação de seus filhos, repassa seus valores socioculturais e artísticos através da oralidade- comentários críticos e histórias, “causos”, milagres, fatos. A esperança do sonho, a fantasia, o fantástico.

Tendo para si o ensino e demais instituições negadas: entre alma, inteligência, permissão de posses, sem proteção de leis, direito ao trabalho e expressão – a mulher foi pioneira na transgressão de regras e leis sociais e institucionais.

Enfrentando barreiras cotidianamente, desenvolveu mecanismos de resistência: a arte do subterfúgio e sutilezas adquiridas em séculos de sobrevivência ao massacre da cultura patriarcal transpostos da oralidade em sua produção literária.

Alforriadas pela ausência de mão de obra após a segunda guerra na Europa, a mulher ganha existência política e religiosa, tem direito á propriedade e à acesso ao

trabalho para gerir sua subsistência, usadas para substituir a mão de obra escassa devido às mortes em massa do sexo masculino, para atender as necessidades da indústria e produção em massa.

A primeira oportunidade de subsistir com literatura residia em trabalhar em jornais- principal veículo de informação impressa, na publicação de poemas, romances, novelas, contos, crônicas.

Ainda hoje, o jornal segue dando espaço para revelações de escritores e escritoras que ganharam o apreço popular e seu sustento graças a suas publicações como: Edgar Allan Poe, Nelson Rodrigues, Fernando Sabino, Hilda Hillst, Clarice Lispector, Eliane Brum, Mia Couto.

Assim, podemos concluir que o jornalismo literário foi berço universal e fomento da literatura por toda Europa: França, Espanha, Itália, Portugal.

Brasil e países de língua portuguesa apresentam a mesma trajetória, assim como sucedeu-se em toda cultura ocidental. Os brasileiros, desde os tempos de João do Rio, acrescentaram ao estilo Europeu nossa ginga na escrita, sendo a crônica o gênero da história da nossa literatura mais reconhecido mundialmente. Há quem acredite até que a crônica é um estilo local parida e criada no Rio de Janeiro, tão bem se deu aqui, que assim como o café e a cana de açúcar, é considerada nossa maior riqueza, patrimônio nacional.

Uma paixão, assim como o futebol, arroz com feijão, rapadura e farinha de mandioca: esta chacoalhada na toalha, risada alta, o recado dado de forma irônica e de “sopetão”: nosso jeito de contar história: um pouco de verdade aqui, um faz de conta de lá, exageros e muito mais.

Crônica, é a epifania do cotidiano transformada em texto artístico, despertando-nos a emoção para um insite com a brevidade de um relâmpago.

Um despertar para o fato seja por meio do jornal, revista ou livro, este é um escrito de forma condensada, próximo ao conto e à poesia.

A crônica insere no jornal uma pitada de atrevimento, um toque de personalidade ao corriqueiro magistralmente registrado dando asas e liberdade ao fato, um olhar inusitado. Acentuando o drama, com mais ou menos fantasia e usando do humor, faz-se conhecer como gênero caracteristicamente brasileiro. Podemos dizer que a crônica é raiz e origem da literatura nacional, inaugurando-se em nosso território com a histórica carta de Pero Vaz de Caminha.

Estilo herdado da época medieval quando trovadores misturavam a fantasia aos contos e a mitologia criando fábulas e histórias que se mesclavam aos acontecimentos da época.

Narrando os anseios e fatos das civilizações: conquistas, batalhas, reinados, coisas do folclore e pinceladas da cultura grega, egípcia, oriental e dos índios latino-americanos, precede todos os gêneros e historiadores, a crônica é fundamental e base da literatura de toda e qualquer expressão cultural.

Caracterizar a crônica como “estilo ou gênero menor” é desconsiderar a própria origem da história letrada, pois a crônica sucede a literatura oral, se encarregando de disseminar as narrativas que marcam a época da cultura de um povo.



Com a invenção da prensa, o surgimento dos jornais e das editoras, este gênero foi retomado na França, Espanha e, Portugal, EUA, introduziu-se em nossa cultura como ponte entre a cultura elitizada e a cultura popular, mais especificamente através do jornalismo literário.

Podemos observar a repetição destes eventos em países Africanos de língua portuguesa como Angola, Moçambique, Cabo Verde.

O jornal proporcionou aos países colonizados e minorias a produção de suas literaturas, O hábito e possibilidade de acesso a livros ou editar obras era muito elitizado, portanto restrito. Basta considerar que se a mulher não tinha acesso ao ensino, metade ou mais da população era iletrada. (Para nos conscientizarmos da dimensão do analfabetismo.)

Assim, os folhetins e a inclusão da mulher possibilitaram também a formação de um público para os escritores das minorias nos países ocidentais expandindo as idéias destes livres pensadores, perpetuando as filosofias da antiguidade possibilitando um amadurecimento e o pensamento crítico nas comunidades.

No Brasil a primeira editora foi fundada por Monteiro Lobato, jornalista e autor de notável obra e pensamento revolucionário, nacionalista e antropofágico cujas fábulas e contos infantis ainda hoje encantam e surpreendem por seu conteúdo criativo e atual.

Tanto no Brasil como na África o jornalismo literário foi base para formação de uma literatura nacional, sendo a crônica eleita pelo brasileiro e reconhecida mundialmente como talento nacional.

Histórias pitorescas cuja informalidade orchestra a cultura local acrescidas de pitadas de verniz estrangeiro proveniente dos mais variados países que povoam nossa nação com expressões e peculiaridades que variam de estado e região.

Desta forma, a expressão artística local parte da consciência e atitude original e criativa, externando autenticidade numa catarse estética densa e profunda que nos comove.

Segundo Foucault 1969, apenas ao artista é dado a possibilidade de quebrar e avançar paradigmas sem ser taxado e enquadrado como louco pela sociedade ao quebrar e infringir regras.

O artista é o anti-sistema: senhor das pequenas inutilidades que ludicamente justificam a existência vibrando acordes, cores e palavras- movimento que nos entenece, incomoda, espanta, amedronta, nos coloca em estado de alerta máximo emocional e sensorialmente.

A arte é justificativa para externar-se o indivíduo sem máscaras e como síntese...

Representação, parte e todo; expressar-se com arte é passaporte para inteireza, interação, vida com veracidade e sentimento de pertencimento ao cosmos e a comunidade.

João do Rio, Rubem Alves, Carlos Drummond de Andrade, Monteiro Lobato, Fernando Sabino, Mario Prata, Raquel de Queiroz, Clarice Lispector, Nelson Rodrigues, Eliane Brum, apenas para citar alguns autores nacionais que fizeram do cotidiano uma festa.

Como podem observar, considerar o jornalismo literário como gênero menor é como validar a árvore desprezando a semente ou ignorar o raio como espetáculo máximo da tempestade - a crônica é rápida, fugaz, genial.

As conquistas da ciência partem da observação do simples, que contém em si todas as respostas, causas e problemáticas independentemente da capacidade cognitiva e de sistematizar estes conhecimentos registrando-os.

Assim, a literatura progride da oralidade para a escrita na medida em que a educação se expande e os conhecimentos são partilhados pela população nas escolas e comunidades.

Em resposta ao poder financeiro, cuja mídia consumista manipula e defende o interesse de poucos em detrimento do bem-estar social da nação, detendo informações e oportunidades: ensino, leis, rituais- amadurecem e brotam, a todo momento, pequenos mecanismos de defesa no indivíduo contra esta escravatura velada que começa pela desapropriação do corpo pelas religiões e pelo Estado.

“Não há direito que não se escreva sobre corpos. Ele domina o corpo, A própria idéia de um indivíduo isolável do grupo se instaurou com a necessidade, sentida pela justiça penal de corpos que devem ser marcados como um castigo e, pelo direito matrimonial de corpos que se devem marcar com um preço nas transações entre coletividades. Do nascimento ao luto, o direito se apodera dos corpos para fazê-los seu texto. Mediante toda sorte de iniciações, (ritual, escolar, etc), ele os transforma em tábuas da lei, em quadros vivos das regras e dos costumes, em atores do teatro organizado por uma ordem social”(Certeau, 2012: 210).

A mulher está acostumada a encontrar maneiras de cotidianas de burlar as normas e regras- e ensinar isto á sua prole: sobreviver ás instituições que a excluem.

A expressividade afetiva, sexual e artística agem como veneno contrariando o sistema, (profundamente intrínsecas e arraigadas, os sentimentos e instintos acabam sendo responsáveis por estas ações transformadoras, como fotossíntese, burlam as instituições e suas regras sociais.com atitudes revolucionárias, invisíveis ao sistema.

Manifestações de ordem pessoal e instintiva nas quais a ética e a plasticidade fazem-nos existir como seres humanos plenos através da arte.

Atualmente a internet com seu imenso banco de dados socializou o conhecimento, aproximando pessoas de todos os lugares do planeta, que se reúnem em comunidades e grupos de interesse mútuo cujas perspectivas culturais se cruzam, amadurecendo conhecimentos.

A voz particular e suas opiniões sobre fatos, notícias, textos, imagens, obras circulam num mundo onde o comentário crítico ganha força e expressividade nas redes sociais.

Movimentos culturais e contra- culturais compartilham espaços e podemos perceber a sociedade se organizar usando a internet como instrumento de manifestação política, sócio-cultural e artística. (A exemplo das manifestações que tomaram as telas do computador em nosso país e recentemente invadiram as ruas, numa explosão de indignação contra a corrupção e ineficiência com que os organismos políticos têm gerido esta nação).

Os meios de comunicação sofrem influência destas potencialidades; a comunicação e a informação está acessível a qualquer um, assim como nossos cinco minutos de fama no Youtube.

São novos paradigmas a respeito do que consideramos artístico, mais participação global por parte do indivíduo e mais arte pop.

Em contrapartida, a espionagem e o banco de dados a respeito de cada um fere ainda mais nossa privacidade, pois vivemos em um tempo no qual governos acumulam dados pessoais que podem ser usados contra qualquer um.

Como num romance de “Kafka” ou “George Orwell”, sentimos o medo real de que nossa intimidade possa ser invadida, roubada, envolver-nos em processos cujos políticos corruptos manipulam interesses. Roubando-nos através das máquinas institucionais; utilizando-se de regras e leis para usurpar o poder; espionagem pessoal e internacional- num admirável mundo novo previsto na ficção “1984” em meio a experiências genéticas, descobertas científicas e espaciais, nas quais a ganância, o preconceito e a exploração ainda prosperam.

Crianças, mulheres, minorias raciais, sexuais, religiosas; países e indivíduos de poucas posses sofrem com a falta de oportunidades e maus tratos e submetidos a condições precárias de trabalho e sobrevivência, quase que via de regra são tragados por sistemas escravagistas, alienadores; vítimas de mecanismos sociais excludentes.

Direitos humanos são discutidos enquanto sobreviventes do nazismo dizem diariamente palestinos com armas da indústria bélica americana, que, em nome da democracia, dissemina guerras. (depois do cristianismo as novas bandeiras que avalizam a ganância chama-se hipocrisia governamental, seja democrática, capitalista, ditatorial ou comunista).

Muitos morrem sem saber bem a causa. Poucos prosperam...

Direito dos animais, crianças, e o respeito ao meio ambiente ainda é lenda, o direito da mulher esta engatinhando aqui no Brasil e em alguns países da África e oriente ainda são inexistentes.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Há pouco tempo uma garota chamada Malala tomou um tiro na cabeça por incentivar mulheres a estudar no Paquistão através de seu blog, sobreviveu e ainda ameaçada de morte é porta voz na ONU de sua causa na esperança de uma realidade melhor para as crianças de seu país. Capa de revista e com sua biografia anunciada em 21 países, a exemplo de indivíduo que usando a internet para divulgação de suas idéias, pode mudar paradigmas e transformar realidades. ( A depender da sua real pertinência de valor, causa e visibilidade midiática).

Já a arte da prosa está na epifania provocada pelo texto, quase que uma experiência mística e religiosa na qual o cotidiano, o detalhe é cravejado de brilhantes, o fato transformado em momento de rara beleza, uma jóia.

Promovendo imagens de fantasia, musicalidade, humor, drama, intenção crítica, estratégias de linguagem cuja criatividade o brasileiro cravou impressões fortes, a

crônica é tecida de um olhar de criança: aberto, franco, tocando-nos em sua expressão visceral, intensa, corajosa, induzindo-nos ao envolvimento e à reflexão.

Derivada da poesia e adotada pela prosa, a crônica é tida como um gênero híbrido.

Sua principal característica é atualizar o conhecimento seja cotidiano, factual, histórico, místico ou científico num repertório para que seja consumido e regurgitado pela comunidade.

A beleza com que somos tocados por estes textos, cujo teor de arranjos semióticos alcançam e remetem nossa sensibilidade ao desconhecido, desperta-nos a alteridade, na qual espelhamos ou nos debatemos em estranheza alheia, acrescentando-nos conceitos, descobertas e tolerância ao novo:

A crônica é um exercício de metamorfose.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguiar e Silva, V. M. de (1983). *Teoria da literatura*. 5. ed. Coimbra: Almedina.
- Bonicci, T. (2005). *Conceitos-Chave da Teoria Pós-Colonial*. Maringá: Editora da Universidade Estadual de Maringá.
- Bonicci, T. (2009). *Resistência e intervenção nas literaturas pós-coloniais*. Maringá : Eduem.
- Brum, E. (2006). *A vida que ninguém vê*. Porto Alegre - RS: Arquipélago editorial.
- Brum, E. (2011). *Uma/Duas*. São Paulo: Edições Loyola.
- Bulhões, M. (2007). *Jornalismo e Literatura em convergência*. São Paulo: Editora Ática.
- Candido, A. (1981). *Formação da Literatura Brasileira*. 6ª edição. Belo Horizonte: Editora Itatiaia.
- Certeau, M. de (2012). *A invenção do cotidiano*. 19ª edição. Petrópolis: Editora Vozes.
- Couto, M. (1997). *Contos do nascer da terra*. Alfragide: Editorial Caminho.
- Couto, M. (2009). *O Fio das Missangas*. São Paulo: Editora Companhia das Letras.
- Cortazar, J. (1993). *Valise de Cronópio*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- Flory, S. F.V. (2013). *Estruturas Narrativas*. Marília: Editora Mimeo.
- foucault, M. (1969). *A ordem e o discurso*. São Paulo: Edições Loyola.
- Massaud, M. (1978). *A Criação Literária*. São Paulo: Editora Cultrix.
- Melo, J.M. de (1994). *A opinião no jornalismo Brasileiro*. 2ª edição. Petrópolis: Editora Vozes.
- Rosenfeld, A. (1969). Reflexões sobre o romance moderno. In *Texto e Contexto*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- Woolf, V. (1829). *Um teto todo seu*. Rio de Janeiro: Editora Fronteira.

## As temáticas dos conteúdos audiovisuais nos produtos jornalísticos exclusivos para *tablets*: algumas tendências

JULIANA FERNANDES TEIXEIRA<sup>1</sup>

teixeira.juliana.rj@gmail.com  
Universidade Federal da Bahia

### Resumo

A abrangência de temas e formatos que circulam no ciberespaço, sobretudo por meio dos dispositivos móveis, pode suscitar a revisão dos limites entre os diferentes tipos de conteúdos. Nesse contexto, não é simples analisar como as temáticas são apresentadas no Jornalismo. Realizar essa investigação das temáticas nos conteúdos audiovisuais dos produtos jornalísticos exclusivos para *tablets* é, portanto, o objetivo do artigo. Discutimos que, embora as editorias clássicas permaneçam sendo guias para os produtos jornalísticos, tornam-se comuns conteúdos que abordam um assunto a partir de perspectivas distintas, reforçando a hibridização. Outro viés de hibridização é observável entre os conteúdos fundamentados nas lógicas do Jornalismo e da Publicidade. Além disso, testamos uma das questões de investigação que são ponto de partida para este estudo exploratório: a de que o audiovisual é utilizado nos produtos exclusivos para *tablets* de modo mais recorrente nos conteúdos relacionados a temáticas culturais, governos/política, desastres naturais, e protestos, manifestações e conflitos. Para empreender essa pesquisa, utilizamos a revisão bibliográfica e o estudo de caso enquanto estratégias metodológicas. A amostragem é composta por produtos jornalísticos exclusivos para *tablets*, entre os quais incluímos *Project Week*, *Katachi*, *La Repubblica Sera*, *O Globo a Mais*, *Estadão Noite* e *Diário do Nordeste Plus*.

**Palavras-Chave:** Jornalismo audiovisual; ciberjornalismo; dispositivos móveis; *tablets*

---

### INTRODUÇÃO

Embora, em alguns aspectos, poucas sejam as inovações promovidas nos conteúdos produzidos para dispositivos móveis, determinadas experimentações já vêm sendo realizadas, seja por meio de recursos multimídia, de novos horários de circulação ou de modalidades distintas de tematizar as informações (Valentini, 2012:xx; Barbosa, 2007: 280). Afinal, o jornalismo contemporâneo exige dos seus profissionais não apenas trabalhar em contextos multimidiáticos, mas também que alternem com a mesma facilidade entre as diferentes editorias (Brasil, 2002: 273).

Essas possibilidades diferenciadas para as temáticas abordadas são ampliadas quando consideramos o potencial do *tablet* – embora não aproveitado em grande medida, como constatamos em etapas anteriores da pesquisa – de disponibilizar conteúdos audiovisuais de maior duração. Segundo Feijóo *et al.* (2013: 119-120), ao estar mais relacionado com o tempo do lazer, o *tablet* amplia o espectro de formatos e temas utilizados.

---

1 Bolsista da CAPES . Proc. no BEX8331/13-8

O consumo individual característico dos dispositivos móveis também influencia as temáticas. Afinal, é preciso levar em consideração assuntos de interesse comum entre os indivíduos, e, ao mesmo tempo, proporcionar uma personalização capaz de satisfazer as expectativas de cada usuário (Canavilhas, 2013: 14). Outro fator relativo aos usuários é a possibilidade de gerarem conteúdos, interferindo nos meios tradicionais em um sentido duplo: por um lado, valorizam os conteúdos midiáticos, contribuindo para a sua circulação; e, por outro, abrem o repertório de temas, pois há temáticas que não são abordadas na imprensa ou na televisão, mas o são na Internet (Jenkins; Ford & Green, 2013; Orihuela, 2012: 212; Ayerdi, 2002: 11).

Soma-se a isso o fato de que os temas, enquanto inseridos na lógica dos valores-notícia, não são estáticos, imutáveis ou neutros: são dinâmicos e flexíveis, podendo mudar o destaque e prioridade que recebem ao longo do tempo (Vizeu, 2005: 26-27; Traquina, 2008). Isso se manifesta, por exemplo, na especialização temática que os meios conferem a si mesmos. Em determinados períodos, há uma extensão gradual da quantidade e do tipo de temas considerados noticiáveis. Assuntos que, antes, não eram noticiados, podem vir a ser uma temática noticiável, chegando a se tornar, em alguns casos, uma editoria específica (Wolf, 1999: 88).

Apesar desse contexto instável – ou talvez justamente em função dele – é importante que abordemos, nessa pesquisa sobre o Audiovisual para Dispositivos Móveis, as questões referentes às temáticas. Realizar essa investigação das temáticas nos conteúdos audiovisuais dos produtos jornalísticos exclusivos para *tablets* é, portanto, o objetivo central do artigo. Em acordo com Charaudeau (2009:147), a observação das operações de repartição temática é relevante, pois evidencia de que maneira cada organização jornalística trata os temas, bem como o modo pelo qual cada meio de comunicação constrói a cobertura temática do acontecimento.

Para empreender essa pesquisa, utilizamos a revisão bibliográfica e o estudo de caso enquanto principais estratégias metodológicas. A amostragem de casos estudados é composta por produtos jornalísticos autóctones para *tablets*, entre os quais incluímos as revistas *Project Week* (Reino Unido) e *Katachi* (Noruega), e os jornais diários *La Repubblica Sera* (Itália), *O Globo a Mais* (Rio de Janeiro/BR), *Estadão Noite* (São Paulo/BR) e *Diário do Nordeste Plus* (Fortaleza/BR).<sup>2</sup>

#### AS TEMÁTICAS DO AUDIOVISUAL NOS PRODUTOS JORNALÍSTICOS EXCLUSIVOS PARA TABLETS

Uma das questões de investigação que adotamos como ponto de partida para balizar o presente estudo exploratório é a de que **o audiovisual, incluindo suas múltiplas formas e funções, é utilizado de modo mais recorrente e/ou recebe mais destaque**

<sup>2</sup> Analisamos os conteúdos produzidos pelos cibermeios, com base principalmente na estratégia de amostragem não probabilística de semanas compostas. Logo, nossa amostragem para os jornais diários foi composta pelos dias 4, 12, 20 e 28 de março e 5 de abril de 2013 (primeira semana composta) e pelos dias 16 e 24 de setembro e 2, 10 e 18 de outubro de 2013 (segunda semana). Como as revistas seguem periodicidade diferenciada, as edições analisadas foram: no caso da *Project Week*, as de 1º, 13 e 22 de fevereiro, 5 e 29 de março, e 21 de maio de 2013 (as seis últimas edições); e, no caso da *Katachi*, as do Outono de 2011, e da Primavera e do Outono de 2012 (as disponibilizadas até o momento da coleta de material).



**nos conteúdos jornalísticos relacionados a temáticas culturais, a governos/política, a desastres naturais, e a protestos, manifestações e conflitos.** A proposição desse ponto de partida (e, conseqüentemente, do horizonte de expectativas desse estudo) foi, em parte, fundamentada em dados do *Pew Research Center* (2012: 27), segundo os quais os vídeos sobre governos/política (22% dos *top videos*), desastres naturais (20%), e protestos, manifestações e conflitos (9%) estão entre os mais assistidos no *YouTube*. É, de fato, possível afirmar que quando uma questão governamental ou política emerge, um desastre natural ocorre ou um conflito é deflagrado, os meios de comunicação costumam se mobilizar para realizar sua cobertura. Conforme defende Jaspers (1998: 83), a política editorial tende a priorizar as notícias “bombásticas”.

Mas, a velocidade das informações depende do aprimoramento das tecnologias disponíveis; tanto que, hoje, na era digital, os conteúdos jornalísticos sobre as guerras, por exemplo, são publicados quase que simultaneamente ao acontecimento (Newseum, 2012). Segundo Porto e Flores (2012: 84), munidos dos cada vez mais portáteis e multifuncionais dispositivos móveis, os indivíduos – sejam eles jornalistas ou não – podem registrar acontecimentos diversos, mas que, em geral, giram em torno de temáticas locais, manifestações ou protestos cidadãos, e fenômenos meteorológicos adversos.

Somam-se, ainda, a essas três “categorias”, os conteúdos relacionados a expressões culturais, como música, teatro e cinema. A tendência de presença mais expressiva do audiovisual no Jornalismo cultural foi, inclusive, detectada por pesquisa anterior (Becker; Teixeira, 2009: 49), a qual, embora focada nas contribuições dos usuários, revelou que nos portais jornalísticos mais acessados do país, a maior parte dos materiais audiovisuais colaborativos é de clipes musicais e trailers de filmes.

A questão de investigação enunciada no início desse tópico partiu, portanto, da revisão bibliográfica e dos dados apresentados até aqui. Na análise dos conteúdos audiovisuais produzidos exclusivamente para *tablets*, buscamos testá-la a partir do item 12 do formulário empregado (Quais as seções e/ou temáticas em que o audiovisual aparece?). Os resultados são apresentados no Gráfico 1.

Conforme evidencia o Gráfico 1, a única editoria que confirma, em todos os estudos de caso, a questão de investigação que nos serviu de ponto de partida é a Cultura. Essa temática apareceu em todos os produtos jornalísticos analisados e com expressivo destaque em alguns deles como *La Repubblica Sera* (42), *O Globo a Mais e Diário do Nordeste Plus* (22) e *Project Week* (5, o que representa uma preponderância proporcional, considerando-se o número total de conteúdos audiovisuais). É verdade que esse maior número de materiais audiovisuais relacionados a expressões culturais deve-se à tendência identificada em etapas anteriores da pesquisa de uso de clipes musicais e trailers de filmes, por exemplo, com a função de ilustrar os conteúdos jornalísticos. De qualquer forma, é evidente a utilização mais significativa do audiovisual no âmbito das temáticas culturais e essa era a proposta da questão de investigação da qual partimos.

A recorrência de conteúdos audiovisuais na seção Governos/Política também foi confirmada, mas parcialmente. Isso porque o destaque aos conteúdos relacionados a

essa temática foi verificada apenas nos cibermeios diários (em 28 conteúdos audiovisuais de *La Repubblica Sera*; 8 do *Estadão Noite*; 6 do *Diário do Nordeste Plus*; e 4 de *O Globo a Mais*), não tendo aparecido em nenhuma das edições analisadas das revistas *Project Week* e *Katachi*. Esses resultados podem ser relacionados com a periodicidade dos cibermeios: os diários, mais factuais, abordam os temas políticos em maior medida que as revistas, as quais visam abordagens mais atemporais das temáticas.

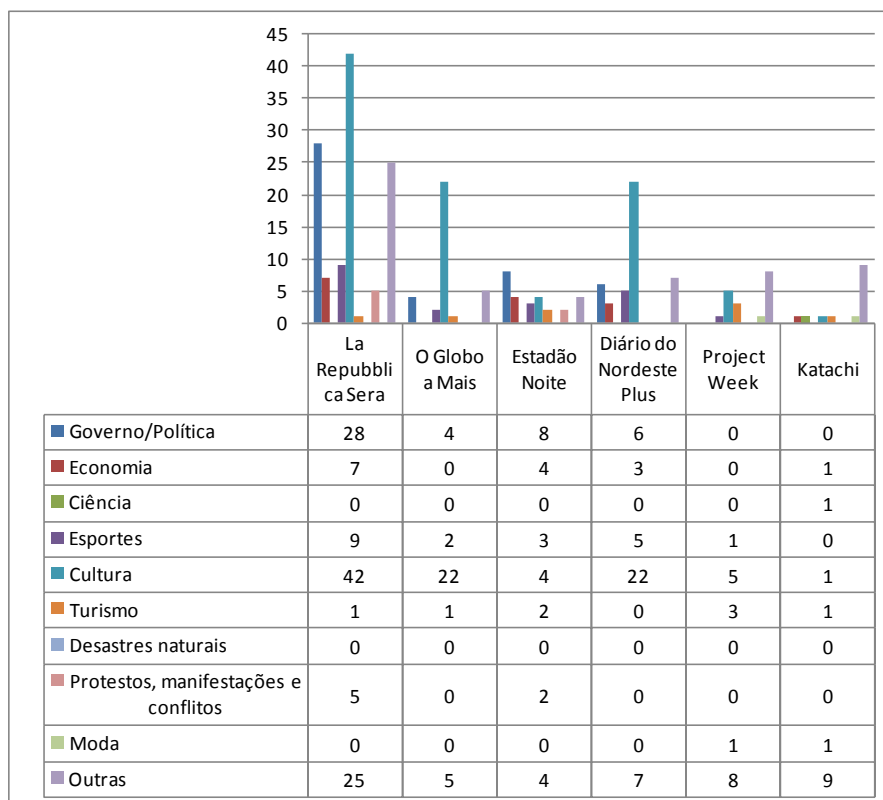


Gráfico 1 - Seções e/ou temáticas dos conteúdos audiovisuais nos produtos analisados

Já a recorrência dos conteúdos audiovisuais referentes a desastres naturais e a protestos, manifestações e conflitos não foi identificada na análise realizada<sup>3</sup>. Tanto que a temática de desastres naturais não apareceu, por meio de imagem em movimento e som, em nenhuma das edições dos cibermeios estudados. E os conteúdos audiovisuais relacionados a protestos, manifestações e conflitos apareceram apenas em *La Repubblica Sera* (5) e *Estadão Noite* (2). Esses dados podem ser decorrentes, mais uma vez, da periodicidade dos cibermeios. Tanto que os poucos conteúdos foram circulados pelos jornais diários, os quais têm a possibilidade de inserir acontecimentos imprevistos como esses em suas páginas com mais rapidez – embora a dificuldade para que essa publicação efetivamente ocorra seja evidente (em função

<sup>3</sup> Questionamentos acerca da inexistência de desastres naturais e/ou protestos nos dias de análise podem surgir. Até se cogitou realizar um mapeamento de fatos relacionados a tais temas nas datas de análise. Porém, a precisão não estaria garantida, pois não haveria como afiançar que nenhum fato relativo a essas temáticas ocorreu na Itália de *La Repubblica Sera*, por exemplo. Além dos vários dias de análise, havia a variedade de países envolvidos no estudo, o que dificulta um mapeamento nesse sentido. Outra espécie de questionamento diz respeito à cobertura dessas temáticas pelos cibermeios a partir de outras linguagens, como texto escrito e fotografia. Com relação a esse aspecto, argumentamos que o foco desse estudo exploratório e, por conseguinte, os resultados obtidos visam observar apenas os conteúdos audiovisuais.

de fatores sobre os quais não pretendemos nos dedicar aqui, como o processo de produção, por exemplo).

É fundamental reconhecermos e destacarmos aqui que, na verdade, as revistas *Katachi* e *Project Week* não possuem uma linha editorial voltada para uma cobertura jornalística mais factual. Em vez disso, pretendem abordar vertentes temáticas como *design*, negócios, tecnologia e empreendedorismo. Ou seja, a cobertura factual não é uma intenção prevista pela linha editorial, o que afasta os temas relacionados a governo/política, desastres naturais e protestos, manifestações e conflitos das pautas desses cibermeios.

### **HIBRIDIZAÇÃO TEMÁTICA**

A abrangência de temas e formatos que circulam hoje no ciberespaço, em especial por meio dos dispositivos móveis, suscita a revisão dos limites entre os diferentes tipos de conteúdos (Carmo, 2008: 101). Afinal, vivenciamos um momento de dissolução progressiva das fronteiras entre os meios, as esferas profissionais e os conteúdos, o que contribui com a emergência de um ecossistema caracterizado, entre outros fatores, pela hibridização dos gêneros, formatos e temáticas (Aguado, 2009: 13,37; Gordillo, 2009: 14).

No âmbito das temáticas, ao mesmo tempo em que existem classificações gerais como Política, Economia e Cultura, há casos particulares que requerem o desenvolvimento de seções específicas e/ou exclusivas, não apenas para ordenar a informação, mas também para atrair a audiência para o tema (Caraballo, 2013:134). Contudo, nem sempre é simples analisar como a temática é abordada nos produtos jornalísticos, demandando a observação do modo específico de organizar e apresentar as editorias (Gomes, 2011:40).

Além disso, há que considerar a crescente, embora não recente, hibridização entre as temáticas (Charaudeau, 2009: 232; Briggs; Burke, 2004: 322; Sodré, 2009: 138). Tanto que, já em 1961, a palavra “*advertorial*” apareceu nos dicionários, para explicar a mescla entre “*advertising*” e “*editorial*” (Serra, 2011: 550-551). Herreros (2003: 198) também apontou para o “multiperspectivismo” da televisão, cuja informa o multiplica as perspectivas de cada tema, a fim de oferecer um leque amplo e plural de enfoques.

Ainda que seja necessário reconhecer que os limites entre informa o e entretenimento começaram a ser atenuados nos anos 1950-60, o que nos interessa aqui   salientar que a cultura contemporânea   caracterizada por uma contamina o mais expressiva entre as diversas formas, sendo frequente o desenvolvimento de trabalhos audiovisuais com propriedades variadas, dificultando classifica es ortodoxas (Mic , 2007: 157; Peralta, 2005: 93). Um exemplo está nos especiais multim dia, um dos g neros característicos do ciberespaço e que integram recursos e linguagens para abordarem temas multidimensionais (Orihuela, 2012: 114).

  verdade que a hibridiza o temática não   necessariamente positiva. Masip (2008: 114) alerta que, quando as mensagens recebidas pelos usuários não estão

devidamente identificadas por temas, podem não ser facilmente reconhecíveis enquanto importantes. Nosso objetivo, aqui, entretanto, não é realizar juízos de valor sobre as tendências verificadas, mas identificar e analisar cada uma delas.

Algumas das questões mencionadas envolvendo as hibridizações entre temáticas podem ser ilustradas pelos estudos de caso dessa pesquisa. Embora as editorias clássicas permaneçam sendo guias para os produtos analisados, são cada vez mais comuns conteúdos que abordam um assunto a partir de perspectivas distintas, reforçando a hibridização discutida. Em outras palavras: algumas das seções tradicionais permanecem na maioria dos cibermeios estudados – conforme já destacamos, as editorias Cultura e Governo/Política, por exemplo, continuam a existir. Mas, ao mesmo tempo, houve matérias que, em função de uma abordagem diferenciada e híbrida, dificultaram a classificação em uma seção temática específica.

Tanto que, em todos os casos estudados, a opção “Outras” do formulário foi preenchida. Além de ter sido assinalada em todos os produtos analisados, essa opção obteve números expressivos, conforme revelou o Gráfico 1: *La Repubblica Sera* (25); *Katachi* (9); *Project Week* (8); *Diário do Nordeste Plus* (7); *O Globo a Mais* (5); e *Estadão Noite* (4). Cabe ressaltar que em todas as situações nas quais a marcação dessa opção se fez necessária indicam para uma dificuldade de delimitação de uma temática, na medida em que o conteúdo apresentava, apenas para citar dois exemplos, um hibridismo de perspectivas (incluindo abordagens econômica, política, cultural etc na mesma matéria) ou um assunto relacionado a determinado nicho (evidenciando a crescente segmentação também em curso, como no caso das matérias sobre o setor automotivo, tecnologia ou *design*). Com relação especificamente aos conteúdos audiovisuais que consideramos híbridos, ou seja, que mesclavam dois âmbitos temáticos e/ou abordagens, podemos apresentar os números do Gráfico 2.

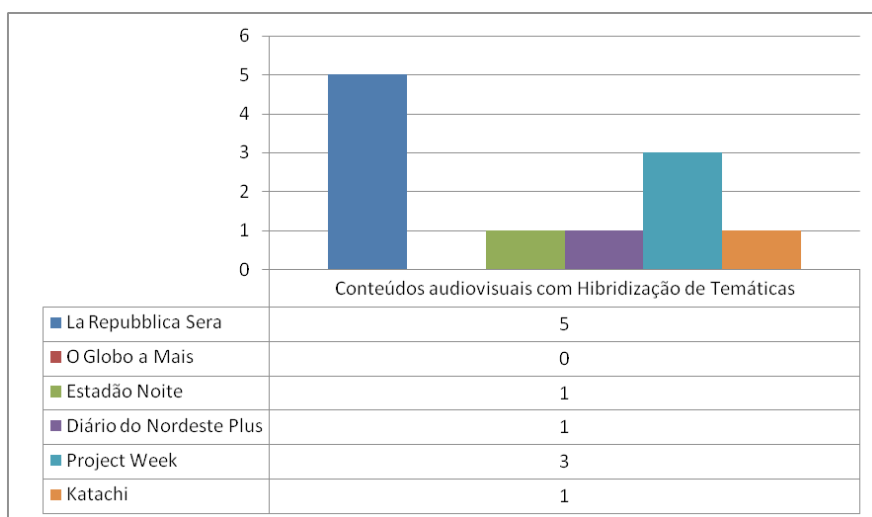


Gráfico 2

A fim de evitar uma descrição exaustiva de todos os exemplos, limitaremos a destacar dois casos ilustrativos de *La Repubblica Sera*, o cibermeio que apresentou o maior número de exemplos (5). O primeiro vídeo foi veiculado na edição de 12

de março de 2013, dedicada ao Conclave que decidiu que o Papa Francisco seria o sucessor de Bento XVI. O conteúdo audiovisual abordou a sucessão papal não estritamente pela perspectiva da religião, mas sobretudo pelas suas implicações políticas e econômicas. O formato do vídeo é o de um comentário.



La Repubblica Sera – 12 de março de 2013

O segundo exemplo evidencia que essa hibridização não é uma tendência verificada apenas em coberturas especiais. O vídeo, circulado na seção *In Redazione* de 2 de outubro de 2013, apresenta uma entrevista de Giorgio Caruso com Alberto Mattone (ambos jornalistas de *La Repubblica*), que tece comentários sobre a relação entre Política e acesso à Tecnologia no Irã, tendo como gancho a reunião do presidente iraniano com o fundador do microblog *Twitter*. Havia outros três exemplos de hibridização de temáticas em *La Repubblica Sera*. Optamos por destacar esse por considerar que mescla duas temáticas não tão recorrentes como Política e Economia, por exemplo.



La Repubblica Sera – 2 de outubro de 2013

## HIBRIDIZAÇÃO ENTRE JORNALISMO E PUBLICIDADE

Outro viés de hibridização, talvez mais questionável e discutível, é entre os conteúdos jornalísticos e os publicitários. Na opinião de Serra (2011: 550), como cada um dos “campos programáticos” dos meios de comunicação (jornalismo, publicidade e entretenimento) utiliza o código informação/não-informação, é “natural” a confusão entre os gêneros. Essa hibridização relaciona-se com fatores históricos e estruturais diversos (Serra, 2011: 550); mas limitamo-nos a destacar aqui a sua relação com a personalização dos conteúdos nos meios voltados para o ciberespaço. Conforme ressalta Boczkowski (2004: 57), em vez de apresentar o mesmo conteúdo a todos os usuários, com a personalização, as organizações começam a oferecer narrativas específicas sobre os assuntos pelos quais as audiências declaram interesse – informações que passam a ser empregadas também no desenvolvimento e circulação de publicidades.

Todavia, ao contrário das possibilidades anteriores, esse tipo de hibridismo pode gerar problemas éticos, os quais não pretendemos discutir aqui, mas que não poderiam deixar de ser mencionados. Reconhecemos que casos de mescla entre Publicidade e Jornalismo ainda são exceções entre os cibermeios analisados. Mas, certamente, é uma questão que precisa ser acompanhada, a fim de que não surjam problemas a longo prazo.

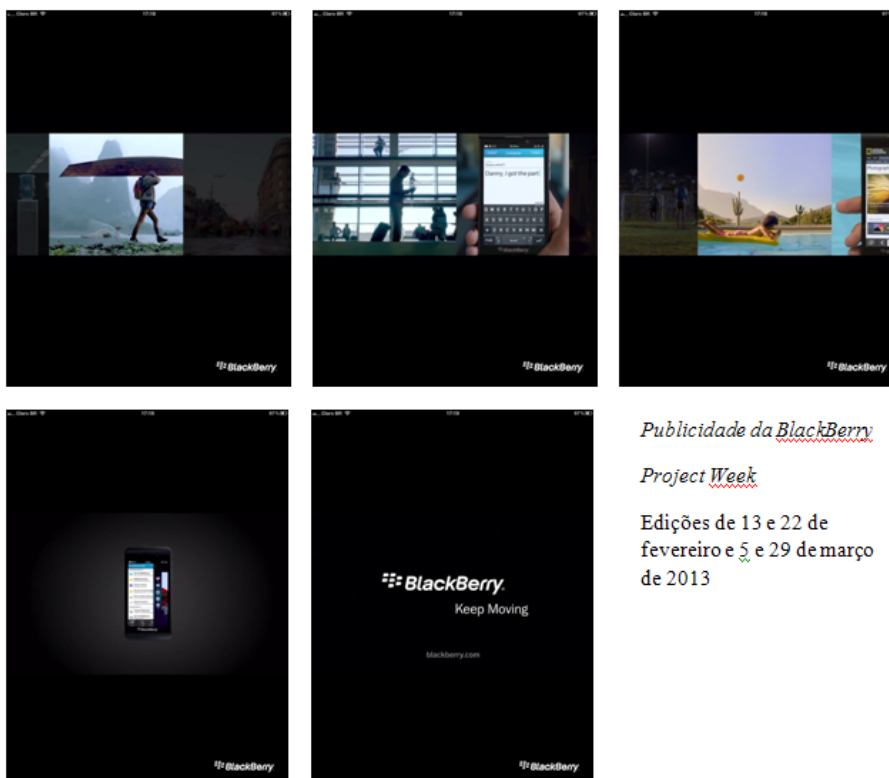
Até porque, na análise realizada, verificamos que alguns dos conteúdos audiovisuais mais bem elaborados eram publicidades, entre as quais apareceram até animações. Diante da dificuldade identificada anteriormente dos produtos exclusivos para *tablets* produzirem conteúdos audiovisuais, pode ser que incorporar essa hibridização na tentativa de aprimorar ou sofisticar a circulação de conteúdos com imagem em movimento e som seja vista como uma opção (conforme os exemplos dessa pesquisa já sugerem), embora não seja o caminho mais adequado.

A título de ilustração, descreveremos duas publicidades que exploram o audiovisual de maneira diferenciada. A primeira foi extraída da *Project Week* e apareceu em quatro edições seguidas da revista (13 e 22 de fevereiro e 5 e 29 de março de 2013). O anúncio, da empresa *BlackBerry*, sempre abre as edições. Na verdade, isso não ocorre apenas com este anúncio, mas em todas as edições da *Project Week*, que sempre é iniciada por um conteúdo publicitário com imagens em movimento, provavelmente na tentativa de atrair a atenção do usuário (conforme discutimos ao abordar as funções desempenhadas pelo audiovisual em etapas anteriores da pesquisa). De qualquer forma, a publicidade da *BlackBerry* é ressaltada como o principal exemplo pelo uso de recursos e efeitos diferenciados de edição, pela inserção de trilha sonora de acordo com a movimentação das imagens etc, conforme evidenciam as capturas de tela a seguir.

A segunda publicidade a ser mencionada é do *Canal MTV*, circulada por *O Globo a Mais* em 2 de outubro de 2013. Esse anúncio destaca-se porque busca explorar diferentes potenciais e especificidades dos *tablets*. Em primeiro lugar, o usuário é solicitado a adotar a orientação horizontal, mostrando uma preocupação



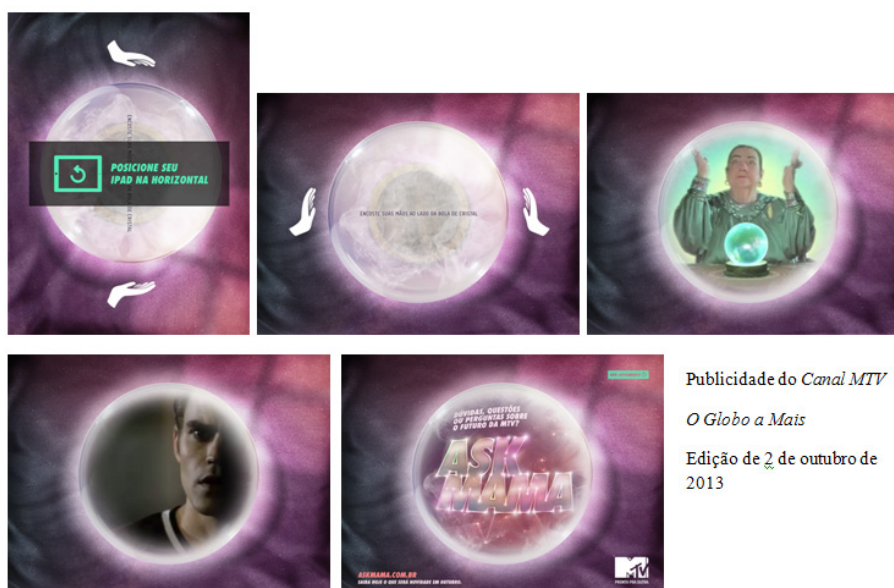
com a usabilidade desse tipo de dispositivo – afinal, pesquisas recentes apontam para uma preferência dos usuários pela orientação horizontal durante a navegação pelos *tablets* (García, 2012:334; Poynter, 2013:50). Em segundo lugar, para que o vídeo comece a ser executado, o usuário precisa tocar ao lado da bola de cristal que aparece sobre a tela. Esse recurso revela uma tentativa de explorar a taticidade do dispositivo (Palacios & Cunha, 2012).



Publicidade da *BlackBerry*

*Project Week*

Edições de 13 e 22 de fevereiro e 5 e 29 de março de 2013



Publicidade do *Canal MTV*

*O Globo a Mais*

Edição de 2 de outubro de 2013

Nota-se, a partir dos exemplos anteriores, que os conteúdos audiovisuais jornalísticos precisam cada vez mais incorporar algumas das experimentações já empreendidas pelos publicitários no âmbito dos dispositivos móveis. Todavia, é necessário atenção e cautela para que o Jornalismo não se confunda com a Propaganda; o que pode estar ocorrendo a partir do uso crescente de vídeos publicitários dentro dos conteúdos jornalísticos – tendência verificada em diferentes áreas temáticas, como o Turismo e o Esporte. Esse tipo de emprego dos materiais audiovisuais pode gerar questionamentos sobre a objetividade das informações apresentadas pelas organizações jornalísticas, uma vez que parece, ao menos implicitamente, que a intenção do conteúdo jornalístico é divulgar – e, por conseguinte, vender – o produto apresentado.

Citaremos, novamente, dois casos ilustrativos. O primeiro é da edição de 20 de março de 2013 de *O Globo a Mais* e aborda o turismo nos navios de cruzeiro. O vídeo, linkado na segunda página do conteúdo jornalístico, apresenta informações diversas sobre o cruzeiro *MSC Preziosa*. Os créditos são da *AFP TV* (agência de notícias), mas, ao analisarmos o material, ficou a dúvida se o vídeo não seria mais uma propaganda do cruzeiro do que um conteúdo audiovisual efetivamente jornalístico. Ou seja, o limite tão tênue entre Jornalismo e Publicidade, nesse caso, se torna questionável.



**D**ois navios gigantes dos mares, MSC Preziosa e Norwegian Breakaway, batem de novo em recordes de tamanho. O Preziosa faz parte da classe Fantasia da MSC, batendo a bordo, pela primeira vez, a rede gastronômica L'Orchê, de Marco Bontade. O Breakaway inicia uma nova categoria da Norwegian, que já programou o lançamento do primeiro navio da mesma classe para janeiro de 2014.

A atriz Sophia Loren batiza o Preziosa sobrado, em Gênova, de onde partem cruzeiros de uma semana pelo Mediterrâneo (a partir de 198 520). Com investimento de 130 milhões, a embarcação tem um restaurante exclusivo para os hóspedes do Yacht Club (área restrita do navio) inspirado em "La dolce vita" e um lounge italiano da década de 1950, e também uma biblioteca vintage.

Com 140 mil toneladas, 18 decks e capacidade para 4.340 hóspedes, tem a segunda pista de bordo infante da frota da companhia, além de um dos maiores subtegrais a bordo, o Verigo – que, em desenvolvimento, passa por cinco decks, fora do teto do navio. O MSC Preziosa virá ao Brasil já em novembro. Vai fazer escalas no porto de Santos e fazer rotas por Nordeste, Rio e São Paulo.

No Norwegian Breakaway, que será inaugurado em maio, um cálculo ao ar livre com 400 metros de comprimento, regata de jujus, bares e restaurantes, atende a bordo em um plano alto mar. Inspirado em Nova York, sua "viva" tem



**D**ois navios gigantes dos mares, MSC Preziosa e Norwegian Breakaway, batem de novo em recordes de tamanho. O Preziosa faz parte da classe Fantasia da MSC, batendo a bordo, pela primeira vez, a rede gastronômica L'Orchê, de Marco Bontade. O Breakaway inicia uma nova categoria da Norwegian, que já programou o lançamento do primeiro navio da mesma classe para janeiro de 2014.

A atriz Sophia Loren batiza o Preziosa sobrado, em Gênova, de onde partem cruzeiros de uma semana pelo Mediterrâneo (a partir de 198 520). Com investimento de 130 milhões, a embarcação tem um restaurante exclusivo para os hóspedes do Yacht Club (área restrita do navio) inspirado em "La dolce vita" e um lounge italiano da década de 1950, e também uma biblioteca vintage.

Com 140 mil toneladas, 18 decks e capacidade para 4.340 hóspedes, tem a segunda pista de bordo infante da frota da companhia, além de um dos maiores subtegrais a bordo, o Verigo – que, em desenvolvimento, passa por cinco decks, fora do teto do navio. O MSC Preziosa virá ao Brasil já em novembro. Vai fazer escalas no porto de Santos e fazer rotas por Nordeste, Rio e São Paulo.

No Norwegian Breakaway, que será inaugurado em maio, um cálculo ao ar livre com 400 metros de comprimento, regata de jujus, bares e restaurantes, atende a bordo em um plano alto mar. Inspirado em Nova York, sua "viva" tem



**D**ois navios gigantes dos mares, MSC Preziosa e Norwegian Breakaway, batem de novo em recordes de tamanho. O Preziosa faz parte da classe Fantasia da MSC, batendo a bordo, pela primeira vez, a rede gastronômica L'Orchê, de Marco Bontade. O Breakaway inicia uma nova categoria da Norwegian, que já programou o lançamento do primeiro navio da mesma classe para janeiro de 2014.

A atriz Sophia Loren batiza o Preziosa sobrado, em Gênova, de onde partem cruzeiros de uma semana pelo Mediterrâneo (a partir de 198 520). Com investimento de 130 milhões, a embarcação tem um restaurante exclusivo para os hóspedes do Yacht Club (área restrita do navio) inspirado em "La dolce vita" e um lounge italiano da década de 1950, e também uma biblioteca vintage.

Com 140 mil toneladas, 18 decks e capacidade para 4.340 hóspedes, tem a segunda pista de bordo infante da frota da companhia, além de um dos maiores subtegrais a bordo, o Verigo – que, em desenvolvimento, passa por cinco decks, fora do teto do navio. O MSC Preziosa virá ao Brasil já em novembro. Vai fazer escalas no porto de Santos e fazer rotas por Nordeste, Rio e São Paulo.

No Norwegian Breakaway, que será inaugurado em maio, um cálculo ao ar livre com 400 metros de comprimento, regata de jujus, bares e restaurantes, atende a bordo em um plano alto mar. Inspirado em Nova York, sua "viva" tem

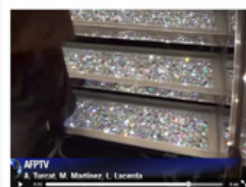


**D**ois navios gigantes dos mares, MSC Preziosa e Norwegian Breakaway, batem de novo em recordes de tamanho. O Preziosa faz parte da classe Fantasia da MSC, batendo a bordo, pela primeira vez, a rede gastronômica L'Orchê, de Marco Bontade. O Breakaway inicia uma nova categoria da Norwegian, que já programou o lançamento do primeiro navio da mesma classe para janeiro de 2014.

A atriz Sophia Loren batiza o Preziosa sobrado, em Gênova, de onde partem cruzeiros de uma semana pelo Mediterrâneo (a partir de 198 520). Com investimento de 130 milhões, a embarcação tem um restaurante exclusivo para os hóspedes do Yacht Club (área restrita do navio) inspirado em "La dolce vita" e um lounge italiano da década de 1950, e também uma biblioteca vintage.

Com 140 mil toneladas, 18 decks e capacidade para 4.340 hóspedes, tem a segunda pista de bordo infante da frota da companhia, além de um dos maiores subtegrais a bordo, o Verigo – que, em desenvolvimento, passa por cinco decks, fora do teto do navio. O MSC Preziosa virá ao Brasil já em novembro. Vai fazer escalas no porto de Santos e fazer rotas por Nordeste, Rio e São Paulo.

No Norwegian Breakaway, que será inaugurado em maio, um cálculo ao ar livre com 400 metros de comprimento, regata de jujus, bares e restaurantes, atende a bordo em um plano alto mar. Inspirado em Nova York, sua "viva" tem



Video sobre *MSC Preziosa*  
*O Globo a Mais*  
 Edição de 20 de março de 2013

No mesmo sentido, apresentamos o segundo exemplo, da *Project Week* de 5 de março de 2013. O conteúdo jornalístico aborda o lançamento de um GPS para corrida da *Nike*. O vídeo é a publicidade de divulgação do produto e mostra um rapaz utilizando-o. Em determinado momento, o vídeo adquire efeitos nas imagens,

aproximando-se da estética de um *game*. Nesse exemplo, além da hibridização entre Jornalismo e Publicidade, há também a hibridização com a linguagem dos *games*, reforçando a ideia aqui discutida de que essa é uma tendência forte e emergente nos dias atuais.



Project Week – 5 de março de 2013

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos nessa pesquisa – entre os quais podemos destacar a comprovação apenas parcial da nossa questão de investigação e de nosso horizonte de expectativas referentes às temáticas mais recorrentes, bem como a identificação da hibridização entre temáticas e entre as esferas do Jornalismo e da Publicidade – reafirmam que vivemos em um contexto e um momento de transformações. Embora sejam graduais, essas mutações apontam para mudanças expressivas a longo prazo e que, portanto, precisam ser constantemente observadas, identificadas e analisadas.

Até porque, como já sustentava Machado (2000: 358), a natureza do jornalismo digital, ao mesmo tempo em que facilita, pode prejudicar a tarefa de tematização. Se, por um lado, estimula a conexão das diferentes dimensões da esfera pública, acelerando a interação social; por outro, altera as normas e padrões profissionais, tendendo a apagar as fronteiras vigentes. A hibridização entre temáticas e gêneros, portanto, pode dificultar a função de tematizar a realidade inerente ao jornalismo e, na opinião de Machado (2000: 358), comprometer a consolidação da esfera pública democrática nas redes digitais.

Desse modo, em um cenário onde são múltiplas as possibilidades de construção dos conteúdos audiovisuais, a qual pode inclusive ser realizada pelos próprios usuários, cabe aos jornalistas continuar buscando temáticas e abordagens que enriqueçam seu trabalho (Orihuela, 2012: 64). Em acordo com Becker (2009: 102-103) e Orihuela (2012: 193), acreditamos que a qualidade dos relatos jornalísticos audiovisuais continua pressupondo temas originais, diversificados e abordados a partir de perspectivas plurais e diferenciadas – o que a simples incorporação de recursos com imagem em movimento e som, muitas vezes através da disponibilização de peças publicitárias, não tem garantido ao Audiovisual para Dispositivos Móveis, sobretudo os *tablets*.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Aguado, J. (2009). *De la quarta pantalla al medio líquido*. Disponível em <<http://jornalismo-e-redes-moveis.ubi.pt/wp-content/uploads/2009/11/EL-MEDIO-L%C3%8DQUIDO.swf>>. Acesso em 30.11.2009.
- Ayerdi, K. (2002). *Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del periodismo*. Disponível em <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002mesojunio5103.htm>. Acesso em 26.11.2009.
- Barbosa, S. (2007). *Jornalismo Digital em Base de Dados*. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea. UFBA. Orient: Marcos Palacios.
- Becker, B. (2009). Jornalismo audiovisual de qualidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2, 95-111.
- Becker, B. & Teixeira, J. (2009). Um panorama da produção jornalística audiovisual no ciberespaço. *FAMECOS*, 40, 44-50.
- Boczkowski, P. (2004). *Digitizing the news*. EUA: MIT Press.
- Brasil, A. (2002). *Telejornalismo, Internet e guerrilha tecnológica*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna.
- Briggs, A. & Burke, P. (2004). *Uma história social da mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Canavilhas, J. (2013). Contenidos periodísticos en el ecosistema líquido. In F. Irigaray; D. Ceballos & M. Manna (eds), *Webperiodismo en un ecosistema líquido* (pp.9-24). Rosario: Laborde.
- Caraballo, C. (2013). Nuevas narrativas en las tics. La producción informativa audiovisual en Internet. In F. Irigaray; D. Ceballos & M. Manna (eds), *Webperiodismo en un ecosistema líquido* (pp.129-143). Rosario: Laborde.
- Carmo, F. (2008). *Jornalismo móvel*. Dissertação de Mestrado em Comunicação na Contemporaneidade. Faculdade Cásper Líbero. Orient.: Walter Lima. São Paulo.
- Charaudeau, P. (2009). *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto.
- Feijóo, C. et al. (2013). El audiovisual móvil (I). In J. Aguado; C. Feijóo & I. Martínez (coords), *La comunicación móvil* (pp.107-127). Barcelona: Gedisa.
- García, M. (2012). *iPad Design Lab*. Kindle Edition. Nova Iorque: North Light.
- Gomes, I. (org) (2011). *Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo*. Salvador: EDUFBA.
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión*. Quito: Intiyan.
- Herreros, C. (2003). *Información Televisiva*. Madrid: Síntesis.
- Jenkins, H.; Ford, S. & Green, J. (2013). *Spreadable Media*. New York: New York University.
- Jespers, J.-J. (1998). *Jornalismo televisivo*. Coimbra: Minerva.
- Machado, E. (2000). *La estructura de la noticia en las redes digitales*. Tese de Doutorado em Jornalismo e Ciências da Comunicação. Universidade Autônoma de Barcelona. Orient.: Miquel Alsina.
- Masip, P. (2008). *Internet a les redaccions*. Barcelona: Trípodos.
- Orihuela, J. (org) (2012). *80 claves sobre el futuro del periodismo*. Madrid: Anaya Multimedia.

- Palacios, M. & Cunha, R. (2012). A taticidade em dispositivos móveis. *Contemporânea*, 3, 668-685.
- Peralta, M. (2005). *Teleinformatius*. Barcelona: Trípodos.
- Porto, D. & Flores, J. (2012). *Periodismo Transmedia*. Madri: Fragua.
- Poynter (2013). *EyeTrack: tablet research*. Disponível em <http://migre.me/dLjYU>. Acesso em 14.03.2013.
- Serra, P. (2011). La confusión entre información y publicidad. In J. Villegas (ed), *Actas del I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación* (pp.548-560). Edufora: Sevilla.
- Sodré, M. (2009). *A Narração do Fato*. Petrópolis: Vozes.
- Traquina, N. (2008). *Teorias do Jornalismo*. Vol II. Florianópolis: Insular.
- Valentini, E. (2012). *Dalle gazzette all'iPad*. Itália: Mondadori Università.
- Vizeu, A. (2005). *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra.
- Wolf, M. (1999). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.

#### **OUTRAS REFERÊNCIAS**

- Newseum (2012). *War Reporting & Technology*. Disponível em <http://www.newseum.org/warstories/index.htm>. Acesso em 21.07.2012.
- Pew Research Center (2012). Project for Excellence in Journalism. *YouTube & News*. Disponível em [http://www.journalism.org/analysis\\_report/youtube\\_news#\\_ftnref4](http://www.journalism.org/analysis_report/youtube_news#_ftnref4). Acesso em 16.07.2012.



## O Expresso e o Público, conteúdos pagos e respetivas aplicações<sup>1</sup>

NUNO RICARDO FERNANDES

nrfernandes@gmail.com  
*Universidade da Beira Interior*

### Resumo

Num momento em que a queda do número de vendas dos jornais no seu formato tradicional continua a registar uma clara erosão, a imprensa portuguesa aposta nas assinaturas digitais como forma de combater essa erosão, não obstante a circulação digital é ainda residual.

Neste momento a aposta é mais forte em dois jornais: um semanário é o jornal Expresso, do grupo *Impresa*, e o diário é o jornal Público. Interessa pois perceber o posicionamento destes dois jornais quanto aos conteúdos informativos distribuídos para *tablet* e de que forma estes estão a ser aproveitados tendo em conta as potencialidades dos dispositivos móveis e observando como se processa a convergência.

**Palavras-Chave:** Expresso; Público; tablet; conteúdos

---

### INTRODUÇÃO

Desde o início da digitalização da imprensa alterou-se, de forma profunda, a forma como se produzem e distribuem as notícias. No presente o desafio passa pelo acesso a notícias a partir de *tablets*, o qual está a aumentar em todo o mundo, proporcionando várias questões e algumas respostas.

A imprensa no momento debate-se com a diminuição das receitas publicitárias e a perda do número de leitores e a erosão do número de vendas.

Em Portugal os dados da *Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação* apresentaram ao longo de 2013 uma quebra contínua e acentuada no que diz respeito às vendas em banca ou por assinatura tradicional.

Outro dado importante é relativo ao número de vendas de edições digitais, apesar destes números serem ainda ténues indicam porém um crescimento. Apesar do aumento registado os números não fazem no presente face à diminuição do número de jornais vendidos em banca.

No caso particular dos dois jornais que vamos abordar, o semanário Expresso, do grupo *Impresa*, e o diário Público, os números das vendas digitais indicam que o primeiro vende cerca de 7 mil edições e o segundo atinge as 4 mil edições.

O posicionamento e a aposta neste mercado é clara nestes dois jornais. No caso do semanário Expresso a aposta é clara e representa neste momento cerca de 10% da sua circulação. De acordo com o seu fundador Francisco Pinto Balsemão, será um eixo central da marca Expresso, o qual está patente no *Plano Estratégico da*

---

<sup>1</sup> Trabalho em desenvolvimento



*Imprensa 2014-2016*. A aposta “será visível durante o primeiro semestre de 2014, com um grande reforço da oferta *online* e, sobretudo, com o lançamento de uma edição diária do Expresso, de segunda a sexta-feira, disponível para os assinantes digitais”<sup>2</sup>.

Na imprensa portuguesa há a consciência de que existe mercado, sobretudo num momento em que se anunciam projetos como o Expresso Diário, do grupo Imprensa, que irá complementar a sua edição tradicional e ao mesmo tempo concorrer com o jornal Público, ou outros casos como o Observador, projeto que assume uma natureza digital, mas do qual pouco mais se sabe.

Porém para entrar no mercado das vendas digitais não basta praticar *shovel-ware* para potenciar o mercado digital sendo necessário compreender o mercado e as possibilidades existentes.

Não esquecendo no entanto que os dados estatísticos fornecidos pela *PORDATA*<sup>3</sup> relativos a tiragens e a circulação reforçam uma queda acentuada no que diz respeito ao número de exemplares vendidos, o ano de 2010 registou 337 mil exemplares o que significa que em uma década de permanente a imprensa viveu numa constante erosão de menos 131 mil exemplares e no qual entre outros aspectos o desenvolvimento dos respectivos *sites* teve uma clara influência.

#### **AS TRANSFORMAÇÕES NA IMPRENSA COM OS TABLET**

A imprensa tem vivido num contexto de crise desde o surgimento das edições *online* perante as quais nunca conseguiu encontrar uma resposta no que diz respeito à sustentabilidade económica, ao qual se aliou nos últimos anos à quebra de vendas e à diminuição das receitas obtidas no campo publicitário.

Ao longo de 2013 entre vendas em banca, assinaturas tradicionais, ofertas e vendas em bloco, os dados do indicam que o diário Público vendeu cerca de 24693 jornais e o semanário Expresso 88646 jornais.

Os dados relativos às vendas de assinaturas digitais nestes dois jornais são positivas.

Atendendo que a partir do *tablet* os leitores interagem através do tacto a conteúdos multimediáticos como texto, infografias, vídeos, áudios ou jogos (Canavilhas: 2012; Cunha & Palácios: 2012), além de poderem ser também utilizados com outros propósitos que podem ir do profissional ao mero entretenimento.

Apesar de apresentar características habituais do ciberjornalismo os *tablets* possibilitam mutações na forma como os conteúdos informativos são consumidos e também na forma como estes são distribuídos para o público.

Se até ao desenvolvimento das edições *online* a imprensa sempre se pautou por uma narrativa linear, com a internet acrescentou alterações e abriu espaço para o ciberjornalismo e para o aproveitamento do multimédia assistindo-se à introdução

<sup>2</sup> Francisco Pinto Balsemão, “O Futuro do jornalismo e o jornalismo do futuro”, Jornal Expresso, nº2149, Caderno de Economia, 4 de janeiro de 2014, edição *iPad*.

<sup>3</sup> <http://www.pordata.pt>

de alterações narrativas. Alterações que também podem ser aprofundadas através das edições digitais para *tablets*, apesar de “las audiencias deciden qué, cómo, cuándo y dónde van a consumir la información.” (Cabrera Gonzalez, 2009: 171) porém o iPad “has in turn been identified in the newspaper industry as the best means to address the “perfect storm” of rapid technological change, new competitors, more fickle consumers and footloose advertisers, and challenges to established business models and production and service delivery processes” (Flew, 2010: 5).

No que diz respeito ao jornalismo as aplicações permitem um acesso que pode ir para além da apresentação tradicional. Isto é, podem permitir a existência de narrativas dinâmicas que aliem o vídeo, o texto, o áudio e a infografia. Permitindo desta forma ao utilizador da aplicação a interação com a informação e o aprofundamento relativo ao acontecimento, tudo através da interatividade proporcionada pelo tacto atendendo a interação que o utilizador por efetuar como “folhear” páginas, permitindo uma experiência aproximada do jornal impresso, e o acesso a conteúdos com características digitais, ou seja “estima-se que seja proposital levar os códigos do jornal impresso para o digital, é uma forma de “educar” o leitor no novo meio e fazê-lo entender esse veículo de comunicação como um novo modelo de jornal.” (Forletto, 2010: 89).

Oficialmente os primeiros *tablets* só foram comercializados em Portugal no final de novembro de 2010 e a partir desse momento o mercado desenvolveu-se até aos dias de hoje com o grupo Imprensa, através do Expresso mas também da Visão, e o Público se destacaram no seio da imprensa nacional.

### **OS CONTEÚDOS. DO REAPROVEITAMENTO AO CONTEÚDO ESPECÍFICO**

Com os *tablets* o jornalismo encara um profundo desafio no que diz respeito aos conteúdos distribuídos. Isto porque o campo de exploração da interatividade é mais aprofundada e exige-se mais conteúdos multimédia perfeitamente integrados numa narrativa que atenda às “nuevas formas de consumo debido a las características tecnológicas, de usabilidad e interactividad de su formato. Ante este panorama, los medios de comunicación han reaccionado con incertidumbre, en parte, debido al desconocimiento de varios aspectos: la experiencia real del usuario, la adaptación del diseño a cada dispositivo, los modelos de negocio, y los consumos de contenidos digitales de noticias y entretenimiento” (Cabrera González, 2011: 1).

Com os dispositivos móveis e com os *tablets* os consumidores estão a aderir no entanto cada vez mais ao digital devido em parte às *app* “which make it easy to find and download magazines and other publications, that acceleration is likely to continue” (Mitchell, 2012: 1).

A aposta que está a ser feita por todos os meios de comunicação social e em particular pela imprensa permite não só a difusão dos conteúdos para os *tablets*, mas também permite aos jornais e revistas um reforço da sua marca.

O desafio passa sobretudo por apresentar conteúdos que não só aproveitem as características dos *tablets* e por consequência acrescentem valor para o público, justificando assim a existência de um mercado de venda de assinaturas digitais.

No ano de 2011 o *Reynolds Journalism Institute* (RJI) apresentou um estudo de um período relativo ao verão-outono e no qual entre outras conclusões realçou que a existência de redes wi-fi em casa e na rua potenciava o mercado de app e o aumento do consumo de informação, algo que em 91% dos casos ocorreriam, desde que os conteúdos oferecidos através das app fossem bem desenvolvidos e aprofundados, permitindo assim uma leitura completa dos principais acontecimentos. Já os “*The State of the News Media*” de 2013 assinalou o aumento do consumo de notícias a partir de tablet, algo que já tinha sido registado nos anteriores estudos de 2011 e 2012.

Existem no momento três tipos de conteúdos jornalísticos acessíveis através do *iPad*: a versão *web* do jornal, a qual é acessível ou através de uma *app* ou via *web browser* embora adaptada para *tablets*; um jornal em versão *pdf*, embora enriquecido com alguns conteúdos multimédia e com alguma interatividade; e, finalmente, uma versão criada especificamente para *tablets*, com um design próprio e conteúdos exclusivos (Nozal Cantarero, 2012: 640), já Canavilhas (2013) aponta para a existência o: modelo suporte, no qual o *tablet* é uma mera plataforma e serve apenas para ler a edição *pdf*; o modelo agência, composto sobretudo por conteúdos de última hora e pouco desenvolvidos; o modelo complemento, com atualização de notícias e conteúdos multimédia; o modelo nativo, que é uma versão evoluída do anterior modelo mas sem ligação a um meio tradicional já existente.

Todavia o posicionamento da imprensa portuguesa nos *tablet*, apesar de tudo, é claramente tradicional no que diz respeito aos conteúdos pagos, o que na verdade “rompe com a velocidade de atualização comum ao ambiente *online*, com a característica da atualização contínua. Seu conteúdo é também o mesmo da versão impressa, com a inclusão de elementos multimídia, como inclusão de fotos ou vídeos, ou infográficos dinâmicos ao produto – ampliando os recursos multimídia no produto” (Cunha, 2009: 3) mas o caminho seguido dita uma abordagem à convergência debate que se iniciou na obra *The Technologies of Freedom*, de Ithiel de Sola Pool e o conceito de “convergência de meios” e a discussão continua até aos dias de hoje. De acordo com Sola Pool o conceito apontava para o esbatimento devido ao desenvolvimento da componente tecnológica de transmissão de conteúdos das fronteiras existentes entre os diferentes meios de comunicação social, mas na verdade a convergência é muito mais do que uma simples evolução tecnológica ou uma simples reorganização, já que obriga a alterações profundas em todas as fases do jornalismo.

Salaverría, García Avilés e Masip (2010) compreendem a convergência tendo em conta quatro dimensões: tecnológica, empresarial, profissional e, finalmente, de conteúdos.

Assim, de acordo com os autores, a dimensão tecnológica é entendida mediante a facilidade com que os diferentes conteúdos são distribuídos através de multiplataformas, sendo uma condição fundamental para a existência de convergência.

Já na perspectiva empresarial o ênfase é colocado nas vantagens no espectro de negócio das diferentes empresas media, nas sinergias que podem ser criadas, e

nos benefícios produtivos em diferentes multiníveis como a produção, a publicidade ou a distribuição. Porém como contra, como os autores sublinham, surgem questões como: a garantia de pluralismo ou posições de domínio informativo. É também fundamental uma sinergia entre as diferentes redações para que a convergência de conteúdos ocorra, sendo devidamente adaptados para as diferentes multiplataformas e beneficiando desta forma os diferentes formatos de divulgação dos conteúdos.

No que concerne à convergência atualmente existente nos tablets o processo introduzido nas empresas de comunicação social portuguesa está a ser utilizado sobretudo para “lidar com os novos fluxos de produção baseados em multiplataformas” (Barbosa, 2012) e em muitos casos os conteúdos apresentados através das aplicações para os tablets não passam de *shovelware*, sem qualquer adaptação do conteúdo ou aproveitamento de outros recursos.

A exploração dos conteúdos informativos nos *tablets* implica no entanto o “desenvolvimento de novas aplicações e novas linguagens adaptadas às características dos suportes e dos públicos” (Canavilhas, 2009: 54). E como destaca Parron (2011) a leitura de um livro é diferente da leitura na internet e neste meio a leitura se pode dividir em leitura linear e leitura não linear, a leitura dos conteúdos informativos em *tablets* é também ela diferente.

#### **AS APLICAÇÕES DO SEMANÁRIO EXPRESSO E DO DIÁRIO PÚBLICO**

As aplicações são pequenos *softwares* que permitem ao utilizador aceder a conteúdos, tanto em modo *online* como *offline*, em dispositivos móveis. Estes, independentemente do sistema operativo, já possuem instaladas de origem diversas aplicações, mas permitem, através de lojas *online*, a instalação de outras aplicações conforme as suas preferências. Estas podem ser pagas ou gratuitas.

No que diz respeito ao atual mercado de aplicações relativas à imprensa portuguesa existem três modalidades ao dispor do consumidor. A aplicação que permite apenas o acesso a conteúdos gratuitos, a aplicação que permite apenas o acesso a conteúdos pagos e a aplicação que permite o acesso a conteúdos pagos e gratuitos.

No caso da imprensa portuguesa a aposta foi clara. Consideramos porém que por um lado foi uma resposta à atuação da concorrência e à necessidade clara de também estarem disponíveis no mercado dos dispositivos móveis, nomeadamente dos *tablets*, mas também é uma forma de acrescentar valor e diferenciação e captar receitas através de assinaturas digitais. As *app* atuais da imprensa portuguesa permitem a duas de três formas de acesso: o híbrido, na qual o utilizador acede a conteúdos gratuitos e em formato *e-papper*; o acesso gratuito, ao qual acede a conteúdos em tudo idênticos aos oferecidos no *site*; e o acesso a conteúdos exclusivos e pagos algo que ainda não sucede em Portugal.

Como observamos anteriormente o semanário Expresso e o diário Público estão disponíveis através de aplicações pagas. Importa pois perceber como é o seu posicionamento. Porém realçamos que os respectivos concorrentes também o estão, embora apresentando opções de acesso diversas.

No que diz respeito à aplicação do semanário Expresso<sup>4</sup> permite o acesso a diferentes edições do semanário e aos respetivos cadernos (Expresso, Economia) e revistas (Revista Única, Atual, Caderno Emprego), além do acesso a cadernos especiais, apenas com uma assinatura. O modelo é claramente tradicional embora apresente algumas diferenças relativamente à versão impressa. As principais diferenças encontram-se sobretudo na forma como a organização dos conteúdos se apresenta ou a forma como estes se interligam.

Se no caderno Principal e no caderno de Economia deste semanário os conteúdos são quase sempre idênticos à edição tradicional, apesar de em algumas situações esporádicas a edição *iPad* já apresentar algumas infografias interativas registamos contudo que as mudanças mais profundas surgem nos conteúdos da Revista Única. Aqui é possível ao leitor o acesso a mais informação e é-lhe dada uma maior oportunidade de contextualizar e aprofundar os seus conhecimentos através de vídeos, no caso das entrevistas ou reportagens, infografias ou foto-galerias. Porém no caso dos vídeos é necessário por vezes estar ligado por *wi-fi* ou através de uma subscrição de internet estar conectado à rede para aceder aos vídeos referidos, já que o seu tamanho tornaria o *download* da edição do jornal demasiado pesada.

A partir da página principal do semanário é possível aceder aos conteúdos selecionados, algo que também sucede no menu das diferentes editoriais.

O Expresso oferece um modelo complemento sobretudo no que diz respeito a conteúdos multimédia, os quais permitem alguma interação com os conteúdos.

Em dezembro de 2010 o jornal Público<sup>5</sup> tornou-se o primeiro jornal diário nacional a estar acessível através de uma aplicação para *iPad*. A sua aplicação apresenta algumas características diversas do posicionamento da sua congénere do semanário Expresso. Por exemplo o caderno *ípsilon* possui uma aplicação autónoma o que implica consequentemente um custo acrescido para o leitor do jornal caso a pretenda ler.

Embora a aplicação deste diário tenha registado algumas mudanças e também algumas melhorias, ao longo do último ano, a forma de apresentação dos conteúdos na sua essência continua a ser idêntica. Por um lado é possível aceder à edição do jornal do dia em formato *e-papper* e respetivos cadernos com exceção do *ípsilon*. O jornal em formato *e-papper* permite ao leitor folhear, aumentar ou guardar, para uma leitura sem necessidade uma ligação à rede, a edição do dia do Público, sem qualquer conteúdo multimédia a ele agregado.

O leitor consegue também aceder à edição *online* para *iPad* do Público, mas os conteúdos são em tudo idênticos aos presentes no *site* deste diário, com ligeiras diferenças no que diz respeito à configuração da disposição dos conteúdos ou ao tamanho, por exemplo, dos vídeos inseridos na notícia de forma a contextualizar.

Uma das mudanças ocorridas na aplicação deste jornal foi a inserção da área de multimédia até então inexistente. No que diz respeito à atualização dos conteúdos

<sup>4</sup> O assinante do jornal Expresso pode optar por uma assinatura avulso por 2,39 euros ou anual por 69,99 euros.

<sup>5</sup> O assinante do jornal Público pode optar por uma assinatura mensal por 9,99 euros, existindo outras modalidades como trimestrais, anuais e de ano e meio.

gratuitos a *app* do Público é neste sentido alterada ao longo de quase todo o dia embora se registre uma natural quebra neste processo no período das horas noturnas. Porém, temos de o sublinhar, as atualizações correspondem quase sempre às atualizações que ocorrem na edição *web* deste diário português.

O *ípsilon*<sup>6</sup> é comprado à parte do jornal ao contrário do que ocorre na venda em banca. Esta compra é feita através da *App Store*. Os conteúdos relativamente à edição tradicional sofrem pequenas alterações em termos de mancha gráfica, mas são, tal como no caso da Revista, acompanhados de conteúdos multimédia.

A aplicação do *ípsilon* a partir da capa, com um simples toque num dos títulos, é possível aceder ao conteúdo selecionado.

Toda a navegação é extremamente simples, permitindo através de simples toques avançar pelos diferentes conteúdos ou caso se opte pela utilização da barra de navegação aceder aos conteúdos pretendidos.

Os conteúdos multimédia estão também disponíveis através de toques e a partir dos quais se pode ouvir música, assistir aos diversos vídeos, ou aceder às diferentes foto-galerias.

No que diz respeito à funcionalidade e navegação a *app* do Expresso utiliza as mesmas opções sendo também extremamente intuitiva.

A *app* do Público também é um modelo complemento, já que para além da leitura do jornal em formato *e-papper*, existe a possibilidade de aceder a notícias que são atualizadas ao longo do dia e com conteúdos multimédia.

## CONCLUSÃO

A aposta no momento está a traduzir-se no aumento do número de assinaturas digitais. Apesar disso o produto oferecido não é muito diferente daquele que é oferecido nas respectivas edições tradicionais apesar de naturalmente oferecerem alguns conteúdos multimédia, que não só aprofundam e contextualizam os acontecimentos. Das três modalidades existentes estes dois jornais apostam no acesso a conteúdos pagos, oferecendo um acesso híbrido no caso do Público e o acesso a conteúdos pagos no caso do Expresso.

No que diz respeito à linguagem dos conteúdos oferecidos ainda não detetamos grandes diferenças relativamente aos conteúdos oferecidos nas edições tradicionais ou nos *sites* dos respetivos jornais, porém é algo que é facilmente compreendido numa perspectiva de convergência empresarial e profissional, num momento em que se assiste a uma retração do número de jornalistas nas redações, e de conteúdos apesar das adaptações às diferentes multiplataformas tendo em conta as potencialidades do mercado das assinaturas digitais.

De sublinhar que nos parece que os conteúdos apresentados pelo Expresso na Revista Única e Atual e no *ípsilon*, do jornal Público, serem mais contextualizados

<sup>6</sup> O assinante da *app* *Ipsilon* pode subscrever uma edição semanal (0,79 cêntimos), trimestral/12 edições (7,99 euros), semestral/26 edições (15,99 euros) ou anual/52 edições (24,99 euros).



através dos conteúdos multimédia, oferecendo mais ao leitor. A justificação poderá ser encontrada pelas características dos dois produtos, já que se apresentam com características mais ligadas às *soft news*, às reportagens, e aos temas culturais, proporcionando uma leitura mais calma e contextualizada.

As aplicações do jornal Expresso e do jornal Público são uma clara aposta das respectivas empresas num mercado que é emergente apesar de algumas diferenças, como o caso do *ípsilon* que é comprado à parte.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barbosa, S.; Silva, F. F. & Nogueira, L. (2012) Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos em multiplataforma. *10º Encontro Nacional de pesquisadores em Jornalismo*. Disponível em <http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/52>. Acesso em 08.01.2014
- Cabrera González, M. & Bernal Triviño, A. (2011). *Tabletas, Smartphones, Medios Online, Contenidos y Consumos*. Disponível em [http://www.academia.edu/1028791/Tabletas\\_smartphones\\_medios\\_online\\_contenidos\\_y\\_consumos\\_Tabletas\\_smartphones\\_new\\_media\\_online\\_contents\\_and\\_consumptions\\_2011\\_](http://www.academia.edu/1028791/Tabletas_smartphones_medios_online_contenidos_y_consumos_Tabletas_smartphones_new_media_online_contents_and_consumptions_2011_). Acesso em 19.09.2013.
- Cabrera González, M. (2009). La Interactividad de las audiências en entornos de convergencia digital. *Revista Icono*, 14: 164-177.
- Canavilhas, J. (2012). *Contenidos periodísticos en el ecosistema líquido: Entre la convergência y la divergência*. In Fernando Irigaray, Dardo Ceballos e Matias Manna. *Webperiodismo en un ecosistema líquido* (pp. 9-24), Rosario: Laborde Libros Editor
- Canavilhas, J. & Satuff, I. (2013). *Jornalismo em transição: do papel para o tablet... ao final da tarde*. In António Fidalgo; João Canavilhas (Org.). *Comunicação Digital – 10 anos de investigação*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Cunha, R. & Palácios, M. (2012). A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. *Revista Contemporânea, Comunicação e Cultura*, 10 (3)
- Cunha, R. (2011). Clicar, arrastar, girar: o conceito de interatividade em revistas para iPad. In *SBPior – Associação de Pesquisadores em Jornalismo, 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*.
- Flew, T. (2010). What will the Apple iPad deliver for newspapers?. *Communications Policy and Research Forum 2010*: 90-99
- Furlanetto, M. (2010). Uma investigação dos jornais brasileiros que estão disponibilizando seu conteúdo nos e-reader's e tablet's. Disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/31393>
- Mitchell, A. (2012). *Magazines: Are Hopes for tablets Overdone? The State of the news media 2012*. *Anual Reporto n American Journalism*, The Pew Research Center's for Excellence in Journalism
- Micó, J.; Masip, P.; Barbosa, S. (2009). Modelos de convergência empresarial na indústria da informação: um maepamento de casos no Brasil e na Espanha. *Brazilian Journalism Research*, 2: 1-10.
- Nielsen, R. K. (2012). *Ten Years that Shook the Media World - Big Questions and Big Trends in International Media Developments*. University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism
- Nozal Cantarero, T. & Neira González, A. (2012). La interactividad en las aplicaciones periodísticas para iPad italianas y españolas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18: 639-648.

Parron, R. (2011). O Consumo de Informações na Era da Mobilidade. *Thesis*, 16: 65-83.

Salaverría, R.; García Avilés, J. A. & Masip, P. (2008). La convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa. Disponível em <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/134.pdf>. Acesso em 19.06.2012

Sola Pool, I. (1983). *Technologies of Freedom*. Massachusetts and London: The Belknap Press of Harvard University Press Cambridge.

## Democracia em tempos de redes sociais: a possibilidade de um novo espaço público

LUIZ RICARDO GOULART HÜTTNER & EDUARDA SCHNEIDER LEMES

luizricardohuttner@gmail.com; eduarda.lemes@hotmail.com  
*Universidade Federal de Pelotas*

### Resumo

Recentemente, durante as manifestações populares que tomaram o Brasil, foi através das redes sociais que diferentes informações tiveram espaço de divulgação e articularam movimentos que mobilizaram pessoas para sair às ruas e fazer reivindicações. Apesar de considerar-se a instabilidade das pautas de reivindicação e a organização dos eventos, a Internet agrupou pessoas que discutiram sobre uma situação pública e possibilitaram que diferentes pontos de vista estivessem grande mídia. O presente trabalho visa, portanto, pesquisar a legitimação das redes sociais como um novo espaço público para o exercício da democracia e da atuação das novas mídias no agendamento das pautas dos meios de comunicação de massa através da análise das redes sociais durante o período de manifestações.

**Palavras-Chave:** Conversão; espaço público; Facebook; redes sociais

---

### INTRODUÇÃO

Na atualidade, o crescente número de redes sociais e a facilidade de se tornar um usuário da rede, fazem com que um novo espaço se crie. Um espaço que poderia ser considerado público, pois é acessível a grande parte da população. Nestes espaços é possível opinar, sugerir mudanças, curtir, comentar, compartilhar informações. As redes sociais configuram, hoje, um lugar para se expressar, e, de alguma forma, ser ouvido pelos demais.

Por espaços públicos de participação democrática entende-se o lugar emblemático de troca de ideias e informações que levem à formação da opinião pública. Segundo Habermas, “trata-se de um espaço simbólico, no qual se opõem e se respondem os discursos, na sua maioria contraditórios, dos agentes políticos, sociais, religiosos, culturais e intelectuais, que constituem uma sociedade” (Habermas cit. em Wolton, 2004: 511). Um espaço que pressupõe o debate crítico e democrático acerca de temas comuns à sociedade, onde se pretende favorecer o diálogo, visando a busca pelo estreitamento das relações entre a sociedade civil e o Estado.

O conceito de democracia, criado na Grécia Antiga, é um sistema em que o povo tem o poder de participar da política, fazendo isso através do voto. Um dos princípios básicos da democracia é a liberdade de expressão de um povo. Carolina Matos, na obra *Jornalismo e Política Democrática no Brasil*, diz que:

[...] a democracia deve ser entendida como a expansão dos direitos políticos para um grupo maior de pessoas, fora a liberdade dada aos cidadãos para participar

da vida política e investigar o poder, para assegurar que este seja usado a favor do interesse público. A democratização de uma dada sociedade, ou o seu desenvolvimento democrático, pode ser entendida como construída pela ocupação de novos espaços políticos e sociais por novos grupos e por seus valores/ideias (Matos, 2008: 12).

Entendendo a comunicação na óptica de Dominique Wolton (Wolton, 2004: 197) como sendo a condição de funcionamento da democracia, diversos espaços públicos se consolidam através dos meios de comunicação. Porém, com a dissonância quanto ao conteúdo veiculado nos meios de massa e a tomada de conhecimento que a população adquire acerca dos meios a cada dia na Internet, um novo espaço vem se consolidando e mostrando suas características quanto possibilidade de meio para o exercício democrático da cidadania.

### **O ESPAÇO PÚBLICO E O EXERCÍCIO DEMOCRÁTICO NA INTERNET**

A Internet e as novas tecnologias de comunicação que, de acordo com Ferreira, em artigo publicado no livro *Teorias da Comunicação*, tratam-se de “meios indutores de mudança organizacional e de novas formas de gestão do tempo, ao procurarem a síntese da retórica textual e visual, promovendo novas modalidades de transmissão e ferramentas de reconstrução social” (Ferreira, 2004: 213), propiciam uma nova forma de interação entre as pessoas, materializando uma nova percepção de cidadania. Os meios de comunicação de massa geralmente possuem uma página na Internet para divulgar e propagar suas informações na rede. Neste contexto, cada vez mais, as mídias alternativas, ganham espaço na blogosfera, aumentando o espectro informativo da população conectada ao mundo cibernético.

Octavio Ianni, em *Príncipe Eletrônico*, percebe as interações na Internet como técnicas sociais que permitem o entendimento acerca da importância das tecnologias na mídia.

Tomados em seu devido tempo e contexto, esse pode ser o caso do telefone, telégrafo, rádio, cinema, televisão, computador, fax, correio eletrônico, internet, ciberespaço e outras inovações e combinações de tecnologias eletrônicas, informáticas e cibernéticas. São organizadas, mobilizadas, dinamizadas e generalizadas como técnicas de comunicação, informação, propaganda, entretenimento, mobilização e indução de correntes de opinião pública, mitificação ou satanização de eventos, figuras, partidos, movimentos e correntes de opinião, colaborando mais ou menos decisivamente na invenção de heróis ou demônios, bem como na fabricação de democracias ou tiranias (Ianni, 1999: 20).

A população, utilizando-se da infinidade de conteúdo veiculado, opina, comenta, difunde e interage com os meios e entre si, fazendo uso das características que a rede oferece para produzir, divulgar e conectar conteúdos, promovendo trocas e interconectividade entre pessoas de diferentes lugares e diferentes culturas, legitimando a rede como um novo espaço para o debate e para a troca de ideias.

Com a popularização da internet, e, principalmente, das redes sociais, ela se torna um ambiente propício para a difusão de informações ao cidadão. Surge um

espaço alternativo às mídias de comunicação de massa, um espaço mais acessível, onde é possível estar informado sobre o que acontece no mundo. Na internet, cria-se então a democracia digital, como afirma Wilson Gomes:

democracia digital usualmente se faz referência a um montante de experiências, iniciativas e práticas políticas que guardam relação com a ideia ou as instituições da democracia, na medida em que tais experiências, iniciativas e práticas se apoiam em dispositivos, ferramentas e recursos típicos das tecnologias digitais de comunicação e informação, principalmente nos relacionados à internet (Gomes, 2010: 242).

Os novos dispositivos fazem a informação chegar aos mais variados lugares no menor tempo possível. Agora existe uma nova potencialização da liberdade de expressão. É a ciberdemocracia. Nela, o indivíduo é mais livre. Nesta configuração, a democracia não só diz que os direitos são iguais, mais do que isso, ela encoraja o pensamento coletivo.

Um dos principais fundamentos da ciberdemocracia é que todos podem expressar suas opiniões, sem intermediários, sem ter pauta decidida por editores ou por colunas disponíveis ou por tempo de exposição. Todos podem manifestar opiniões. Esta pode ser mais ou menos relevante, mas não deixa de ser um espaço de difusão de opiniões. Como diz Pierre Lévy, esta

[...] espantosa disponibilidade das informações, de toda a espécie, respeitantes à vida política, assim como o frequentar de fóruns de discussão civilizados e bem organizados, tornam o debate político cada vez mais 'transparente' e preparam uma nova era de diálogo político que conduz a democracia a um estágio superior: a ciberdemocracia (Lévy, 2003: 124).

Recentemente, durante as manifestações que tomaram o país, foi através da Internet que diferentes informações tiveram amplo espaço de divulgação e articularam movimentos que mobilizaram pessoas para sair às ruas e fazer reivindicações. Apesar de considerar-se a instabilidade das pautas de reivindicação e a organização dos eventos que tomaram as cidades, a Internet agrupou pessoas que discutiram sobre uma situação pública e possibilitaram que diferentes pontos de vista fossem disseminados pela grande mídia.

### **A POSSIBILIDADE DE UM ESPAÇO PÚBLICO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS**

A comunicação e as diversas vertentes que possui são dotadas de espaços públicos que podem favorecer o exercício democrático em diferentes proporções. Foi com o advento dos primeiros jornais que o espaço público se transferiu das praças, como as Ágoras gregas, dos Fóruns, como se caracterizava na Antiga Roma, e dos cafés, o espaço público moderno, para a imprensa. De acordo com Habermas, segundo Sousa, o espaço público

corresponde ao espaço onde se formam as opiniões e as decisões políticas e onde se legitima o exercício do poder. É o espaço do debate e do uso público da razão argumentativa. Concretizava-se, inicialmente, na vida social, nos debates racionais sobre política, economia, assuntos militares, literatura e artes que

ocorriam nos cafés, clubes e salões, bem ao gosto do espírito iluminista. Era um espaço público “físico”, à semelhança do fórum romano e da ágora grega. Porém, a explosão da imprensa transferiu para os jornais e revistas os debates que anteriormente se desenvolviam nesses lugares. A imprensa tornou-se, assim, a primeira grande instância mediadora na configuração do espaço público moderno, um espaço público mais “imaterial” e “simbólico”. (Habermas, cit. em Sousa: 90).

Na Internet, a afirmativa não se faz diversa. Partindo do pressuposto de que o cidadão deve estar bem informado acerca das questões que envolvem o país e, em específico a sua comunidade de vivências, para que possa exercer plenamente sua função democrática de reger seu território através de uma figura instituída pelo voto, entende-se a relevância social e política do espaço público na contemporaneidade.

Com o propagação da Internet e a migração dos meios de comunicação para a rede, os debates foram possibilitados de forma mais direta, seguindo a linha do *feedback* para o veículo de comunicação e das comunidades virtuais, que se unem por afinidade a certo tema. A sociedade civil, como constatado através de pesquisa para o presente artigo, se utiliza cada vez mais das redes sociais, o mesmo espaço de lazer, para se manifestar acerca dos acontecimentos cotidianos veiculados pela mídia ou não. Para Rousiley Maia

A internet estende o diálogo e a troca de argumentos para além dos encontros face-a-face. Particularmente em fóruns de natureza crítica – listas de discussão, grupos políticos, fóruns virtuais, etc. – os indivíduos têm a oportunidade de apresentar suas inquietudes, negociar seus entendimentos e trocar argumentos, promovendo uma “batalha de idéias” on line (Maia, 2008: 120).

A interatividade, há poucos anos, era vista apenas como a capacidade de escolha do cidadão consumidor de conteúdo jornalístico frente ao site de algum veículo de comunicação na Internet. A grande mudança na recepção do conteúdo era a possibilidade de o leitor de webjornalismo poder optar pelas informações que gostaria de obter, seja através do tema, redator, veículo de informação ou da flexibilidade que a Internet como arquivo de notícias permite. Com as redes sociais essa situação já não é mais a mesma. A partir do momento em que através de seu próprio perfil o leitor consegue expressar opinião, comentar notícias e compartilhar informações praticamente em tempo real, as características da web permitem mais do que apenas o poder de escolha.

Alex Primo e Marcelo Träsel (2006) definem dois níveis de interação. A interação reativa e a interação mútua. Na primeira, o simples processo de navegação numa página da Web já pode ser considerado uma interação. Nesse sistema de interação, há certa interatividade, mas as trocas que ocorrem são pré-determinada no par ação-reação. A navegação hipertextual e enquetes, são o que bastam para um periódico promover o que se considera uma “interatividade”. Na reação mútua, o processo interativo é negociado entre os participantes da rede. Chegando ao ponto de uma ampla e irrestrita redação e edição por parte de qualquer pessoa que tenha acesso à rede.

O que é perceptível entre os veículos de comunicação brasileiros que já estão na rede é que fazem o uso das possibilidades geradas pelos recursos da web 2.0, como



espaço para comentários, recomendação de conteúdo e compartilhamento de informações. Lemos (2009) afirma que não há mais um emissor e um receptor da informação, o que acontece agora se aproxima mais de uma conversa do que uma recepção.

Nesse contexto, as redes sociais emergem como uma forma mais facilitada de receber e propagar a informação, de ser visto e poder ver. Os fóruns de discussão, propostos pelos grandes veículos em suas páginas oficiais na web são menos atrativos do que suas páginas no Facebook, pois nos fóruns de discussão há outros fatores que causam a dificuldade no fluxo da troca de informação. Nesses espaços é preciso o cadastro com nome, *email*, *nickname*, o que dificulta o usuário a expressar sua opinião, além do que naquele espaço há a mediação de um editor, que seleciona e filtra o que será ou não publicado em determinado fórum.

A facilidade que o Facebook trouxe é infinitamente maior do que o espaço limitado nos fóruns de discussão. Hoje, esta rede social conta com mais de um bilhão de usuários, sendo 73 milhões somente no Brasil. O cadastro para ter acesso a esta rede social é simples, rápido e gratuito, o que agradou o consumidor brasileiro. Os grandes veículos de comunicação, vendo a crescente utilização dessa ferramenta, se inseriram rápido nesse novo contexto, criando e mantendo suas páginas no site. Através das páginas é possível postar texto, *links*, fotos, gráficos, além das opções para curtir, compartilhar e, principalmente, a opção de comentar o que é postado, além de poder responder usuários nos seus próprios comentários.

#### **AS MANIFESTAÇÕES NAS REDES SOCIAIS: TERRENO PARA PAUTAR A GRANDE MÍDIA**

Depois das mobilizações que aconteceram nos meses de junho e julho de 2013, que começaram e se difundiram através da internet, mudaram também os hábitos de consumo e de interação dos usuários das redes sociais. Agora, este usuário, antes apenas um receptor das informações, despertou para o poder que as redes sociais podem ter como um espaço público e democrático de mobilização.

#### **ANÁLISE DO PERFIL ESTADÃO**

##### *O ESTADÃO*

O Estado de São Paulo, um dos jornais mais influentes e de maior circulação no país teve sua fundação no dia 4 de janeiro de 1875, com o nome A província de S. Paulo, até o ano de 1900, quando passou a ter sua atual designação. No ano de 2000 ocorreu a fusão entre três sites (Agência Estado, O Estado de S. Paulo e Jornal da Tarde) que resultaram no portal estadão.com.br, um portal noticioso em tempo real, chegando já no ano de 2003 a marca de um milhão de visitantes por mês. No dia 5 de abril, o portal aderiu à rede social Facebook. Desde então, a página conta com mais de 750 mil curtidas.

O Estadão passou pelas três diferentes fases do webjornalismo. Primo e Träsel (2006) classificam essas três etapas, ou fases, como sendo,

A primeira geração é a da transposição do modelo do impresso para as redes digitais. As notícias seguem o padrão de texto e diagramação do jornal tradicional, agregando poucos recursos para a interação com o leitor, em geral apenas e-mail e um menu de navegação, mas também fóruns e enquetes. Na segunda geração, alguns elementos específicos da Web passam a ser agregados à notícia online, embora esta continue seguindo o padrão de texto da edição impressa. Porém, passa-se a oferecer recursos de hipermídia, lista de últimas notícias e matérias relacionadas, bem como material exclusivo para a versão online. Já na terceira geração as publicações online incorporaram a hipermídia à produção do texto, aprofundando a hipertextualidade e a multimodalidade permitidas pela convergência das mídias digitais (Primo & Träsel, 2006: 7).

Nesta análise, foi feito um recorte de três postagens do perfil oficial do Estadão no Facebook, antes, durante e depois das grandes mobilizações que pararam o Brasil por alguns dias.

Foram analisadas três postagens da *fan page* do Estadão. Uma antes, uma durante e outra depois das grandes manifestações que ocorrerão em junho/julho/agosto de 2013. A análise procurou ver a relevância, quantidade e profundidade dos comentários postados pelos interagentes da rede social Facebook. Optou-se por esse esquema para analisar a mudança efetiva do comportamento dos usuários desse site de relacionamento.

#### **RECORTE DAS POSTAGENS**

Uma das vantagens da conversação através dos comentários no Facebook é a conversação assíncrona, ou seja, uma conversação em que não é necessário estar online o tempo todo para estar ciente do que se passa, já que é possível postar a qualquer momento, mesmo que o assunto principal da postagem já seja diferente do início da conversa. Os atores podem não ser os mesmos, mas o ambiente é propício para a conversação entre muitos interagentes, que não necessitam estar mediando a conversa.

A conversação assíncrona, assim, acontece porque o ambiente registra as mensagens e as representações, permitindo que indivíduos que visitem o ambiente em momentos diferentes possam dar continuidade à conversação. A copresença, assim, não acontece apenas quando os indivíduos estão sincronizados na mesma ferramenta ao mesmo tempo mas, igualmente, quando estes estão acessando a conversação em tempos diferentes. Ou seja, o que permanece é o ambiente da conversação, e não os interagentes (Recuero, 2012: 54).

Nas conversações mediadas por computador (CMC), todo o processo é negociado entre os atores envolvidos, segundo Recuero,

Embora o ciberespaço, em princípio, seja um espaço virtual, constituído pelos fluxos de informação e comunicação que circulam pela infraestrutura da comunicação digital (Lévy, 1999), ele é um espaço também constituído e negociado pela participação dos atores através da conversação (Recuero, 2012: 40).

O sistema de comentário no Facebook passou, recentemente, por mudanças. Agora o site organiza os comentários não somente por ordem cronológica, mas

também por critérios de importância, ou seja, aquele comentário mais curtido e mais respondido será o que aparecerá primeiro. Outra possibilidade é a opção do compartilhamento. Através dele, o interagente está repassando para seus contatos uma informação já publicada por outra pessoa ou veículo de comunicação, podendo assim gerar mais comentários, mais interação, mais informação. Assim,

O sistema do Facebook organiza as conversações na medida em que um usuário publica uma informação e os interagentes podem responder à publicação abaixo dela. Contudo, através do recurso de *share*, alguém pode repassar a informação para sua rede, iniciando outra discussão e, ao mesmo tempo, referenciando um outro início (Recuero, 2012: 73).

No dia 15 de maio de 2013, depois de longas sessões de discussão, a Medida Provisória dos Portos teve o seu texto base enviado ao congresso. Um passo importante para muitos estados brasileiros. O Estadão divulgou em seu perfil neste dia a manchete (seguida do link para o site): “Câmara convoca sessão extraordinária para concluir votação da MP dos Portos. Após 18 horas de sessões consecutivas, plenário aprova texto-base, mas falta concluir votação de emendas<sup>7</sup>.” Porém a repercussão de tal acontecimento não se tornou viral na rede, havendo poucos comentários, poucas curtidas e uma quantidade extremamente pequena de compartilhamentos. A postagem recebeu 46 opções curtir, 20 compartilhamentos e apenas 11 comentários. Percebe-se que nesta postagem não há troca de informações entre os interagentes, há apenas comentários de desabafo, como por exemplo:

Ator A: Parece que fazem um favor à Nação.

Ator B: Hora boa para uma negociata.

Ator C: É sempre assim.

Depois da onda de protestos, iniciados através das redes sociais, em especial pelo Facebook, o usuário percebeu que seu comentário, foto, depoimento e sua opinião poderiam, de alguma forma, fazer a diferença. Isso é visível na postagem do veículo feita no dia 17 de junho de 2013. Com o título “SP: Protesto cresce e chega a pelo menos 30 mil manifestantes, segundo contagem da PM<sup>8</sup>”, seguido do link para reportagem completa. Essa postagem recebeu 23.012 opções curtir, 13.863 compartilhamentos e 911 comentários, número muito maior do que as postagens anteriores, relacionadas a questões políticas que poderiam implicar grande impacto social para a vida dos brasileiros.

É possível analisar também que a conversação entre os atores é mais forte e tem mais intensidade. Também é possível notar que a interação se faz muito mais presente e os comentários com profundidade ganham o destaque, como por exemplo:

Ator A: Um bom protesto sem vandalismo seria todo o estádio no próximo jogo do Brasil cantar o hino nacional de costas, levantando mensagens escritas como “Esse protesto não é contra a seleção, mas sim contra a nossa corrupção” teria um efeito mundial imediato potente e sem violência. A Copa das Confederações pode render bons e criativos protestos... Vamos aproveitar a mídia INTERNACIONAL. – 466 opções “curtir” e 27 respostas. Seguindo no mesmo exemplo, podemos perceber que

o ator inicial (ator A), permanece mediando a conversa. Entre muitos comentários sugerindo novas formas de manifestação, apoiando a ideia do ator A, há quem não concorde e expresse isso através da resposta.

Ator B: parabéns excelente idéia, devemos difundir-lá.

Ator C: boicote à copa!!

Ator A: Mas a copa vai mostrar o BRASIL de forma verdadeira e isso fazemos bem somos alegres acolhedores e passamos isso pro mundo. É BOM DEMAIS.

Ator D: UMA PÉSSIMA IDÉIA! A onde foi parar o patriotismo? É assim que vamos receber os convidados? É preciso fazer um movimento contra a corrupção sim! Porém, não podemos esquecer que somos brasileiros e, embora nosso país esteja recheado de parasitas políticos, ladrões, fraudadores etc..., não podemos nos tornar LESA PÁTRIA como eles! Sou contra! Aos nossos visitantes as nossas boas-vindas, o nosso respeito, nosso amor e o nosso patriotismo soberano!

Conforme foi explicitado, o espaço destinado aos comentários serviu para novas ideias, novas sugestões, foi um espaço para a difusão de ideias que ganhou visibilidade na medida em que o comentário do ator A foi curtido centenas de vezes e respondido algumas dezenas de vezes.

Na mesma postagem é possível observar a produção colaborativa e descentralizada de conteúdo, ou seja, pessoas de outras localidades prestando informações sobre o que estava acontecendo em suas cidades, usando os comentários de um grande veículo de comunicação para ganhar maior visibilidade.

Segundo Recuero (2012), citando Bruno (2010), há uma reordenação dos modos de ver na cultura contemporânea do espaço digital. A visibilidade está diretamente relacionada com a presença e com a narrativa da presença. A visibilidade na rede também constitui uma reordenação dos modos de conversar. Para que se possa participar da conversação, é preciso não apenas ser visível, mas também é preciso que a conversação esteja visível. Mais do que ser ouvido, para conversar é preciso também ser visto (Recuero, 2012: 153).

Ou seja, comentar em uma grande página no Facebook (como o Estadão), pode gerar ao ator maior visibilidade, já que restrito ao seu círculo de amigos (no máximo 5 mil), sua opinião poderia não surtir efeito algum.

Depois das grandes manifestações o hábito do internauta mudou. Graças a possibilidade que o usuário viu que pode fazer a diferença, a atuação nas redes sociais não permanece somente no entretenimento. Claro que há espaço para tudo na rede social. Há espaço para a informação, para o entretenimento, para assuntos relevantes e outros nem tanto. Toda a postagem que remeta para as manifestações envolvem diversos atores. Como a postagem do dia 28 de julho de 2013, com o seguinte título: “Onde estão as vozes da rua, que não estou ouvindo?”, ironiza deputado Campos Machado (PTB-SP), autor da PEC 01/13, que tira dos promotores de Justiça o poder de investigar prefeitos, secretários de Estado e deputados estaduais<sup>9</sup>.

Essa postagem obteve 3.853 opções “curtir”, 12.840 compartilhamentos e 1.851 comentários. Classificados por grau de importância e relevância (segundo organiza o Facebook), os principais comentários foram:

Ator A: É neste tipo de idiota que os vândalos tem que atacar. Já que vão vandalizar, que façam direito. – 846 “curtir” – 26 respostas

Ator B: Isso é a prova de que eles não tem medo. Eles nos afrontam!!!! Jogam na cara da população que fazem o que querem, como querem e a gente que se FODA!!!! Temos que continuar indo pra rua até arrancar esse câncer de nosso país!

Ator C: Se ele não esta ouvindo ninguém questionar a PEC dele, é hora de inserir ela na pauta, retirar o poder do ministério de investigar prefeitos e deputados em casos de improbidade é a mesma coisa que dizer para eles roubarem ainda mais e ainda por cima confessar que ninguém poderá fazer nada, se eles não devem, não tem porque temer o Ministério Público.

O recurso da opção de responder aos comentários no Facebook, ajudou muito a organizar as conversas. No comentário que mais recebeu respostas (Ator A), a conversa aconteceu não entre 26 diferentes atores, mas alguns atores que trocaram informações sobre a vida politica do referido deputado, não influenciando, no caso, nos comentários referente a matéria.

A conclusão que se pode chegar é que através do espaço público que a internet tem proporcionado para os cidadãos é possível interferir, opinar e mostrar outras vertentes de uma mesma história. É possível conversar com pessoas que não estão no seu círculo de amigos, mas que tenham uma história para contar. No Facebook o filtro é mais amplo, tudo que é falado é ouvido por alguém, nem que seja por alguns poucos segundos. Não há mais o crivo do selecionador. Há até mesmo a possibilidade do perfil do veículo de comunicação, responder a seus leitores.

O Estadão utiliza desses espaços de comentários também em sua edição impressa. Os comentários mais relevantes sobre algum determinado assunto são integrados na parte impressa do jornal, no espaço destinado ao leitor, o que antes era possível ser feito somente através de carta, e mais recentemente, por *e-mail*.

O Facebook se mostra com mais uma funcionalidade: a de ser um espaço público democrático para o cenário contemporâneo que vivemos, onde o acesso à rede está cada dia mais facilitado, onde as redes sociais estão no cotidiano das pessoas e onde a opinião não está mais nas mãos de poucos.

Assim, Recuero define que a conversação em rede diferenciam-se das demais conversações no espaço digital porque, constituídas dentro das redes sociais online, são capazes de ‘navegar’ pelas conexões dessas redes, espalhando-se por outros grupos sociais e por outros espaços. São conversações que permeiam diversas redes sociais, recebendo interferências e participações de indivíduos que, muitas vezes, não estão sequer conectados aos participantes iniciais do diálogo. São conversações públicas que migram dentro das diversas redes e que, deste modo, interferem nas redes sociais que utilizam as ferramentas. Assim, uma conversação em rede nasce de conversações entre pequenos grupos que vão sendo amplificadas pelas conexões dos atores, adquirindo novos contornos e, por vezes, novos contextos (Recuero, 2012: 123).

Ou seja, não é necessário ser amigo ou ter uma relação próxima para poder comentar, expor sua opinião e para começar uma conversação. Basta estar inserido em uma rede social para poder ser iniciado o processo de conversação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos conceitos de interatividade e conversação em rede, além dos conceitos tradicionais de democracia e espaço público, procurou-se analisar a nova configuração que se encontra a comunicação. Como o leitor se tornou um usuário, um interagente, um ator capaz de refletir e pode opinar sobre os assuntos mais discutidos na atualidade. Um usuário participante, ativo, que não somente absorve uma determinada informação, mas também pode comentar e interagir com outros atores da rede, sem barreiras geográficas e podendo se expressar de uma maneira mais próxima da sua liberdade de expressão.

Através da pesquisa realizada para o presente artigo, foi possível observar que as redes sociais podem sim ter um caráter democrático. Além disso, reforça-se a ideia de que não basta a rede social apenas existir na rede. Para haver a possibilidade de mobilização, é preciso a participação efetiva e profunda dos atores envolvidos. O espaço na rede somente se torna público no momento em que existe o debate e a troca de ideias entre as diversas instancias da sociedade civil.

A forma através da qual as redes sociais serão manejadas depende da sociedade cibernética e do uso que esta quer fazer do novo meio em que obtém informação. Assim como pode promover o diálogo e a troca de argumentos, legitimando as redes sociais como um ambiente propício à crítica e reflexão sobre os temas que forem pauta no debate, a sociedade civil pode levar as redes a não terem alguma diferença efetiva quanto espaço público. Para Maia, o que define a sociedade civil é o que ela faz, como se organiza e se relaciona com outros agentes (Maia, 2008: 114), isso não somente para o ambiente virtual.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ferreira, G. B. (2004). *Teorias da Comunicação*. Corvilhã: UBI
- Gomes, W. (2010). Democracia digital: que democracia?. In L. F. Miguel & F. Biroli (Org.) *Mídia, representação e democracia* (pp. 241-259). São Paulo: HUCITEC.
- Ianni, O. (1999). *O príncipe eletrônico*. São Paulo: Ed. Perspectivas.
- Lemos, A. (2009). Nova Esfera Conversacional. In D. A. Künsch, et al. *Esfera pública, redes e jornalismo* (pp. 9-30). Rio de Janeiro: Faculdade Cásper Líbero.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Lévy, P. (2003). *Ciberdemocracia*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Maia, R.C.M. (2008). *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Ed. Paulus.
- Matos, C. (2008). *Jornalismo e política democrática no Brasil*. São paulo: Publifolha.
- Primo, A. & Träsel, M. (2006). Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. *Contracampo*, 14: 37-56.
- Primo, A. (2007). *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina



Recuero, R. (2012). *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina.

Wolton, D. (2004). *Pensar a comunicação*. Brasília: UnB.

## Marcas do processo de interação: redes sociais e cibercontecimento

ALCIANE NOLIBOS BACCIN

alcianebaccin@gmail.com

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul*

### Resumo

As redes sociais digitais aproximam-se cada vez mais do jornalismo, produzindo e fazendo circular acontecimentos que assumem a fisionomia da própria rede. Acontecimentos que apresentam as marcas das redes sociais digitais são chamados de cibercontecimentos. Conceitos como redes sociais, cibercontecimento e interação são essenciais para pensar a constituição do jornalismo atual. O artigo se propõe a refletir sobre esses conceitos e a analisar um acontecimento que emerge das redes sociais digitais, detectando as marcas de interação que o configuram nesse espaço, onde vários atores interagem no processo comunicacional. Essas marcas deixadas revelam a configuração do cibercontecimento a partir da interação que as redes proporcionam durante o processo.

**Palavras-Chave:** Cibercontecimento; acontecimento jornalístico; redes sociais; interação

---

Desde o desenvolvimento da internet, o jornalismo incorpora as peculiaridades e utiliza as ferramentas do meio para produzir e circular informações. Nesse processo de adaptação às características da rede, vários atores (o público) são incorporados na construção dos acontecimentos jornalísticos. O tema deste artigo tem a ver com a inserção desses vários atores no processo de construção dos acontecimentos no espaço das redes sociais digitais e como se dá essa incorporação dos atores na configuração do cibercontecimento.

O público não só curte, comenta e compartilha acontecimentos. Os atores das redes sociais também provocam acontecimentos que emergem nos sites de redes sociais e o fazem circular, até serem transformados em acontecimentos jornalísticos. Logo, é possível dizer que o público também é agente de agendamento. Parte-se do pressuposto de que há assim uma nova configuração de acontecimento, próprio das redes sociais na internet, que se constitui na sociedade, que proporciona horizontalidade de fluxo na dinâmica de construção do acontecimento jornalístico.

Este artigo se propõe a analisar um acontecimento que emerge das redes sociais digitais para detectar as marcas de interação que configuram o acontecimento nesse espaço, onde vários atores interagem no processo comunicacional. O trabalho ainda faz uma reflexão sobre o conceito de cibercontecimento e visa detectar marcas de interação, que transformam o cibercontecimento em acontecimento jornalístico. O texto reúne questões trabalhadas em artigos anteriores que são pertinentes para a abordagem feita ao longo deste paper.

## REDES SOCIAIS E JORNALISMO

Com o avanço das tecnologias digitais, as redes sociais passaram a fazer parte do cotidiano social como mediadoras de grande parte das interações ocorridas atualmente. Nesse contexto, é essencial destacar as estruturas que formam um site de rede social. É uma estrutura composta de nós (pessoas e organizações) conectados de acordo com as relações que possuem entre si, isto é, trata das conexões entre os indivíduos no ciberespaço (Recuero, 2010). Para Castells (2003), as redes são formas abertas com capacidades ilimitadas de expansão e de integração entre os vários nós, comungando de códigos de comunicação, os quais possibilitem a troca de informações. O autor ainda explica que

o que um nó depende do tipo de redes concretas de que falamos – redes de fluxos. (...) A topologia definida por redes determina que a distância (ou intensidade e frequência da interação) entre dois pontos (ou posições sociais) é menor (ou mais frequente, ou mais intensa), se ambos os pontos forem nós de uma rede do que se não pertencerem à mesma rede (Castells, 1999: 498).

A partir da utilização das redes sociais digitais, pelo jornalismo, a maneira como os acontecimentos emergem na sociedade é reconfigurada. Os que antes eram receptores agora são convidados a ampliar a participação de forma ativa e interativa da construção do acontecimento jornalístico, por meio do envio de vídeos, fotos, narração de experiências e exposição de opiniões. Nas redes sociais o acontecimento é mostrado de forma imediata e, em alguns casos, até antecipam e pautam as mídias tradicionais.

É importante lembrar que, ao longo da história, os meios de comunicação sempre se adaptaram às novas tecnologias. Com o surgimento da prensa de tipos móveis de Gutenberg, a oralidade deixou de ser a única forma de comunicação das sociedades. Já na época do aparecimento do rádio, muitos pregavam o fim do domínio da escrita – o que não aconteceu. O mesmo ocorreu com a difusão da televisão em relação ao rádio. O veículo anterior sempre se adaptou à nova tecnologia que surgia, passando a conviver com as mudanças. Assim também as formas de narrar o acontecimento jornalístico foram se moldando, de acordo com o desenvolvimento dos meios de comunicação (primeiro a imprensa escrita, depois a comunicação radiofônica, logo após o surgimento da televisão, agora as redes sociais) (Mielnickuz & Palácios, 2001).

Com a internet, os meios de comunicação passam por um novo processo de adaptação. O jornalismo sempre mudou em função da tecnologia e dos usos que as pessoas fazem dessa tecnologia, como nos aponta Jenkins, “os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias” (Jenkins, 2009: 41-42). Essa adaptação também está abrindo mais as portas para a participação da audiência na construção das notícias. Essa é uma mudança que levou algum tempo para se efetivar, pelo menos, desde a década de 1980, quando já se ensaiava a participação colaborativa das audiências na tentativa de fazerem um jornalismo “público”

ou “civil” (Bruns, 2011). A fase de transição para o “verdadeiro jornalismo participativo”, segundo Bruns, “foi acelerada pela disponibilidade comum das plataformas da mídia social quase em tempo real que aceleram o ciclo das notícias mesmo além das pressões já significativas dos canais de notícias 24 horas” (Bruns, 2011: 120).

A informação é cada vez mais partilhada e construída colaborativamente por meio das redes sociais e do encorajamento que as mídias tradicionais fazem diariamente à participação e interação dos consumidores, para que estes se tornem produtores de conteúdos midiáticos, como aborda Ramonet (2012). Os acontecimentos passam a ser narrados pelo público, de várias formas, sem um formato jornalístico previamente estabelecido. Essa nova forma de produção traz também uma nova maneira de ver e entender o acontecimento em sociedade. Os usuários têm a possibilidade, além de selecionar as informações dos acontecimentos que desejam receber, também de produzir a sua versão desses acontecimentos e ainda construir seus acontecimentos na rede. De acordo com Deuze (2006), a internet na última década não serviu apenas para os meios de comunicação lançar suas versões online, “mas também milhões de pessoas comuns e grupos particulares acabaram por usar a ‘Rede’ como um meio para difundirem as suas notícias” (Deuze, 2006: 16). E a agenda de notícias, antes determinada essencialmente pelos jornalistas e organizações de mídia, com a internet passa a ser determinada por um número cada vez maior de pessoas. O público ganha mais força nas redes sociais para pautar e agendar a mídia.

Sem a utilização dos sites de redes sociais, muitos acontecimentos que hoje são transformados em acontecimentos jornalísticos não teriam espaço, ou talvez a mídia nem ficasse sabendo da sua ocorrência. As redes sociais digitais não só difundem o acontecimento, como ampliam o seu fluxo (Baccin, 2013). Com isso as redes estão atuando muito próximas ao jornalismo, ampliando suas funções, filtrando conteúdos, emprestando credibilidade para as matérias jornalísticas, por meio das reverberações. E essa proximidade é cada vez maior (Baccin, 2013). O jornalista deixa de ser o único produtor de conteúdo, uma vez que os sujeitos utilizam as redes e as mídias sociais digitais para também narrarem os acontecimentos, que serão reconfigurados pelas mídias convencionais e pelo webjornalismo em acontecimentos jornalísticos. A internet tem o poder de deslocar a função dos jornalistas como mediadores sociais, fazendo com que as pessoas possam difundir suas informações de maneira mais rápida e interativa, criando novos canais e fazendo circular uma pluralidade de informações nos grupos sociais e tornando as comunidades virtuais (e redes sociais) cruciais para o tráfego da informação no ciberespaço (Recuero, 2010).

Mas para não perder seu espaço valioso as mídias tradicionais estão chamando o público para interagir em seus ambientes on-line. As mídias estão encorajando os internautas a serem “jornalistas”, “na nova sociedade de redes, cada cidadão torna-se um ‘jornalista’ em potencial. Na frente da sua tela (...), o internauta que domina os recursos da Web 2.0 não se julga inferior ao jornalista profissional. Ele disputa com ele seu *status* privilegiado” (Ramonet, 2012: 22). Essa dinâmica se apresenta fortemente nos acontecimentos narrados nas redes sociais e que assumem formatação

jornalística pela reverberação das informações, impulsionadas pelo fluxo da rede. A interação contínua no ambiente das redes sociais configura os acontecimentos que trazem em si marcas desse processo.

### **INTERAÇÃO E CIBERCONTECIMENTO**

Como destacado anteriormente, as redes sociais são importantes mediadoras das interações que ocorrem no cotidiano social. O jornalismo como parte desse cotidiano também tem seus processos mediados pelas redes sociais. Atualmente elas assumem um importante papel na construção dos acontecimentos jornalísticos contemporâneos, pois não só impulsionam a circulação do acontecimento, dinamizando o fluxo, como estão constituindo acontecimentos próprios. Como destaca Henn (2011: 86), “com a explosão das redes sociais é possível pensar em um acontecimento que já contenha a textura da rede. Entende-se que já há uma gama de acontecimentos que têm a sua força de agendamento vinculada às novas formas de produção e consumo de noticiário”.

Pois segundo Henn (2011: 84) os acontecimentos ao se transformarem em notícias dão forma às ocorrências e “trazem embutidas as interveniências produtivas e os circunstanciamentos dos códigos que regem a atividade”. Cabe analisar e identificar as características próprias dos acontecimentos que surgem nas redes sociais digitais. Um termo que se desenha, cunhado pela primeira vez por Rafael Diaz Arias (2008), é o cibercontecimento. Para Arias (2008), esse termo daria conta daqueles episódios em que há “propagação explosiva de informação” no ciberespaço causada pela divulgação de fatos com grande capacidade de mobilização de atenção através de informação cristalizada em imagens visuais, sonoras ou audiovisuais. O autor espanhol destaca que “os cibercontecimentos são essencialmente de natureza icônica” (Arias, 2008: 16). O que é importante ressaltar é que essa propagação massiva de informações no ciberespaço não se refere a uma questão quantitativa, mas ao impacto que a informação provoca em um “curto espaço de tempo e num determinado âmbito” (pessoal ou grupal).

Outro pesquisador que também estuda os acontecimentos que se manifestam nos ambientes cibernéticos é o cientista social Airton Jungblut. Para ele, a popularidade dos cibercontecimentos se deve, principalmente, às “coisas que desastrosamente emergem do privado para o público produzindo eco no ciberespaço ainda mais se forem mobilizadoras de atenção (polêmicas) e tiverem como suporte uma rede de atores atuantes e de recursos favorecedores desse eco” (Jungblut, 2011: 370).

Com as redes sociais o processo de produção e circulação de notícia hoje está disseminado. “A notícia não precisa necessariamente frequentar o ambiente cancelado como o lugar institucional da notícia” (Henn, 2011: 94). De acordo com o autor, “é nesse ambiente de convergência constitutivo de outras possibilidades de narrativas, e conseqüentemente de semioses, também descritos nas pesquisas que tratam de jornalismo de dados, que se delinea a emergência do cibercontecimento” (Henn, 2013: 06). A disseminação da produção e circulação dos acontecimentos no

ambiente das redes sociais digitais provoca uma interação que mantém o fluxo do cibercontecimento constante. Pensando nas interações em que a troca é a informação, há uma construção em fluxo do cibercontecimento.

Historicamente, a interação tem sido objeto de contínuas investigações, principalmente da sociologia. O estudo das interações sociais era uma tradição reconhecida na sociologia norte-americana. Os pensadores norte-americanos Robert Park e Peter Burgess estão entre os primeiros autores que aplicaram o conceito de interação social às relações sociais. Para eles, é o processo por meio do qual as pessoas se relacionam umas com as outras, dentro de um determinado contexto social. Outros três importantes pensadores também trabalham com o conceito: Durkheim (sociologia clássica); Goffman (sociologia moderna) e Maffesoli (sociologia pós-moderna). Devido ao limite de espaço que o paper nos impõe, convoco o conceito de Goffman para pensar as interações no ambiente das redes sociais. Goffman (1985) situa seu trabalho como um estudo da interação conversacional, pois, para ele, os sujeitos interagem emitindo símbolos, palavras, expressões ou qualquer sinal que “signifique” algo para os outros ou para eles mesmos. O autor afirma ainda que por meio de gestos simbólicos é que os sujeitos demonstram o estado de espírito, intenções e sentidos da ação.

Os sociólogos da “Escola de Chicago”, onde Goffman estudou, tratavam a interação social como o elemento constitutivo básico das situações sociais objetivas e únicas, objetos de descrições detalhadas. Goffman analisava, essencialmente, a interação realizada face a face, presencial. Levando em conta a caracterização trabalhada pelo pesquisador, a interação desenvolvida pelos atores nas redes sociais digitais não se difere totalmente da interação face a face, pois possui características similares às identificadas pelo autor (imediatismo, possibilidade de resposta e interlocução). Para exemplificar essas características, analiso duas postagens feitas pela estudante Isadora Faber, de 14 anos, de Florianópolis (capital do Estado de Santa Catarina) em sua *fan page* Diário de Classe, criada no dia 11 julho de 2012. A *fan page* faz parte do acompanhamento de cibercontecimento que realizo desde o início do doutorado (março de 2013) no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, no Brasil.

Nos dois posts (Figuras 1 e 2) que seguem, a característica **imediatismo** pode ser observada no momento em que, no dia 22 de novembro de 2013, Isadora relata em sua *fan page* o comentário que a professora faz em sala de aula para justificar o porquê não dará atividade ao aluno com necessidades especiais e, na postagem do dia seguinte, a estudante faz menção à coincidência da reportagem que saiu no jornal Diário Catarinense (jornal que cobre o Estado de Santa Catarina) no dia 23 de novembro de 2013, destacando que o município é exemplo de inclusão social. A repercussão da postagem é imediata, tanto que mesmo que o poder público não utilize o mesmo espaço para dar resposta às críticas, usam a mídia tradicional para fazê-lo, percebesse que há uma preocupação em responder já no jornal do dia seguinte.

As duas demais características trabalhadas por Goffman, **possibilidade de resposta** e **interlocução**, são ainda mais nítidas. Isadora deixa o público interagir,



mas sempre que julga necessário responde aos comentários. A segunda marcação feita na Figura 1 destaca essas interações. Foram mais de 14 mil curtidas, 1.248 comentários e 1.578 compartilhamentos. O que demonstra que a rede tem grande poder de interação entre os membros e de fazer o cibercontecimento circular.



Figura 1 – Fan page Diário de Classe, post feito no dia 22 de novembro de 2013



Figura 2 – Fan page Diário de Classe, post feito no dia 23 de novembro de 2013

A fan page Diário de Classe é classificada como um cibercontecimento porque apresenta características próprias e inesperadas, como provocar transformação no cotidiano das pessoas envolvidas, alterando o fluxo normal dos fatos, tem a “textura da rede” (Henn, 2011) – o próprio acontecimento é parte de um site de rede social – tem “propagação explosiva de informação”, apresenta “natureza icônica” (Arias, 2008), reúne atores atuantes e promove eco (Jungblut, 2011). A estudante, que começou postando as dificuldades e precariedades das estruturas da escola e a falta de didática dos professores por meio da divulgação de fotos e vídeos, conseguiu que, até o dia 20 de janeiro de 2014, mais de 625 mil pessoas (Figura 3) curtissem e acompanhassem suas postagens sobre o assunto no Facebook, gerando grande repercussão na rede social e agendando a mídia convencional.

Ainda em fevereiro de 2013, a fan page Diário de Classe já contabilizava cerca de 580 mil curtidas, chamando a atenção das mídias tradicionais até de fora do

Brasil. O jornal britânico Financial Times destaca Isadora Faber como uma das 25 personalidades brasileiras que devem ser observadas<sup>1</sup> (Figura 4). O que chamou a atenção dos britânicos foi a explosão de seguidores que a página da estudante teve em um curto espaço de tempo, o que a levou a ser recebida pelo próprio ministro da Educação, Aloizio Mercadante.



Figura 3 – Número de curtidas da fan page Diário de Classe



Figura 4 – Matéria veiculada dia 27 de fevereiro de 2013 no site do jornal O Globo

<sup>1</sup> <http://oglobo.globo.com/educacao/financial-times-cita-isadora-faber-entre-25-brasileiros-de-destaque-7688455>

A disseminação e popularização da internet e os avanços que esta tem apresentado nos últimos anos e o uso das mídias locativas, que permitem uma aproximação viva do público em geral com os acontecimentos, transmitindo, muitas vezes, em tempo real falas e imagens, constituem-se, atualmente, elementos vitais na construção dos cibercontecimentos. A incorporação dessa nova dinâmica como instrumento do ofício tem consequências substantivas sobre o modo de produzir as notícias e de como essas informações estão chegando às redações.

O cibercontecimento se estrutura e se configura a cada nova interação conversacional que é estabelecida durante o processo comunicacional. Essas marcas deixadas revelam o grau de interação que se manifesta durante o processo e a construção do cibercontecimento. É por meio de símbolos, palavras, expressões, intenções que o público expressa os seus sentidos sobre o acontecimento. Essa dinâmica tensiona o processo de comunicação, configura a construção do cibercontecimento, promovendo uma autoria participativa (Mielniczuk, 2013), um processo mais inclusivo, e fazendo com que a informação não apenas circule e recircule, mas flua na dinâmica da rede e num fluxo contínuo de informação.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, R. D. (2008). *La formación de la realidad: noticia, acontecimiento midiático, cibercontecimiento*. Paper apresentado no III Congresso de Periodismo en la Red. Madrid.
- Baccin, A. N. (2012). *A construção do acontecimento jornalístico Geisy Arruda – Uniban: do vídeo no YouTube à biografia*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos/São Leopoldo/RS. P
- Baccin, A. N. (2013). *Mudanças estruturais no jornalismo: resgatando os clássicos para entender a construção dos acontecimentos nas redes*. Paper apresentado no 11º Encontro Nacional de pesquisadores em Jornalismo (11º SBPJor). Brasília.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Ed. Paz e Terra.
- Castells, M. (2003). *A galáxia da internet*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar.
- Castells, M. (2009). La comunicación en la era digital. In M. Castells, *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, Gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 7, 2.
- Deuze, M. (2006). O jornalismo e os novos meios de comunicação social. In *Comunicação e Sociedade*, 9-10, 15-37.
- Goffman, E. (1985). *A representação do eu na vida cotidiana*. São Paulo: Editora Vozes.
- Henn, R. (2011). *Acontecimento em rede: crises e processos*. In B. Leal; E. Antunes & P. Vaz, *Jornalismo e acontecimento: percursos metodológicos* (pp. 79-96). Florianópolis: Insular.
- Henn, R. & Hoerh, K. (2012). Transformações do acontecimento nas redes sociais: das mobilizações contra a homofobia à crise de dupla sertaneja. *Brazilian Journalism Research*, 8, 1.

- Henn, R. (2013). *Apontamentos sobre o cibercontecimento: o caso Amanda Tood*. Trabalho apresentado na XXII COMPÓS, Salvador.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. 2ª ed. São Paulo: Aleph.
- Jungblut, A. L. (2011). *Cibercontecimentos – reflexões etnográficas sobre o extraordinário no mundo on-line*. *Civitas – Revista de Ciências Sociais*, 1, 2, 361-372.
- Mielniczuk, L. & Palacios, M. (2001). *Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual*. Trabalho apresentado na X COMPÓS, Brasília. Disponível em <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuck\\_linkparatextual.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuck_linkparatextual.pdf)>. Acessado em 23.05.2011.
- Mielniczuk, L. (2013). O celular afronta o jornalismo. In L. Mielniczuk & S. Barbosa (orgs), *Jornalismo e Tecnologias Móveis*. Covilhã: Livros LabCom.
- Ramonet, I. (2012). *A explosão do jornalismo, das mídias de massa à massa de mídias*. São Paulo: Publisher.
- Recuero, R. (2010). *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina.

#### **OUTRAS REFERÊNCIAS**

<https://www.facebook.com/DiariodeClasseSC>

<http://oglobo.globo.com/educacao/financeiro-times-cita-isadora-faber-entre-25-brasileiros-de-destaque-768845>.



## Mídia Ninja – Alternativa ou Radical? A nova configuração do jornalismo transmidiático

VALQUÍRIA APARECIDA PASSOS KNEIPP

valquiriakneipp@yahoo.com.br  
*Universidade Federal do Rio Grande do Norte*

### Resumo

Este artigo teve como objetivo analisar o surgimento e a atuação do grupo Mídia Ninja, durante a cobertura das manifestações de junho de 2013 no Brasil. O instrumental metodológico contou com pesquisa documental, bibliográfica, análise e entrevista, configurando um estudo de caso. Buscou-se compreender como e porque o grupo vem ganhando proeminência frente a mídia tradicional na cobertura de manifestações populares? As bases teóricas envolveram o jornalismo transmidiático e as formulações a respeito de mídia alternativa e radical, entre outros conceitos, por meio de autores como Porto, Peruzzo e Downing. Considerou-se que o grupo Mídia Ninja reúne características de vários conceitos de forma sobreposta e contribui de forma única para o desenvolvimento e a reflexão das questões sociais e políticas do Brasil, porque realiza um trabalho complementar à mídia tradicional e não a substitui.

**Palavras-Chave:** Mídia Ninja; alternativa; radical; jornalismo transmidiático

---

### COMO CATEGORIZAR CONCEITUALMENTE O FENÔMENO MÍDIA NINJA?

O coletivo identificado como Mídia Ninja – Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação vem se destacando no Brasil na cobertura jornalística desde as manifestações, iniciadas em junho de 2013. “Diz a lenda que ninjas eram mercenários contratados por senhores feudais japoneses por volta do século 15, para realizar ações de espionagem, sabotagem e atentados. Agiam na escuridão, usando técnicas de disfarce e invisibilidade para enganar suas vítimas”<sup>1</sup>. O grupo é formado por profissionais de jornalismo, que trabalham em colaboração, transmitindo em fluxo de vídeo em tempo real, pela internet, por meio de uma estrutura composta por câmeras de celulares e uma unidade móvel montada em um carrinho de supermercado. Para a transmissão de informações, o grupo utiliza redes sociais, com destaque para o Facebook. De acordo com o próprio perfil do grupo no Facebook, a entrada do mesmo na rede social ocorreu em 27 de março de 2013.

Segundo o grupo, o surgimento do mesmo aconteceu em junho de 2011, através da Pós-TV<sup>2</sup>, que é uma mídia digital do grupo Fora do Eixo<sup>3</sup>. No ano de criação

---

<sup>1</sup> Disponível em <http://info.abril.com.br/noticias/rede/eu-virtual/2013/08/18/afinal-a-midia-digital-e-ninja-ou-nao-e/>. Acesso em 08.09.2013.

<sup>2</sup> De acordo com página no Facebook: é a verdadeira TV aberta. Onde não existe censura, as pessoas falam livremente e não se depende de patrocínio, o patrocinador é o povo, as entidades e os movimentos sociais. Disponível em <https://www.facebook.com/canalpostv>. Acesso em 15.09.2013.

<sup>3</sup> Fundado em 2001 em Cuiabá por estudantes de Comunicação. Em 2008 houve a criação do espaço virtual [www.foradoeixo.org.br](http://www.foradoeixo.org.br). Trata-se de uma rede colaborativa e descentralizada de trabalho constituída por coletivos de cultura



estiveram presente na Marcha da Maconha e na Marcha da Liberdade. Depois em 2012 acompanharam a cobertura da situação das aldeias Guarani-Kaiowá, no Mato Grosso do Sul, neste momento específico começou a ficar conhecido pelo país. O grupo Mídia Ninja foi idealizado pelo jornalista Bruno Torturra e pelo produtor cultural Pablo Capilé e tem atuação nas principais capitais brasileiras, com foco mais intenso no Rio de Janeiro e São Paulo.

O termo Mídia Radical ganhou notoriedade com Downing (2002) por meio de duas interpretações diferentes que o autor propõe como: “necessária para construir a contra-hegemonia, mas desfrutando um poder apenas temporário, somente nos períodos de tensão política, ou como parte do anseio de expressar o disruptivo e profundamente arraigado descontentamento das massas” (2002: 50). Explicando, assim, o surgimento de um novo paradigma midiático no cenário brasileiro, que representou o Mídia Ninja nas manifestações de 2013.

Atualmente existe uma diversidade de definições possíveis para observar o fenômeno Mídia Ninja, como propõe Downing (2010) ao abordar algumas mídias digitais com o termo “cauda longa” da mídia. Para ele, estas mídias já receberam várias denominações como mídia alternativa, mídia dos cidadãos, mídia da comunidade, mídia tática, mídia independente, mídia de contrainformação, mídia participativa, mídia do terceiro setor e mídia dos movimentos sociais. Estas denominações surgem de acordo com as características que são possíveis de serem identificadas, por meio de suas práticas sociais.

Segundo Downing cada denominação possui seus pontos positivos e negativos. A mídia *alternativa* para o autor

oferece uma designação completamente insossa, já que tudo é uma alternativa para alguma coisa, embora do ponto de vista de Chris Atton (2001), a própria imprecisão do termo nos ajuda a reconhecer como prática cultural cotidiana é impregnada por uma variedade extraordinária de forma de mídia alternativa (Downing; 2010: 2).

No caso específico do Mídia Ninja, pode ser considerado como uma alternativa à mídia de massa e hegemônica, devido a sua abordagem diferenciada dos fatos transmitidos pela mídia tradicional.

A definição “mídia dos cidadãos” mostra-se para Downing (cit. em Rodrigues, 2001) como um termo que reconhece o campo magnético criado pela cidadania cultural, mas que segundo ele, em tempos de movimentos de refugiados em massa e de migrações de pessoas em situação trabalhista irregular, “a palavra *cidadão* aplicada à mídia deve ser explicitamente despojada de sua conotação legal” (2001; 52). Apesar de representar uma parcela dos cidadãos, o Mídia Ninja não se configura

---

pautados nos princípios da economia solidária, do associativismo, da divulgação, da formação e intercâmbio entre redes sociais, do respeito à diversidade, à pluralidade e às identidades culturais, do empoderamento dos sujeitos e alcance da autonomia quanto às formas de gestão e participação em processos sócio-culturais, do estímulo à autoridade, à criatividade, à inovação e à renovação da democratização quanto ao desenvolvimento, uso e compartilhamentos de tecnologias livres aplicadas às expressões culturais e da sustentabilidade pautada no uso e desenvolvimento de tecnologias sociais. Disponível em <http://foradoeixo.org.br/historico/>. Acesso em 15.09.2013.

como uma atividade plenamente cidadã, devido ao *modus operandi* adotado em algumas coberturas e até na própria seleção das mesmas.

O termo “mídia da comunidade” para Downing (cit. em Ellie Rannie, 2006) ainda é assombrado pelo significado *nebuloso* e *róseo* subentendido pela palavra *comunidade*. Essa possibilidade está distante do posicionamento do grupo Mídia Ninja, pois a atuação do mesmo não está focada em uma única comunidade, mais, em um grande conjunto de minorias comunitárias unidas ideologicamente, mais com distanciamento geográfico, que seria típico da comunidade. Peruzzo (2013) alerta para a vulgarização da utilização do termo “comunitário” e também para a questão do local, pois segundo ela, “há visões distorcidas do que ela venha a ser na prática. Em última instância não basta a um meio de comunicação, ser local, falar das coisas do lugar e gozar de aceitação pública para configurar-se como comunitário” (2011: 22).

Já o termo “mídia tática”, segundo Downing, foi favorecido pelo ativista de internet e escritor Geert Lovink (2002), “é um termo deliberadamente escorregadio, uma ferramenta para criar *zonas de consenso temporário*, com base em alianças inesperadas... hackers, artistas, críticos, jornalistas e ativistas... A mídia tática mantém mobilidade e velocidade. Está pode ser uma aproximação válida para o Mídia Ninja, pois a ação focada nas minorias consiste em uma tática adotada pelo grupo.

“Mídia independente” para Downing é o termo preferido por Herman e Chomsky (2010), para denominar a mídia de notícias não corporativas, não estatal e não religiosa, “o termo tem uma motivação fundamentalmente retórica, em especial para contestar a alegação frequente de que a mídia de notícias em países com políticas capitalistas liberais, principalmente nos Estados Unidos, trabalharia com total liberdade e independência” (2010; 52-53). Devido à questão retórica que envolve esta denominação e a própria existência do grupo Mídia Ninja, o mesmo não pode ser considerado independente, pois tem um foco político identificado com os partidos de esquerda.

De acordo com Downing (2010: 53) o termo “Mídia de contrainformação” originalmente concebido por Pio Baldelli, em 1977, mas ainda atual em Vitelli e Rodriguez Esperón, em 2004, “é também muito marcado dentro da área do jornalismo, na qual a palavra *informação* é usada como sinônimo de *notícia*”. Levando em consideração o sinônimo entre notícia e informação, é possível entender o Mídia Ninja como uma mídia de contrainformação, devido à visão alternativa que propõe à mídia de massa.

“Mídia participativa” para Downing, em sua concepção original significava que as pessoas afetadas por esses projetos deveriam ter um papel ativo na elaboração dos mesmos, e em seguida, também deveriam avaliar seus progressos. “Essa estratégia igualmente priorizou as maneiras de envolvimento nas quais a mídia de todos os tipos deveria ter com esses objetivos, em outras palavras, o inoperante retorno promovido das estratégias de comunicação elaboradas de cima para baixo” (cit. em Metfalpoulos, 2003). É claro que a participação pode ser considerada um lema na atuação do Mídia Ninja, mas desde que a mesma esteja alinhada ideologicamente com os princípios e objetivos do grupo, que até o momento não ficaram muito evidentes.

Para Downing (2010: 53) “Mídia do terceiro setor” é a mídia na esfera da ação social voluntária, “algumas vezes utilizado em discussão na Europa... baseado em

políticas que definem essas mídias principalmente por aquilo que elas não são. Em outras palavras, aparte do espectro midiático que não tem patrocínio comercial, governamental nem institucional”. Também pode ter uma identificação com o grupo brasileiro, que sobrevive sem financiamento comercial efetivo e está ligado a Ongs.

“Mídia dos movimentos sociais” é o termo preferido de Downing visto que consegue ancorar projetos de mídia em grandes e pequenos movimentos sociais, “construtivos e repressivos e todos os anteriores” (2008). Esta denominação pode ser a que melhor se adapta ao Mídia Ninja, devido à diversidade de movimentos que foram apoiados pelo grupo.

### EM TEMPOS DE JORNALISMO TRANSMIDIÁTICO

Em se tratando de jornalismo, apesar do grupo Mídia Ninja se caracterizar como um grupo de jornalistas, na prática isso não se configura em termos reais. De acordo com Bruno Torturra, em entrevista à jornalista Elizabeth Lorenzotti<sup>4</sup>, na quinta-feira (20/06/2013), o N.I.N.J.A. cobriu 50 cidades. Em São Paulo, o núcleo era de seis a oito pessoas, com idade média de 22 anos e nenhum com formação jornalística. Pode-se observar que o grupo faz um trabalho jornalístico, com pessoas sem a formação específica. Isto ocorre graças à internet, que democratizou os processos de comunicação e de difusão de informação, ou parafraseando Ramonet “saímos de Mídia de Massa para a Massa de Mídias, a lógica “vertical” que caracterizava a relação mídia-leitor torna-se, de agora em diante, cada vez mais “horizontal” ou “circular” (2012: 19). O coletivo Mídia Ninja pode ser um exemplo desse novo sentido que tomou o processo de informação na sociedade contemporânea.

Analisando do ponto de vista jornalístico, o conjunto da obra do grupo Mídia Ninja apresenta as características de uma nova forma de fazer jornalismo, que pode ser entendido como um jornalismo transmidiático, pois apresentam diferentes formatos e formas de transmissão de informações via internet, que segundo Porto e Flores,

Periodismo transmedia viene a ser una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con varios lenguajes y narrativas a partir de numerosos medios y para una infinidad de usuarios. Por tanto, son adoptados recursos audiovisuales, de comunicación móvil y de interactividad en la difusión del contenido, incluso a partir de la blogosfera y de las redes sociales, lo que amplía de forma considerable la circulación del contenido. Por otro lado, la telefonía celular (móvil) utilizada en el periodismo es una herramienta fundamental para garantizar la movilidad y la instantaneidad del proceso de construcción narrativa, aunque para hacerlo sea necesario producir un guion transmediático (Porto; Flores, 2012: 82).

Para Jenkins (2008), “A narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas

<sup>4</sup> A matéria pode ser conferida no Observatório da Imprensa. Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/postv\\_de\\_pos\\_jornalistas\\_para\\_pos telespectadores](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/postv_de_pos_jornalistas_para_pos telespectadores).

exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento” Porto e Flores apontam ainda, a necessidade de definir alguns conceitos e características básicas do espaço digital. Para isso os autores sugerem adotar como parâmetros, as 10 características apresentadas por José Orichuela

El usuario es parte del proceso, y no sólo una audiencia pasiva;-Los medios venden contenido y no soporte;-El lenguaje es multimidiático, con numerosos canales;-El contenido es producido en tiempo real y no diario o semanal;-El espacio de datos es ilimitado, sin limitación de tiempo o espacio;-El medio es autónomo y dispensa el *gatekeeper* y la *agenda setting*;-El proceso comunicacional es de muchos para uno y de muchos para muchos y no de uno para muchos;-Utiliza el hipertexto y no el lenguaje lineal; -Ofrece interactividad al usuario (antes receptor) en la organización y obtención de información; -Ofrece información sobre la información. (cit. em Orichuela, 2003).

Confrontando estas características do espaço digital é possível identificar uma proximidade no espaço ocupado em 2013, nas manifestações ocorridas no Brasil, pelo grupo Mídia Ninja, pois o mesmo recebeu material de qualquer pessoa que se propôs a cobrir e enviar material. O grupo usou várias formas de difusão de informação, como transmissão ao vivo, banco de dados de vídeos, fotos e textos. Também não havia um padrão de tempo ou formato para a veiculação de informação. Grande parte do material transmitido ao vivo não passava por nenhum filtro ou edição, possibilitando ao usuário criar seu próprio percurso de leitura ou visualização.

Outra aproximação teórico-conceitual se faz possível com o material produzido pelo coletivo Mídia Ninja e a proposta de Canavilhas (2013), que identifica um novo paradigma jornalístico a partir do que o autor denomina webjornalismo – a mudança da pirâmide invertida para a pirâmide deitada,

a pirâmide deitada é uma técnica libertadora para utilizadores, mas também para os jornalistas. Se o utilizador tem a possibilidade de navegar dentro da notícia, fazendo uma leitura pessoal, o jornalista tem ao seu dispor um conjunto de recursos estilísticos que, em conjunto com novos conteúdos multimídia, permitem reinventar o webjornalismo em cada nova notícia (Canavilhas, 2006: 16).

A pirâmide deitada de Canavilhas propõe quatro níveis de leitura, sendo o primeiro representado pelo topo da pirâmide como a unidade base, com o lead respondendo as questões essenciais como O que? Quando? Quem e Onde? “Este texto inicial pode ser uma notícia de última hora que, dependendo dos desenvolvimentos, pode evoluir ou não para um formato mais elaborado” (2006: 15). O segundo nível é o da explicação, “responde o Por que e ao Como, completando a informação essencial sobre o acontecimento” (2006: 15). O terceiro é o nível da contextualização, onde, “é oferecida mais informação – em formato textual, vídeo, som ou infografia animada – sobre cada um dos W’s” (2006: 15). O último é o nível que Canavilhas denomina da exploração, pois “liga a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos” (2006: 15).

A aproximação do coletivo Mídia Ninja está nesta nova arquitetura da informação, que de acordo com Canavilhas (cit. em Edo, 2002: 70) exige um “novo tipo de jornalista – um profissional que tem neste tipo trabalho uma alta percentagem

de documentarista, que seja capaz de expor com eficácia o relato dos acontecimentos e os comentários produzidos nos distintos suportes possibilitados pelo ecrã do computador”.

Nesta perspectiva, Renó e Flores oferecem cinco fragmentos de conteúdos (conforme a figura 1) em diferentes meios adaptados e sempre relacionados ao tema do conteúdo, com um texto base, um vídeo, fotografias, infográfico e uma sonora ou outra foto. Caracterizando o que autores definem como reportagem transmídia, a qual observar-se-á na sequência junto ao objeto deste estudo.

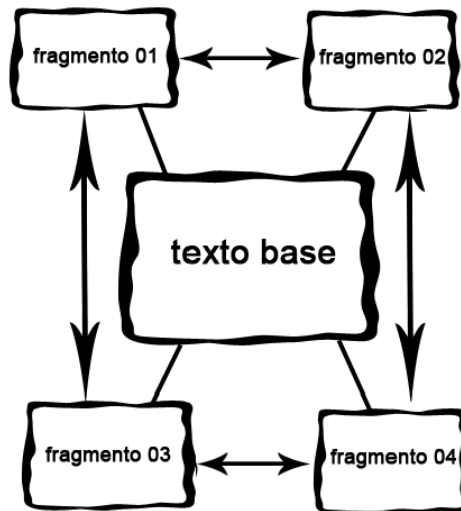


Figura 1 – Fluxograma da reportagem transmídia (Flores e Porto, 2013: 97)

No fluxograma é possível conferir a configuração proposta pelos autores e é importante observar a questão da liberdade de navegação que o usuário tem para ver, ler, ouvir e assistir uma reportagem transmídia.

#### **NOVAS POSSIBILIDADES DE COBERTURA APRESENTADAS**

Ao selecionar a página do coletivo Mídia Ninja, para uma análise no dia 20 de junho de 2013, no ápice das manifestações por todo o Brasil, foi possível contabilizar 40 postagens ao longo de todo o dia. Estas postagens eram compostas por uma fotografia e uma chamada em texto curto, conforme ilustração abaixo (figura 2), que mostra a manifestação em Brasília, com o texto: “Após concentração no Museu da República, mais de 5.000 pessoas estão na rua agora, seguindo para o Congresso Nacional”. Configurando assim o nível um de leitura de Canavilhas respondendo a quatro questões do lead – Quem? Cinco mil pessoas; Onde? Seguindo para o Congresso Nacional; O que? Após a concentração; Quando? É indicado pelo horário da postagem.

Dentre estas 40 postagens encontradas, cinco continham links para um vídeo, que transmitiu ao vivo os acontecimentos. Configurando assim, o nível três de leitura proposto por Canavilhas (2013), que é o da contextualização que se faz a partir das imagens em movimento dos vídeos. Das cinco postagens com link de vídeo, uma se referia à cidade de Salvador na Bahia e as outras quatro ao estado de São Paulo. As

outras trinta e seis postagens com foto e texto cobriram as cinco regiões do Brasil, conforme tabela 1:



Figura 2 - Fonte: facebook.com/MidiaNINJA

Região	Cidades
Sudeste	São Paulo (SP)
	Campinas (SP)
	Ribeirão Preto (SP)
	Franca (SP)
	Belo Horizonte (MG)
	Juiz de Fora (MG)
	Uberlândia (MG)
Centro Oeste	Brasília (DF)
	Goiânia (GO)
Sul	Porto Alegre (RS)
	Santa Maria (RS)
Nordeste	Recife (PE)
	Salvador (BA)
	Teresina (PI)
Norte	Belém (PA)
	Manaus (AM)

Tabela 1

Apesar da cobertura, por meio das postagens, de todas as regiões do país, houve uma concentração no estado de São Paulo, onde fica a sede do coletivo Mídia Ninja.

O segundo nível da proposta da Canavilhas, que é o da explicação, não foi observado na análise das postagens desta cobertura. Mostrando desta forma, que as perguntas por que e como, não são para fazer as suas próprias reflexões, não havendo assim, um fechamento da informação transmitida.

Já o quarto nível pode ser configurado por meio dos links disponibilizados após as transmissões, que disponibilizam todos os vídeos através do Facebook e também do Youtube (<http://www.youtube.com/watch?v=5yjvo9RJ50U>), possibilitando a exploração de todo o material disponibilizado.

De acordo com Franco (2013) que também pesquisou este assunto e analisou a atuação do coletivo Mídia Ninja “Percebe-se que o número de transmissões ao



vivo, 5 dos 41 posts totais, feitas neste dia especificamente, ficou aquém da proposta do coletivo, tendo em vista que o momento pedia um alcance maior por meio de imagens audiovisuais ao vivo” (2013: 56), configurando uma fragilidade no processo de cobertura jornalística.

O que pode ser considerado novo em termos desta cobertura jornalística transmidiática a que se propôs o coletivo Mídia Ninja é a proximidade com que as imagens foram captadas, conforme figura 3. Existe uma busca pela realidade por meio de imagens próximas e constantes dos acontecimentos, sem edição, sem cortes, com a transmissão ao vivo. Talvez este tenha sido o grande diferencial do grupo em relação à mídia tradicional, que ficou isolada, transmitindo do alto de helicópteros e prédios.



Figura 3. Fonte: facebook.com/MidiaNINJA

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisarmos a produção do coletivo Mídia Ninja e cruzar com as propostas conceituais de Downing (2013) e Peruzzo (2013) sobre as possibilidades de enquadramento do grupo foi possível uma aproximação com os conceitos de mídia alternativa, mídia tática, mídia independente, mídia de contrainformação, mídia de terceiro setor e mídia dos movimentos sociais. Já com os conceitos de mídia dos cidadãos e mídia da comunidade existe um grande distanciamento. E com o conceito de mídia participativa existe uma dúvida sobre uma aproximação ou distanciamento, pois existe uma participação, mas ela é condicionada à identificação ideológica.

A relação entre a produção do coletivo Mídia Ninja e as propostas de Canavilhas (2013) sobre a nova configuração da pirâmide deitada foram observadas parcialmente, porque os níveis um (base lead), três (contextualização) e quatro (exploração) foram constatados, mas o nível dois (explicação) não.

As postagens analisadas nesta pesquisa demonstraram que contêm todas as características da reportagem transmídia, pois foram identificados fragmentos em diferentes meios adaptados, conforme Renó e Flores (2012), como texto, fotos e vídeos. Configurando uma espécie de reportagem transmídia, mesmo sem a utilização de infográficos e sonoras, mas existe a liberdade de navegação.

Durante a cobertura realizada pelo coletivo Mídia Ninja em junho de 2013, no Brasil foi possível compreender que o grupo ganhou evidência, frente à mídia tradicional impulsionado por suas propostas inovadoras envolvendo transmissão ao vivo, proximidade dos fatos e interatividade. A utilização da internet para a transmissão também possibilitou maior engajamento com os usuários. A própria mídia tradicional foi em parte responsável pela notoriedade, que os idealizadores do coletivo tiveram, ao participarem de programas de televisão e serem entrevistados por praticamente toda a grande imprensa brasileira.

O coletivo Mídia Ninja conseguiu mobilizar a grande mídia e também a opinião pública por apresentar um novo paradigma comunicacional que propõe, de acordo com Rafael Vilela – ativista do MN, “uma estrutura em rede que a gente vem laboratorizando há pelo menos três anos como fazer isso. Na verdade são pontos de coletivo e comunicadores e jornalistas espalhados pelo Brasil todo, que se entendem dentro de um grupo de comunicação”<sup>5</sup>

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Canavilhas, J. (2006). *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Covilhã: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>. Acesso em 27.07.2013.
- Cannito, N. G. (2010). *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo: Summus.
- Downing, J. D. W. (2002). *Mídia Radical – Rebeldia nas Comunicações e Movimentos Sociais*. São Paulo: Editora SENAC.
- Downing, J. D. W. (2010). Parceiro não comunicativos; uma análise da mídia dos movimentos sociais e os educadores radicais. *Revista Matrizes*, 3 (2), 51-60
- Franco, J. O. (2013). *Dispositivos móveis e mídias sociais: o midiativismo do mídia ninja versus o jornalismo tradicional do JN*. Monografia de graduação. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Brasil.
- Jenkins, H. (2009) *Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*. São Paulo: Aleph.

<sup>5</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=5yjvo9RJ50U>

- Lemos, A. (2008). *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina.
- Peruzzo, C. M. K. Direito a comunicação comunitária, participação popular e cidadania. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 3 (2), 18-41
- Porto, D. & Flores, J. (2012). *Periodismo Transmidia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madri: Editorial Fragua.

## Novas perspectivas no jornalismo: a mídia ninja e a narrativa jornalística em fluxo

ANDRÉA ESTEVÃO & PATRÍCIA CARDOSO D'ABREU

andrea.estevao@gmail.com; patriciadabreu@gmail.com  
*Universidade Estácio de Sá; Universidade Federal Fluminense*

### Resumo

A ideia de que novas práticas comunicacionais problematizam tanto as teorias quanto o exercício do jornalismo é o ponto de partida para analisar a cobertura da Mídia NINJA nas manifestações de junho de 2013, no Brasil, e a repercussão no site de análise crítica do jornalismo “Observatório da Imprensa”. Uma revisão das principais teorias do jornalismo, a saber: as hipóteses do agendamento da espiral do silêncio e as teorias do *newsmaking* e do *gatekeeper*, a partir da experiência que associa narrativa jornalística em fluxo, convergência midiática, redes sociais, e ativismo midiático em prol da democratização da comunicação lança luz sobre problemas centrais do jornalismo contemporâneo.

**Palavras-Chave:** Narrativa jornalística; mídia ninja; teorias do jornalismo; ativismo midiático

---

Em junho de 2013, as ruas das cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro foram ocupadas por um grande contingente de pessoas, jovens em sua maioria, que se mobilizaram através das redes sociais para protestar contra o aumento das passagens dos transportes públicos. A iniciativa partiu de um grupo organizado, *Movimento Passe Livre* (MPL-SP). Os protestos foram se ampliando e se intensificando com a abertura da *Copa das Confederações* e tomaram conta de inúmeras cidades do Brasil. Em dois meses, a pauta dessa mobilização se diversificou, traduzindo uma enorme insatisfação com relação ao tratamento dado aos cidadãos de forma geral, tanto no que diz respeito às administrações locais, estaduais e federais, quanto em relação a todos os tipos de serviços oferecidos por instituições públicas e privadas (transporte, saúde, segurança, moradia, etc) que, segundo as próprias palavras de ordem dos manifestantes, “deveriam ter padrão FIFA” (Maricato, 2013). O movimento foi acusado pelos grandes veículos informativos nacionais (como a *Rede Globo de Televisão* e os jornais impressos *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *Estado de São Paulo*) de não ter legitimidade por ser marcadamente um protesto de jovens da classe média que, “rebeldes sem causa”, poderiam muito bem arcar com os R\$ 0,20 (vinte centavos de Real) de aumento dos ônibus municipais. O movimento não arrefeceu, mas os veículos jornalísticos tiveram que rever sua abordagem sobre as manifestações, já que a polícia, num sinal claro da sua recorrente truculência, disparou balas de borracha contra os cidadãos que estavam no protesto do dia 13 de junho de 2013, em

São Paulo, deixando sete jornalistas da *Folha de S. Paulo* seriamente feridos (Gaspari, 2013). Com a persistência do movimento e a eclosão de episódios de violência e destruição de equipamentos urbanos, a imprensa passou a associar os protestos populares a atos de vandalismo. A percepção coletiva da legitimidade veemente de um “basta” e a insistência da mídia tradicional em criminalizar os protestos aliadas ao debate e à troca de imagens, impressões e opiniões pelas redes sociais conduziu a um descrédito desses veículos informativos e à descoberta e adesão às transmissões feitas, na web, pela Mídia NINJA (Narrativas Independentes Jornalismo e Ação).

A novidade que a Mídia NINJA trouxe para a cobertura dos acontecimentos despertou interesse popular e acadêmico pelos seguintes aspectos: os aparatos tecnológicos utilizados na transmissão em rede primavam pela simplicidade na operação e pela mobilidade, o que permitia fácil deslocamento pelos meandros e extensão da manifestação; a visão de dentro, e a oportunidade de entrevistar personagens das mais diversas tribos, posições políticas, e atitudes. Além disso, a cobertura colaborativa e a transmissão ao vivo com narração em fluxo, sem a tradicional edição de imagens fundamentada nas técnicas de montagem cinematográfica e com comentários e impressões narradas pelo operador da câmera davam a *sensação* de participação direta no acontecimento, principalmente por conta das interações proporcionadas por redes sociais como o *Facebook* ou pelo próprio *link* da transmissão. O coletivo Mídia NINJA fez e faz a cobertura com vários narradores. Cada narrador-transmissor registra, participa e apresenta o evento a partir de um *smartphone* com *streaming*, ao vivo, através do aplicativo *Twitcasting*.

O cunho ensaístico desse artigo se deve à difícil tarefa de analisar criticamente os acontecimentos políticos pelos quais o Brasil vem passando desde meados de 2013. Mas, julgando que não devemos nos furtar às dificuldades e incertezas do presente na reflexão sobre o que está na ordem do dia, principalmente pela importância dos acontecimentos que nos afetam não apenas como pesquisadores e profissionais do jornalismo, mas também como cidadãos, decidimos arriscar. Nesta reflexão inaugural e arriscada, surpresa, angústia e também esperança são nossas companheiras. Isso devido à ameaça de um retrocesso político na recém-estabelecida democracia brasileira, já que os setores políticos e econômicos dominantes dessa sociedade se articulam em prol de um perigoso e reacionário projeto de lei anti-terrorismo que tem como objetivo o esvaziamento, a deslegitimação e a criminalização das manifestações populares que, há cerca de um ano, mudaram a face da participação cidadã brasileira. Quiçá essa ave de mau augúrio seja dispersada, para que o Brasil possa continuar em sua caminhada libertária de questionamento e participação rumo à incessante formação de consciência política de seu povo. Para dar conta da reflexão proposta, elencamos como objetivos: (1) caracterizar a cobertura da Mídia NINJA durante os protestos de junho/julho de 2013, buscando identificar e refletir sobre o que há nela de potência inovadora, do ponto de vista jornalístico; (2) verificar a repercussão dessa atuação junto aos profissionais de jornalismo que fomentam debates através de artigos como os publicados no portal brasileiro *Observatório da*

*Imprensa* (entre junho e agosto de 2013), pontuando esta reflexão com entrevistas com profissionais que trabalham cotidianamente nos grandes veículos comerciais; (3) esboçar um roteiro das problematizações que a experiência Mídia NINJA, no contexto por nós circunscrito, coloca tanto no âmbito da Teoria do Jornalismo como na prática profissional do jornalista.

Nesse sentido, torna-se necessário fazer um preâmbulo descritivo sobre o contexto da produção midiática brasileira. A crise que atravessa as empresas jornalísticas, no Brasil e no mundo, com a diminuição intensa de audiência, assinantes e, conseqüentemente, de anunciantes, não é resultado apenas da migração digital e das mudanças que ela traz nas práticas de comunicação e de interação na vida social - embora a mudança de paradigma tecnológico e suas particularidades intensifiquem a crise em várias direções.

Em 2000, a *Folha de S.Paulo* vendia 471 mil exemplares/dia, segundo dados Instituto Verificador de Circulação (IVC), e hoje vende 294 mil. O *Estado de S.Paulo* vendia 366 mil e, atualmente, 232 mil. Já o carioca *O Globo*, 336 mil e, agora, 267 mil. Juntos, somavam 1,173 milhões de jornais comercializados para uma população que, então, somava 170 milhões. Já era pouco, mas piorou. Afinal, há no Brasil 200 milhões de habitantes, embora as vendas das três publicações diárias mais prestigiadas do país totalizem 793 mil exemplares. Os números falam por si. Não é um fenômeno nativo. É global, como demonstra o gráfico que revela a acentuada queda de receita publicitária dos jornais americanos, a partir dos números da Newspaper Association of America (NAA).<sup>1</sup>

As corporações de comunicação se estruturam e funcionam como quaisquer outras no mundo globalizado: envolvidas com a produção de bens materiais, serviços ou cultura, as empresas estão interessadas no aumento paulatino e inexorável do lucro e do poder na tomada de decisões no mercado. No âmbito da Comunicação Social, as principais conseqüências dessa conjuntura são a formação dos conglomerados de mídia e seu poder de controle e seleção do fluxo de informação; a precarização do trabalho do jornalista; e o empacotamento e a homogeneização do produto-notícia em escala global. As questões que preocupam as empresas jornalísticas, hoje, são, em linhas gerais, a perda de público consumidor de seus produtos por conta da migração digital, a necessidade de criar um modelo de negócios lucrativo com as ferramentas e suportes midiáticos do ciberespaço, buscando conciliá-lo ou não com o modelo da comunicação massiva e a criação de produtos e serviços compatíveis com as potencialidades dos novos ambientes e demandas. Além dessas questões, há também um esforço incessante de apresentar uma visão de realidade e participar empresarialmente de projetos que estejam implicados com a mercantilização da cidade, da cultura, enfim, das experiências, da vida. A informação jornalística produzida nesse contexto é muitas vezes burocrática e inócua, o que é, em grande parte, conseqüência da otimização dos processos produtivos. Em vez de apuração e reportagem, o produto típico é “notícia-release” ou espetáculo de infotimento<sup>2</sup> (Kellner, 2004). As tensões

<sup>1</sup> Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed785\\_o\\_futuro\\_dos\\_jornaloes\\_e\\_a\\_ousadia\\_de\\_furos\\_online](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed785_o_futuro_dos_jornaloes_e_a_ousadia_de_furos_online). Acesso em 13/02/2014.

<sup>2</sup> Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/3901/3660>. Acesso em 12.12.2013..



internas à produção jornalística que se traduzem pela defesa da sua tarefa social de oferecer ao cidadão informações relevantes para a inserção na vida social democrática e a dificuldade de empreendê-la no contexto de uma indústria da informação preocupada em administrar o lucro no mercado dos produtos-notícia inscrevem o jornalista e o jornalismo numa tensão permanente e sem saída.

Especificamente em relação ao estado e à cidade do Rio de Janeiro, políticos de esquerda e pesquisadores, como o deputado estadual Marcelo Freixo, do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), e o professor Carlos Vainer, do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Ippur- UFRJ), apontam um “projeto autoritário de cidade”. Nele, grandes empresas promovem uma “limpeza urbana” que, em nome de megaeventos como a Copa do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos, intensifica (covardemente) a desigualdade social na efetivação de uma “cidade-negócio”. Um processo no qual a violência não se restringe às ações policiais das áreas empobrecidas a serem “limpas”: é uma violência necessariamente simbólica também, que, assustadoramente, reforça estigmas, preconceitos e injustiças para, paradoxalmente, dissimular e justificar este projeto urbano autoritário. Nessa “cidade-negócio” (re)produzida midiaticamente, o “recrutamento” massivo para eventos espetaculares (como a recente visita do Papa Jorge Mario Bergoglio ao Rio de Janeiro) e a cultura do medo (que implanta uma estratégica dialética de atemorização e tranquilização através da teatralização das Unidades de Polícia Pacificadora) traduzem a tentativa de solapar a cidadania ativa por uma cidadania do aplauso e uma legislação “de Talião”. Especificamente sobre o conglomerado de mídia das *Organizações Globo*, o deputado estadual do PSOL, Marcelo Freixo, afirma que

A Rede Globo é sócia deste projeto de cidade. E, não à toa, ela tem na UPP quase que uma patente. (...) A Rede Globo trata dessa cidade como grandes negócios. Ela é sócia, mesmo, inclusive nos negócios efetivados. A Fundação Roberto Marinho tem uma série de negócios com a secretaria de Educação, tanto do Estado quanto do Município. Isso envolve dinheiro, contratos, projetos. A Rede Globo tem, no projeto de cidade, uma cidade que ela defende. E também com um viés muito autoritário.<sup>3</sup>

Sustentando esse projeto, os jornalistas convivem com uma mais valia sem precedentes do fruto de seu trabalho, cuja reprodutibilidade multi-suportes da reportagem e da notícia não se traduz em participação nos lucros nem em comprometimento ideológico com a formação da livre consciência política do cidadão. A questão dos interesses econômicos e políticos das empresas jornalísticas continuam também como um grande entrave em relação à possibilidade do cumprimento efetivo da função social do jornalismo, desde há muito. Além disso, tem havido, nos últimos anos, no Brasil, uma oscilação quanto aos parâmetros para a regulamentação da profissão de jornalista, situação que ora exige, ora prescinde da obrigatoriedade

<sup>3</sup> Trecho da entrevista do Deputado Estadual do Rio de Janeiro pelo PSOL, Marcelo Freixo, disponível em <http://www.viomundo.com.br/denuncias/freixo-globo-e-socia-de-um-projeto-autoritario-de-cidade-e-trata-do-rio-como-de-grandes-negocios.html>, Acesso em 14.02.2014.

do diploma para o exercício do ofício. Por outro lado, jornalistas vislumbram, esperançosos, a possibilidade de atuarem no mercado da informação e da comunicação como produtores autônomos, opção viabilizada pelos relativamente baixos custos das operações na internet. Essa autonomia, entretanto, nem sempre se traduz na possibilidade de atuação como mediador fundamental em prol da construção de uma sociedade mais justa. Para sobreviver, tanto na pequena como na grande empresa de comunicação, é preciso atender às demandas do mercado ou oferecer um produto comunicacional necessário e competitivo.

A possibilidade de debater a cidade, em um lugar onde existe tamanho monopólio de informação, está prejudicado. Você não tem jornais, hoje, no Rio de Janeiro. Você tem fundamentalmente dois jornais, um deles muito pequeno. Então há um monopólio muito forte da informação no Rio. Por isso que as redes sociais, os sites, enfim, se tornaram elementos decisivos para que você possa fazer um debate mais honesto e mais profundo sobre essa concepção de cidade.<sup>4</sup>

É nesse contexto que o público experimenta as benesses e os constrangimentos da comunicação interativa: em meio à super-oferta de informação e à overdose de entretenimento, atuar, também, como produtor de conteúdo em sites, blogs ou redes sociais. Essa oportunidade ímpar de escolher, expor opiniões, fundir e difundir discursos e promover a própria imagem parece ser muito cara aos brasileiros em geral e aos cariocas e fluminenses em particular – concomitantemente ao fato de a cidade do Rio de Janeiro é mundialmente conhecida por ser um importante centro de produção audiovisual. Porém, se a interatividade na rede tem a potencialidade de tornar o público exigente, seletivo e questionador em relação à atuação massificadora das mídias jornalísticas tradicionais, ela, ao mesmo tempo, provoca performances passionais e, muitas vezes, nitidamente inexperientes e irresponsáveis no que tange à publicização de conteúdos. Curiosamente, essas implicações da participação individual na esfera pública mediada tecnologicamente apontam para o questionamento popular sobre a produção de informação jornalística. A web 2.0 tem despertado a atenção do público para algumas inaceitáveis distorções empreendidas pelos veículos noticiosos tradicionais – “inaceitáveis” no sentido de que veículos eletrônicos como as emissoras de televisão são *concessões públicas de prestação de serviço de radiodifusão aberta* para as quais a Constituição Federal (1988) prevê, em seu Capítulo V, direitos (o de livre expressão ideológica), deveres (a preferência a ser dada à programação com finalidade artística, cultural, educativa e informativa) e sanções (estabelecimento de meios legais que garantam ao cidadão a defesa contra conteúdos que desrespeitem valores éticos e sociais). Essa atenção ao conteúdo veiculado pelas grandes empresas de mídia provoca, inevitavelmente, o debate nas mídias sociais, particularmente no Facebook. Um debate cujas legitimidade e credibilidade têm sido postas em xeque através de qualificações pejorativas como “teorias conspiratórias” (Autran, 2014); de um arrogante preconceito linguístico que evidencia, pela transcrição literal (SIC), os erros de grafia cometidos por internautas

<sup>4</sup> Idem.

(idem); e a supressão de importantes, sólidos e bem estruturados argumentos que, amplamente compartilhados na rede, apontam lacunas importantes em versões oficiais publicadas na mídia empresarial (ibidem).

Na contramão dessas grandes corporações, movimentos populares do mundo todo vêm protestando veementemente não apenas contra a ordem econômica e a política mundial como também contra o teor das notícias produzidas pelos grandes conglomerados de mídia: o caráter vicioso, discriminatório e distorcido com que apresentam/representam os fatos, os personagens e a motivação dos protestos têm movido o questionamento das gentes sobre a produção de sentido que estas empresas socializam. Por outro lado, algumas iniciativas indicam que há uma demanda não atendida de abordagens, pautas e informações de cunho político e social que escapem do agendamento típico do contexto da comunicação massiva marcadamente monológica ou cuja “dialogia” é simulada pelas flutuações de mercado; iniciativas que escapem à produção de sentido marcada pela visão monolítica da realidade. Se, tradicionalmente, essas iniciativas vêm sendo chamadas de comunicação/mídia/ produção jornalística *alternativa*, elas hoje se desdobram em conceitos/práticas/projetos que apontam para narrativas interativas, mídia-ativismo e “apostas” como o *The Intercept*, empreendimento jornalístico na web que terá em sua equipe editorial o jornalista americano Glenn Greenwald, responsável por dar voz ao ex-analista de inteligência da *Central Intelligence Agency* (CIA) estadunidense, Edward Snowden.

Essas iniciativas colocam em questão o próprio conceito de *notícia*.

Tradicionalmente, o texto do que chamamos de “notícia” é uma narrativa com função referencial; é o encadeamento de uma sequência de elementos (fato, tempo, lugar, causa, modo, personagem, consequência) cujo objetivo é informar. De acordo com Sodré (1996), a notícia é um relato jornalístico de acontecimentos considerados relevantes para a compreensão do cotidiano; produz uma espécie de “história coletiva” contemporânea constituída por fatos jornalisticamente interpretados; é uma tecnologia não só cognitiva como também produtora do real. Para ele, o texto da notícia não tem nada de “novo”, uma vez que esta ideia está essencialmente ligada à *ruptura*. De fato, quando lemos uma notícia sobre um caso de corrupção envolvendo um político ou sobre o naufrágio de uma embarcação, estes fatos não trazem nenhum elemento de “ruptura” em relação às histórias (verídicas ou não) escandalosas ou trágicas com as quais temos contato. O que elas trazem, segundo Muniz Sodré, é *atualidade*. Ou seja: nosso interesse em ler estas notícias vem do fato de que elas se referem ao mais recente escândalo de corrupção ou à mais recente tragédia naval. É por isso que ele diz que a notícia tem “ponto rítmico”: suas histórias são como “eternos retornos” atualizados. A notícia é, para Sodré (1996), um singular estatisticamente esperado.

Se os temas que definem o que pode ser notícia (os critérios da noticiabilidade) não se caracterizam como elementos de ruptura, a forma pela qual esses temas têm sido veiculados (através das plataformas interativas da web 2.0) tem levantado questões sobre a potencialidade de uma *nova configuração narrativa do real*.

A novidade das narrativas produzidas pelos membros da Mídia NINJA diz respeito, tanto às possibilidades e limitações das tecnologias móveis e digitais, da comunicação em rede, quanto das propostas de um jornalismo que esteja livre dos entraves e determinações dos veículos comerciais e possa exercer sua função social em prol da construção ou consolidação de uma sociedade democrática. A Mídia NINJA surgiu como um dos setores no núcleo de comunicação da Casa Fora do Eixo, de São Paulo. Fora do Eixo é um coletivo de artistas e produtores culturais que atuam desde 2005 criando e divulgando projetos culturais, principalmente fora das grandes metrópoles brasileira. Os meios principais de divulgação da sua produção e atuação é sua página na rede social na internet, o Facebook (<https://www.facebook.com/midiaNINJA>). Com uma equipe inicial de 20 pessoas, mas uma rede colaborativa espalhada por todo o território nacional de 1500 pessoas, segundo seus membros fundadores, se dizem aberto a participação daqueles interessados em atuar nesse tipo de jornalismo. Durante as manifestações de junho/julho de 2013 alcançaram uma audiência de mais de cem mil pessoas com suas transmissões pela web.

No que tange à dimensão tecnológica, a produção audiovisual produzida pela Mídia NINJA permite a particularização de uma estética em que som e imagem são aquelas de uma certa precariedade, de baixa definição, mas cuja mobilidade e simplicidade permite uma circulação mais livre do narrador, permite ângulos inusitados, com a “espontaneidade” do que é possível ou está disponível na ocasião, sem muita produção ou estudo, ao vivo, aberto ao acaso, ao erro, ao imprevisível. Essa espécie de ruído ou “sujeira” do produto audiovisual, essa precariedade é sua própria força, seu próprio “valor-credibilidade” (Malini, 2013). Num certo sentido, reintroduz o mito da transparência ou da Teoria Jornalística do Espelho, questão a ser discutida em outra ocasião. Essa percepção de proximidade como o real se dá pela forma como esse tipo de tecnologia, onipresente em nossas vidas, afeta nossa sensibilidade, se apresenta como aparato necessário na mediação de nós, sujeitos, com o mundo e conosco mesmos. A narrativa em fluxo ou a transmissão-narração sem interrupção de cortes ou edição é como o próprio desenrolar da vida, a passagem do tempo, com a percepção da urgência do presente que se esvai, salvo e posto em evidência por esse narrador. O que expõe ou narra só não é infinito e rarefeito pelo devido ao comprometimento do midiativista que empreende a tarefa.

A concepção que os membros da Mídia NINJA têm do jornalismo pode ser tomada como a superação de entraves e mitos que limitam as potencialidades do jornalismo. Além da cobertura participativa dos acontecimentos e a convivência assídua com personagens envolvidos neles, como nas manifestações contra os aumentos de transportes coletivos ou na ocupação da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro, para pressionar por uma investigação empresas de ônibus municipais, os Ninjas propõem pautas sociais que não tem atenção dos conglomerados de mídia nacionais. Segundo Ivana Bentes<sup>5</sup>, eles também consideram importante que

<sup>5</sup> Disponível em <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14113-midia-ninja-um-fenomeno-de-jornalismo-alternativo-que-emergiu-dos-protestos-no-rio-de->. Acesso em 14.02.2014.

fique claro o posicionamento, a comoção e a vontade de participação dos repórteres diante do fato que julgam relevante que seja conhecido pelos partícipes da sociedade, pois entendem como impossível e indesejável a suposta neutralidade. Consideram fundamental que sejam ouvidos tantos testemunhos quantos forem importantes para apresentar os fatos na sua complexidade, dando voz a personagens que geralmente são excluídos pela mídia ou pela estrutura social.

Tanto para a reflexão teórica como para a prática profissional, iniciativas como a da Mídia NINJA reforçam a noção de que todo enfoque normativo sobre o funcionamento dos meios aponta para o fato de que a imprensa molda suas notícias de acordo com as estruturas sociais, políticas e econômicas nas quais está inserida. A partir desta ideia, Kunczik (2002) reflete sobre a imprensa a partir de dois abrangentes vieses conceituais: a teoria autoritária e a teoria liberal. A primeira e mais antiga, a teoria autoritária, remonta ao século XVI, quando surgiu a filosofia estatal do absolutismo. Nesta época, o papel da imprensa era o de promover a política do governo e servir ao Estado, o que levava os editores a serem controlados e censurados. Com o Iluminismo e o conseqüente crescimento das liberdades políticas, econômicas e religiosas, o papel da imprensa se inverteu: ela passou a buscar a “verdade” e a controlar o Estado em vez de servi-lo. Surge, então, a teoria liberal, que teve seu apogeu no século XIX e que trouxe à tona as noções do jornalismo como “quarto poder” e do “livre mercado de ideias”. Com o tempo, a teoria autoritária apontaria para os meios de comunicação como extensões do governo, mas sem objetivar o lucro financeiro. Já a teoria liberal, para Kunczik (2002), desembocaria na responsabilidade social: como o financiamento comercial do “livre mercado de ideias” trouxe prejuízos ao público (uma vez que a auto-regulamentação e o auto-controle dos meios de comunicação de massa são fantasias), a imprensa não só deve ser livre como também socialmente responsável, servindo ao sistema político para que haja acesso aos atos públicos; informando o público para que ele adote ações autônomas; protegendo os direitos do indivíduo através da vigilância sobre o governo; servindo ao sistema econômico através da publicidade; e preservando sua autonomia financeira.

Assim, a partir do século XIX, buscar-se-ia aproximar o jornalismo do método científico, tendo como princípio básico a separação entre fatos e opiniões através de uma linguagem neutra, o que faria do jornalista um mero observador desinteressado do real. Este “sujeito observador” nos abre entendimento para a teoria do *gatekeeper*, que privilegia a ação pessoal do jornalista, uma vez que diz respeito ao poder de decisão que determinados indivíduos têm na seleção das informações que irão para o noticiário. Esta ideia reforça a noção de intencionalidade na produção noticiosa, bem como o poder exercido pelo jornalista e a questão do fluxo da informação na sociedade contemporânea. Por outro lado, a teoria do *newsmaking* diz que o jornalismo ajuda a construir a realidade, em vez de apenas refleti-la. Construtivista, esta teoria aceita que as notícias são vinculadas à realidade, mas também são determinadas pela organização do trabalho jornalístico e pelos processos de produção

noticiosa. Isto porque a superabundância de fatos no cotidiano necessita de uma organização produtiva que segue uma rotina industrial. Concomitantemente, como as normas de produção são mais importantes que as preferências pessoais, o jornalista se submete a um planejamento produtivo no qual a seleção dos fatos e a maneira de abordá-los são cruciais. Nesse sentido, a teoria organizacional prega que o trabalho jornalístico depende dos meios utilizados para sua efetivação. Como o objetivo primeiro das organizações midiáticas é o lucro, esta teoria nos diz que o alcance (ou a audiência) das mensagens noticiosas é determinante no trabalho jornalístico. Isto equivale a dizer que o jornalista é um indivíduo que acata a política e as normas editoriais da empresa na qual trabalha em detrimento de suas escolhas e de seus valores pessoais. De acordo com esta ideia, o jornalista não orienta suas escolhas pensando no público e sim nos superiores, no mercado das notícias e no lucro. Aqui, cinco padrões de manipulação seriam engendrados pela notícia (BIONDI, 1996): com a *ocultação*, determinados fatos são banidos do noticiário; através da *fragmentação*, os fatos noticiados seriam desconectados de seus antecedentes, de suas consequências e de sua relação com outros dados do noticiário; pela *inversão*, a opinião sobre o fato é priorizada em detrimento de sua descrição; a *indução* seria a produção de uma realidade artificialmente inventada; e, finalmente, o padrão *global* possibilitaria a apresentação da realidade como algo absoluto.

Porém, afirmar que a mídia em geral e o jornalismo em particular determinam cruamente o pensamento dos indivíduos é ingenuidade. Mais correto seria dizer que apontam, orientam e pautam sobre o que pensar, discutir, trocar e compartilhar. Nesse sentido, Barros Filho (2003) sistematiza duas clássicas hipóteses ligadas ao jornalismo: a hipótese do “*agenda setting*” (ou agendamento) e a hipótese da “*espiral do silêncio*”. Ambas partem do princípio de que a seleção que a mídia faz de determinados temas a serem veiculados é paralelo ao “apagamento” dos demais assuntos que não são por ela “iluminados”. No que diz respeito especificamente à ideia central da hipótese do “*agenda setting*”, Walter Lippmann, em 1922, já destacava o direcionamento da atenção dos leitores para determinados temas apontados pela mídia como sendo de “interesse coletivo”. Para ele, o conhecimento que as pessoas têm do mundo exterior é formado pela seleção midiática de determinados símbolos do mundo real. Posteriormente, em 1972, Maxwell McCombs e Donald Shaw cunharam a expressão (“*agenda*” = pauta e “*setting*” = fixação, determinação) após constatarem que o principal efeito provocado pela imprensa é produzir a imbricação entre a agenda midiática e a agenda pública.

De acordo com Barros Filho (2003), os fatores que condicionam o “*agenda setting*” estão ligados à mensagem e à recepção. Nesta, um dos fatores determinantes seria a necessidade de orientação que o público tem, necessidade esta que é condicionada pelo interesse e pelo grau de incerteza do receptor em relação a determinado assunto. No que diz respeito à mensagem, a maioria dos estudos do agendamento dizem respeito a temas políticos, uma vez que apontam em que medida a mídia interfere na luta política pelo poder. O conteúdo destas mensagens,



por sua vez, é determinado pela possibilidade de personalização do conteúdo da informação; pela possibilidade de dramatização (geralmente) através de um conflito; e pela dinamização do tema que torna possível que o receptor constata uma ação ou um acontecimento. Concomitantemente a estas três características, a seleção de determinado conteúdo a ser veiculado em determinada mídia também é influenciada pela veiculação operada pelos outros meios e mídias. Ainda em relação ao conteúdo da mensagem, o autor destaca a diferenciação que deve ser feita entre os assuntos “temáticos” e os assuntos de “acontecimento”. Os primeiros se referem a reflexões sobre problemas sociais e preocupações públicas, como o desemprego, a corrupção ou a inflação, por exemplo. Os demais dizem respeito a fatos concretos e, geralmente, caracterizados pelo elemento surpresa, como um terremoto, um acidente ou uma final de campeonato, por exemplo. Porém, esta divisão não é rígida, uma vez que um assunto inicialmente caracterizado como “acontecimento” pode vir a se tornar “temático”. O meio no qual a mensagem é veiculada também condiciona o agendamento. Ainda segundo o autor, há mais agendamento através das mensagens impressas do que das eletrônicas. Nestas últimas, o “agenda setting” televisivo ocorre em relação às informações de caráter geral e tem maior probabilidade de influenciar a agenda pública “quando a cobertura de um tema específico é feita de maneira intensiva em um curto espaço de tempo” (Barros Filho, 2003: 192).

Criada por Elizabeth Noelle-Neuman em 1972, a hipótese da espiral do silêncio tem como ponto de partida o medo que os indivíduos têm do isolamento social, medo este que os faria expressar opiniões concordantes com a opinião dominante (imposta pelos meios de comunicação). O silenciamento das opiniões minoritárias seria cíclico e progressivo, o que explica a ideia de espiral. Ou seja: quanto mais dominada, maior a tendência de uma opinião não ser manifestada. Os fatores que produzem esta espiral do silêncio são a acumulação, representada pela visibilidade exagerada que determinados assuntos têm na mídia; pela ubiquidade, representada pela sensação de que a mídia pode estar em todos os lugares; e pela consonância dos assuntos na mídia, representada pela abordagem semelhante dos mesmos temas feita pelos diferentes veículos e mídias. Barros Filho (2003) nos chama a atenção para o fato de que

Essa consonância tendencial não só dá ao conjunto dos produtos informativos, e indiretamente a cada informação mediatizada em separado, uma maior ou menor aparência de objetividade, como também permite aos meios canalizar um só fluxo de opinião, impondo-o como dominante (Barros Filho, 2003: 210).

A teoria da espiral do silêncio mostraria, assim, que o medo do isolamento social que leva ao silenciamento seria um obstáculo às mudanças e um mantenedor do *status quo*. E isto seria facilitado pelo acesso que uma minoria dominante tem aos meios de comunicação de massa. Porém, atualmente, as mídias sociais têm levado a pensar se o *silenciamento não estaria se transformando em isolamento social*. Não porque uma grande narrativa coletivamente produzida no dia a dia nos coloque em contato efetivo com *um outro*, mas sim porque ela abre a possibilidade do

*pertencimento* tanto de *mesmos* como de *outros*: de um “eu” e um “tu” que germine um “nós” da mesma forma que um “global” e um “ninja” constituam uma possibilidade de mediação – de uma produção de sentido mais como negociação que como mero “negócio”; de um agendamento mais de mediações que de meios; de um *news-making* mais expressivo que expansivo; e de *gatekeepers* que naveguem no fluxo de informações em vez de serem arrastados pela lógica industrial delas.

Seja como for, uma coisa parece surgir inevitavelmente com novo horizonte midiático: a experiência narrativa do mundo como construção e participação do homem no mundo.

A atuação da Mídia Ninja na cobertura das manifestações produziu impacto no público que busca informação na internet e nas redes sociais, como, também, entre os jornalistas, professores de jornalismo e até mesmo na mídia tradicional, atingida que foi pela migração da audiência para a transmissão dos membros do NINJA, na internet. Para entender dimensão e os termos da repercussão destacaremos alguns os eixos de discussão mais importantes para entender a problematização que o acontecimento NINJA trouxe para o universo teórico e prático do jornalismo.

O *Observatório da Imprensa* foi escolhido como universo de pesquisa pois é um *site* de *media criticism* criado em 1998, por Alberto Dines, um jornalista com uma longa história tanto como profissional da imprensa, quanto como promotor da reflexão sobre a produção jornalística no Brasil e no mundo. Os marcos temporais do universo de pesquisa dos artigos sobre a Mídia NINJA, no site, são junho/julho - porque são os meses em as manifestações ganham intensa cobertura midiática; e agosto - pela enorme repercussão da presença de Pablo Capilé e Bruno Torturra, representantes NINJA, no programa *Roda Viva*, da TV Brasil, no dia 05/08/2013.)

Além dos artigos<sup>6</sup> do *Observatório da Imprensa*, fizemos entrevista com dois jornalistas, profissionais atuantes, com ampla experiência em veículos da grande imprensa. Essas breves considerações a respeito das observações e declarações dessa diversidade de profissionais terão o caráter de considerações finais.

Um dos eixos de discussão é o impacto das redes sociais como universo livre e rico para se obter informação relevante e como meio de mobilização e transformação social. Há aí nessas discussões tanto uma crítica ao modo de produção e circulação de informação da mídia tradicional, bem como o reconhecimento necessário entre comunicação e atividade política e, até mesmo revolucionária. William Nunes, em seu artigo *A abertura da TV aberta e o jornalismo eu-cêntrico* alerta: “se você quer saber o que acontece durante as manifestações, faça isso pelas redes sociais”<sup>7</sup>. Já Sylvia Moretzsohn, em *Redes Sociais, boatos e jornalismo*, alerta que a fluidez do mundo virtual é particularmente suscetível aos boatos e histórias sem fundamento e, também, às reações passionais, irrefletidas, por isso, segundo ela: “não é possível, simplesmente, substituir a informação jornalística pelo que circula na internet, por

<sup>6</sup> Os autores e artigos citados estão disponíveis nas edições entre os números 749 e 758 do site *Observatório da Imprensa*.

<sup>7</sup> Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed752\\_a\\_cobertura\\_da\\_tv\\_aberta\\_e\\_o\\_jornalismo\\_eu\\_centrico](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed752_a_cobertura_da_tv_aberta_e_o_jornalismo_eu_centrico). Acesso em 02.02.2014.

mais que as redes também sejam uma riquíssima fonte de informação e expressão da criatividade e da irreverência [...]”<sup>8</sup>.

Outro aspecto absolutamente relevante é a discussão se o que a Mídia NINJA faz é pré- jornalismo, jornalismo autêntico ou pós- jornalismo. Alguns autores reconhecem a novidade e a potência da cobertura com câmeras de smartphone e sem desqualificar a importância da iniciativa, apontam aspectos rudimentares da narração. Para Castilho: “a cobertura está longe de ser tecnicamente perfeita. Imagens fora de foco, iluminação deficiente, câmera instável e narrativa geralmente testemunhal”<sup>9</sup>. Segundo Castilho, a atuação da Mídia NINJA tem uma intensidade que está ausente da cobertura televisiva brasileira atual.

Outro eixo de discussão é qualificação ou não da Mídia NINJA como mídia alternativa. Enquanto alguns articulistas, como Antonio Brasil<sup>10</sup> e Elizabeth Lorenzotte<sup>11</sup> defendem a inovação surpreendente, o rompimento de paradigmas, outros, como Alberto Dines<sup>12</sup>, procuram inseri-los numa linhagem de produção jornalística alternativa que incluem o responsável pelo primeiro periódico impresso brasileiro, Hipólito da Costa, produzido e impresso fora do Brasil, sob censura, e a produção jornalística de oposição da década de 1960/1970.

Com mais de quatro mil matérias assinadas no jornal impresso *O Dia nos últimos 20 anos*, o jornalista Francisco Edson Alves acumula prêmios como o *Tim Lopes de Jornalismo Investigativo* de 2006 e o *World Yong Reader Prize 2003* concedido pela *Word Association of Newspapers* (WAN). Para ele, é preciso tomar cuidado com a afirmação de que não há manipulação nas transmissões da Mídia NINJA, apesar da proposta válida que o grupo tem de fazer um jornalismo cidadão em um formato que tem obrigado o que ele chama de “imprensa oficial” a repensar seus conteúdos.

A mídia ninja entrou em evidência porque as pessoas começaram a obter informações em tempo real, mais próximas dos protestos que estão sacudindo o Brasil desde meados de 2013. Diferente do formato antigo da grande imprensa, que não soube, pelo menos no primeiro momento, ler de maneira mais ágil os acontecimentos nas ruas nem fazer como a internet, que transmitiu os acontecimentos ao vivo, filmando, fotografando e, principalmente, ouvindo depoimentos no auge dos conflitos. Esse diferencial (rapidez da informação ao público) é o grande mérito da Ninja. Basta um celular com boa capacidade tecnológica e um narrador para que os fatos se espalhem rapidamente nas redes sociais. Há claramente cortes no material. Na mídia oficial, esses cortes se dão em função da política dos patrões; na Mídia Ninja, as informações chegam sempre com imagens mostrando apenas o lado dos manifestantes mais exaltados. Os colegas da Mídia Ninja chegam a dormir em acampamentos montados por manifestantes. Essa isenção, com o objetivo claro de sempre mostrar e ouvir os dois lados, tem que haver sempre. Do contrário, ambos caem em desgraça<sup>13</sup>.

<sup>8</sup> Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed751\\_redes\\_sociais\\_boatos\\_e\\_jornalismo](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed751_redes_sociais_boatos_e_jornalismo)

<sup>9</sup> Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/o\\_pos\\_jornalismo\\_entra\\_em\\_cena\\_nas\\_manifestacoes](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/o_pos_jornalismo_entra_em_cena_nas_manifestacoes)

<sup>10</sup> Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed752\\_cobertura\\_na\\_tv\\_subiu\\_no\\_telhado](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed752_cobertura_na_tv_subiu_no_telhado)

<sup>11</sup> Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a\\_revolucao\\_sera\\_pos\\_televisonada](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_revolucao_sera_pos_televisonada)

<sup>12</sup> Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/hipolito\\_da\\_costa\\_era\\_ninja](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/hipolito_da_costa_era_ninja)

<sup>13</sup> Trecho de entrevista de Francisco Edson Alves concedida, por e-mail, as autoras deste artigo, em 14.02.2014.

Para o jornalista, a mídia tradicional e a Mídia NINJA deveriam ser na construção dos atuais fatos sociais. De um lado porque a mídia tradicional tem aprendido com a Mídia NINJA. De outro porque falta à Mídia NINJA um formato específico, algo que seus próprios integrantes estão tentando buscar, uma vez que se trata de um fenômeno novo.

Para levar a verdade dos acontecimentos aos cidadãos, a concorrência é saudável, válida, mas não a ponto de uma mídia se sobrepor a outra numa espécie de canibalismo. Hoje, percebo que na grande imprensa os furos de reportagem interessam e preocupam mais a quem produz e publica a informação que o grande público<sup>14</sup>.

Alves também ressalta que a Mídia NINJA trabalha com rapidez, “como deve ser em qualquer meio de comunicação hoje em dia”, mas chama a atenção para o fato de que, as imagens NINJA raramente mostram os policiais sendo insultados ou feridos por manifestantes com rostos cobertos, ao mesmo tempo em que são inúmeros os relatos e imagens veiculados de ativistas “exibindo orgulhosamente seus ferimentos” depois de grandes conflitos. “Para levar qualquer tipo de informação ao público é necessário, seja Ninja ou tradicional, responsabilidade acima de tudo”, ele afirma. Dizendo desconhecer a hierarquia de decisões editoriais da Mídia Ninja, Alves critica o fato de os repórteres do grupo protagonizarem as matérias. “Jornalistas devem levar a notícia e não ser notícia. Salvo em casos extremos, como no caso da morte de um profissional”. Nesse sentido, ele considera o agendamento midiático necessário e “importante por causa da grande gama de informações que chegam às redações”. Apontando o “problema” da escolha sobre o quê noticiar, Alves concorda que essas decisões estão atreladas aos interesses dos anunciantes.

Se uma prefeitura paga milhares de reais num anúncio de página inteira, certamente as mazelas dessa prefeitura não serão noticiadas na sua essência mas sim maquiadas. Nesse ponto, acho que a Mídia Ninja leva vantagem, mesmo estando supostamente ligada a determinados partidos políticos<sup>15</sup>.

É aí que ele aponta as semelhanças e diferenças entre os dois tipos de atores que produzem a informação: “Os jornalistas sérios, de ambas, querem levar a notícia verdadeira aos cidadãos. Ambos diferem na das matérias e a Mídia Ninja, por ser mais ágil, tem levado vantagem e dado exemplo”.

Com uma extensa experiência profissional, o editor-chefe do telejornal *SBT Rio*, Humberto Nascimento, foi repórter do jornal *O Dia*, das rádios *JB* e *Continental*, roteirista na extinta *TV Manchete* e editor-chefe na *Rede Record* e na *TV Bandeirantes*. Para ele, o ato de escrever, de “escolher as palavras com as quais você pretende informar” é um ato passional que não está imune ao que se esconde por trás dos adjetivos. “Manifestante radical ou vândalo?”, ele pergunta. “Eis um exemplo clássico que remonta à mesma divisão vivida pela imprensa brasileira na década de 70, em plena censura: guerrilheiro ou terrorista?”. De acordo com o jornalista, os rótulos

<sup>14</sup> idem.

<sup>15</sup> Ibidem.

nem sempre são uma decisão editorial e podem “brotar de forma espontânea na redação”. Para ele, a importância das transmissões da Mídia NINJA está no fato de que elas desconstruem o mito de que a grande imprensa detém o direito exclusivo de informar: “O Mídia NINJA é parte da rua. Não podemos estar em todos os lugares ao mesmo tempo, mas o Mídia NINJA pode”. Apostando na tendência de que, no futuro, não haverá jornalismo sem interatividade, Nascimento também chama atenção para o principal desafio dessa prática: a de não ceder ao imediatismo irresponsável.

Quanto mais se transmite, menos tempo você tem para apurar, portanto aumentam as chances de informações distorcidas e propagação de boato perante o fato concreto. Jornalismo não é só narração do que se vê, mas também pesquisa e investigação. E para se investigar com qualidade você precisa ter fontes nos dois lados de um conflito, por exemplo. O Mídia Ninja, por sua própria característica, representa apenas um lado. Em qualquer transmissão, você sabe que haverá a vitimização dos manifestantes mais radicais<sup>16</sup>.

Defensor do diploma de jornalista para o exercício da profissão e a continuidade da capacitação profissional, Nascimento considera que a semelhança entre a Mídia NINJA e a tradicional se resume apenas ao ato de ligar a câmera: “Todo o resto é diferente, inclusive a mão de obra. Mídia Ninja pode ser qualquer um. Não precisa ser jornalista”.

Segundo Bucci (cit. em Gomes, 2003), o jornalismo consolida aquilo que chamamos de realidade em vez de “retratar a realidade”. Para o autor, o fato jornalístico já nasce como relato, uma vez que isto dará a ele um sentido narrativo. Um episódio pode nascer como evento, cena, imagem ou ícone e é a notícia que, como elemento discursivo, funcionará como elo de um discurso maior. Estes eventos, imagens, ícones ou cenas são o que o autor chama de “atos de fala”, que interferem no discurso do mundo sobre o mundo para alcançar visibilidade e, conseqüentemente, a condição de notícia. “Entender os fatos é, quase sempre, entender o discurso que eles procuram articular por meio dos relatos jornalísticos” (Bucci cit. em Gomes, 2003: 10). Um fato seria, assim, a versão que ele gera, o que equivaleria a dizer que a realidade não antecede o discurso: o que chamamos de realidade é sempre a realidade discursiva. Porém, os jornalistas, frequentemente, não se dão conta da separação entre fato e relato, supondo que os eventos sempre se dão independentemente da presença ou do olhar do observador. Para o autor, o fluxo das notícias ordena os fatos e o discurso jornalístico é o ordenador daquilo que chamamos realidade. E a realidade, por sua vez, é composta pelos significados que compõem a comunicação social. O discurso jornalístico hierarquiza sentidos e valores, preconiza condutas e modos de falar e separa o dizível do indizível, exercendo uma função normatizadora e punitiva a partir de um mundo que só existe porque é descrito. Apesar disto, o autor ressalta a importância do papel democrático desempenhado pelo jornalismo, o que justifica sua crítica em relação à tão falada “neutralidade”. Aqui, abre-se a questão em relação à tarefa (pertinente ao jornalismo) de produzir textos não-ficcionais: uma tarefa que

<sup>16</sup> Trecho de entrevista de Humberto Nascimento concedida, por e-mail, as autoras deste artigo, em 14/02/2014.

parte da coleta das informações, passa pelo entendimento sobre elas e desemboca em sua transmissão ao receptor.

É em função disto que Kovach & Rosenstiel (2003) afirmam que a essência do jornalismo é a disciplina da verificação, uma vez que é ela que separa esta área de atuação do entretenimento, da propaganda, da literatura e das artes. Para os autores, esta disciplina da verificação compreende métodos muito pessoais, mas também parte, de forma geral, do conceito da objetividade. Inicialmente, o termo apareceu para que os jornalistas desenvolvessem uma forma eficaz de testar a informação para que seus preconceitos pessoais ou culturais não prejudicassem a exatidão de seu trabalho. Ou seja: para incutir uma espécie de “espírito científico” no trabalho jornalístico, que deveria dar um enfoque transparente às provas disponíveis para relatar os fatos.

A introdução da tecnologia no dia-a-dia do jornalismo, porém, enfraquece a metodologia de verificação criada pelos jornalistas, uma vez que a facilidade na obtenção, na reescrita e no redirecionamento dos fatos debilita o processo de checagem: gasta-se mais tempo procurando dados e declarações para serem acrescentados a uma matéria ou reportagem do que investigando-os. Em lugar do “jornalismo de verificação”, emerge o que os autores chamam de “jornalismo de afirmação”, no qual os jornalistas se ocupam mais em sintetizar a grande massa de informações, principalmente as da internet. Isto faz com que os dois grandes princípios da isenção e do equilíbrio se tornem meras técnicas de fachada. Ou seja: uma boa reportagem não é aquela que simplesmente apresenta as declarações de “ambos os lados”, não só porque uma história pode ter mais de dois lados como também porque, às vezes, pode ter apenas um. O aprimoramento da qualidade da informação e da discussão pública pode, segundo os autores, ser conseguido através da melhoria da disciplina da verificação, que deve ser mais consciente. Para reforçar o jornalismo de método objetivo, a ciência da reportagem deve seguir cinco princípios: nunca acrescentar o que não existe; nunca enganar o público; ser transparente sobre os métodos e motivos da reportagem; confiar apenas no próprio trabalho de investigação; trabalhar com humildade.

Se uma informação não puder ser checada, verificada, não deve ser utilizada. É por isso que os autores afirmam que reconstruir diálogos, utilizar personagens compostos, sintetizar os fatos e transportar pessoas no tempo são “truques” que não devem ser utilizados pelos jornalistas. Ao utilizar uma citação, a troca de palavras que não seja para corrigir erros gramaticais deve ser sinalizada ao público. Ao utilizar citações que não testemunhou, o jornalista também deve indicar que a reconstituição deste diálogo foi precedida de verificação. Outra questão está no fato de que o público deve ser informado sobre “como sabemos o que sabemos”: quais são nossas fontes, o que essas fontes sabem, que preconceitos elas demonstram e, principalmente, se há relatos conflitantes com os delas. Isto traduz o que os autores chamam de “regra da transparência”, que é o elemento mais importante para a melhoria da disciplina da verificação. É ela que permite que o público julgue a validade da



informação veiculada, o processo através do qual ela foi obtida e os motivos pelos quais o jornalista julgou importante transmiti-la. Concomitantemente, o empenho do jornalista em ser transparente é fundamental para mostrar seu compromisso com a verdade, é uma das chaves para a credibilidade.

Tal e qual o princípio que orienta o método científico, o jornalismo deve explicar como conseguiu determinada informação e porque confia nela: é isto o que vai fazer com que o público possa e queira reproduzir esta informação. Em todas estas técnicas de verificação, os autores ressaltam a importância do comprometimento com a verdade, ou seja: os jornalistas devem aplicar métodos transparentes e sistemáticos de verificação para poderem, como diz BUCCI, fazer com que as pessoas entendam os fatos, o que é, quase sempre, entender o discurso que eles procuram articular por meio dos relatos jornalísticos. Ou midiáticos. Ou NINJA. Mas que, jornalistas ou não, que possamos exercitar a narrativa como forma de estar. No mundo e com os outros.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Autran, P. (2014). Na web, as teorias da conspiração. *Jornal O Globo*, 14/02/2014, 2ª edição, p. 15.
- Barros Filho, C. (2003). *Ética na comunicação*. São Paulo: Summus.
- Biondi, A. (1996). *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Erbolato, M. (2001). *Técnicas de codificação em jornalismo: redação, edição e captação em jornal diário*. São Paulo: Editora Ática, 2001.
- Freixo, M. (2014). *Viomundo – O que você não vê na mídia*. Entrevista disponível em <http://www.viomundo.com.br/denuncias/freixo-globo-e-socia-de-um-projeto-autoritario-de-cidade-e-trata-do-rio-como-de-grandes-negocios.html>. Acesso em 14.02.2014.
- Gaspari, E. (2013). *A PM Começou Batalha na Maria Antônia*. Disponível em <http://oglobo.globo.com/pais/a-pm-comecou-batalha-na-maria-antonia-8684284>. Acesso em 12.02.2014.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2003). *Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público deve exigir*. São Paulo: Geração Editorial.
- Kunczik, M. (2002). *Conceitos de jornalismo*. São Paulo: Edusp.
- Lage, N. (2003). *Estrutura da notícia*. São Paulo: Editora Ática.
- Malini, F. (2013). *Mídia NINJA. A disputa do poder midiático*. Disponível em <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/522589-o-que-esta-em-jogo-e-a-disputa-pelo-poder-midiatico-entrevista-especial-com-fabio-luiz-malini-de-lima>. Acesso em 10.02.2014.
- Marcondes Filho, C. (1986). *O capital da notícia – Jornalismo como produção social da segunda natureza*. São Paulo: Ática.
- Maricato, E. et alii. (2013). *Cidades Rebeldes: Passe Livre e as Manifestações que Tomaram as Ruas do Brasil*. São Paulo: Boitempo Editorial: Carta Maior.
- Rabaça, C. A. & Barbosa, G. G. (2001). *Dicionário de comunicação*. Rio de Janeiro: Campus.

- Ribeiro, M. (2014). O futuro dos jornalões e a ousadia dos furos on line. *Observatório da Imprensa*. Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed785\\_o\\_futuro\\_dos\\_jornaloes\\_e\\_a\\_ousadia\\_de\\_furos\\_online](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed785_o_futuro_dos_jornaloes_e_a_ousadia_de_furos_online). Acesso em 13/02/2014.
- Santos, M. (2000). *Por uma outra globalização*. Rio de Janeiro: Ed. Record.
- Siebert, F.; Peterson, T. & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press*. Illinois: Urbana.
- Sodré, M. (1996). *Reinventando a cultura – A comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Traquina, N. (2001). *O estudo do Jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos.

### **OUTRAS REFERÊNCIAS**

- Alves, F. E. Entrevista concedida por e-mail às autoras em 14/02/2004.
- Governo Federal (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 14.02.2014.
- Nascimento, H. Entrevista concedida por e-mail às autoras em 14/02/2004.

## **Analisando a cobertura jornalística de Relações Exteriores: a reação do Brasil às denúncias de espionagem dos EUA a partir dos sites BBC Brasil e VEJA.com**

IVAN BOMFIM

ivanbp17@yahoo.com.br

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

### **Resumo**

No presente trabalho, analisamos notícias publicadas pelos sites da BBC Brasil e VEJA.com acerca do discurso da presidente do Brasil, Dilma Rousseff na Assembleia Geral da ONU, em setembro de 2013. O pronunciamento acabou se constituindo numa forte reação do governo brasileiro às denúncias de espionagem por parte dos Estados Unidos – segundo o ex-agente da NSA Edward Snowden, o Departamento de Defesa norte-americano teve acesso a comunicações pessoais de Dilma. Observamos que o processo de contextualização das informações, essencial à compreensão das notícias do exterior (Aguiar, 2008; Bomfim, 2012), é realizado de maneira distinta entre os dois veículos noticiosos. Embora sejam notados elementos que identificam as coberturas ao que Marthoz (2008) define como jornalismo *glocal*, a construção das notícias implica em diferentes horizontes interpretativos.

**Palavras-Chave:** Cobertura política externa; jornalismo internacional; Dilma Rousseff; relações exteriores

---

### **A COBERTURA JORNALÍSTICA DA POLÍTICA EXTERNA**

A discussão da cobertura realizada pela BBC Brasil<sup>1</sup> e Veja.com<sup>2</sup> sobre o discurso da presidente Dilma Rousseff na Organização das Nações Unidas (ONU), em 24 de setembro de 2013, deve ser compreendida a partir da dinâmica noticiosa referente às relações entre os Estados, no contexto do jornalismo internacional. Esta editoria costuma aglutinar diversos gêneros e temáticas tendo como base a percepção de assuntos internos ou externos às fronteiras nacionais, numa definição de matriz geográfica.

As agências de notícias são as principais fontes da editoria e, ao estabelecerem fluxos noticiosos em âmbito mundial, permitiram a existência do próprio jornalismo internacional, como afirmam Aguiar (2008; 2013), Boyd-Barrett (1998) e Natali (2004). Devido aos altos custos para manutenção de correspondentes e de enviados especiais, o trabalho realizado por empresas como Reuters (Grã-Bretanha), AP (EUA), AFP (França) e EFE (Espanha) permite a publicação de acontecimentos do mundo inteiro. Sublinhamos que a conformação de grandes empresas apoiadas pelo poder dos países considerados desenvolvidos é significativa: mesmo que atuem

---

<sup>1</sup> <http://www.bbc.co.uk/portuguese/>

<sup>2</sup> <http://veja.abril.com.br/>

globalmente, as agências não devem ser consideradas dissociadas das representações de nacionalidade. Isto quer dizer que, dentre as decisões “objetivas” da própria constituição do relato jornalístico, por exemplo, há subjetivamente a efetivação da visão etnocêntrica – um “olhar o mundo” que só é possível a partir de uma representação identitária.

A mecânica de construção da notícia sobre o exterior é definida como pré-mediaticizada, segundo Aguiar (2008), porque o trabalho de apuração dos acontecimentos é realizado à distância, além de dependente de outras mídias. É significativa a utilização de fontes oficiais, o que expressa, em geral, um fator de credibilidade, e também porque as outras notícias distribuídas pelas agências possuem um núcleo fundador que, anonimamente, costumam servir como fonte de diversos veículos jornalísticos. Três aspectos desta dinâmica podem ser destacados: o custo de manutenção de correspondentes é proibitivo para maioria das empresas; em decorrência, cria-se homogeneidade dos conteúdos noticiosos, assim como da forma destes; por fim, como as notícias das agências indiciam acontecimentos para que as empresas enviem correspondentes, elas acabam funcionando como alarme sobre o que está acontecendo no mundo. Seria de esperar que o desenvolvimento das chamadas Novas Tecnologias de Informação e Comunicação modificasse esse panorama. Todavia, observa-se o contrário, dizem Aguiar (2008) e Marthoz (2008: 23, tradução nossa), para quem as persistentes relações de poder entre o Norte e o Sul se passam “também no mundo da mídia, dominado pela lógicas econômicas e financeiras que condicionam e ‘mercantilizam’ o tratamento das informações” e esse “casamento” entre grupos de imprensa e setores industriais e financeiros decorre em consequências na natureza e qualidade das informações noticiosas que circulam globalmente.

As escolhas engendradas nas dinâmicas que envolvem o noticioso global são relevantes para compreendermos o papel essencial que a atividade das agências possui na estruturação do conhecimento sobre o mundo – e, especialmente, sobre como pode ser entendida a “atuação” de um país a partir da cobertura jornalística. A construção do noticiário internacional, sumariamente dependente de uma estrutura que contempla a atuação das agências, estabelece horizontes de compreensão do espaço e formas de contato das unidades estatais.

Entre as resultantes desse processo, Baldessar (2008: 8), aponta que a “hegemonia das agências na produção e distribuição de notícias, por um longo período, formou várias gerações de jornalistas que observam o mundo sob a ótica do Centro e isso traz como consequência a Periferia consumir mais notícias sobre o que, aos olhos dela, é a parte mais importante do mundo”. Devemos nos atentar para a trajetória de constituição de representações valorativas bastante claras do espaço mundial. A relação Centro-Periferia pode ser notada a partir de diversas concepções, como a ampla cobertura dos acontecimentos que têm vez nos EUA e Europa em detrimento às informações sobre países da Ásia, África e América Latina. Como observa Natali (2004), em geral essas regiões são noticiadas quando da irrupção de conflitos ou de acontecimentos “exóticos”: notícias que trazem aquilo que poderá ser considerado comportamento ou fato desviante da normalidade.

Essa “normalidade”, a partir da mídia noticiosa global, é uma assumpção ocidental. De mesma forma, disputas bélicas não simplesmente *acontecem*: são exemplos da pouca atenção outorgada pelas agências às realidades de nações tomadas como periféricas, o que se reflete no desconhecimento e desconsideração de costumes e crenças, assim como das dinâmicas sociais, culturais e históricas desses locais. Conforme Marthoz, o jornalismo internacional é marcado por uma precisa hierarquia, “regida por uma aristocracia que determina em grande parte não apenas o cardápio da atualidade – do que se fala – mas também a maneira como nós falamos sobre ela” (2008: 48).

O interessante é percebermos que, quando nos voltamos para uma análise da cobertura da política externa, há uma congruência de elementos do jornalismo internacional a considerações sobre a situação interna. Ou seja, embora estejamos com foco em situações que envolvem o espaço exterior às fronteiras nacionais, os posicionamentos sobre assuntos internos são um elemento inseparável nessa investigação. Para Marthoz (2008), este esforço configura uma tentativa de investigação sobre o paradigma do *jornalismo glocal*, caracterizado pela ação de encontrar o local no global e o global no local. Essa consideração abre alguns caminhos para discutirmos a cobertura noticiosa da política externa do Brasil.

É necessária a contextualização das notícias que abordam acontecimentos ocorridos externamente às fronteiras nacionais. Como as dinâmicas sociais não são percebidas em si mesmas, sua percepção não pode ser efetivada sem que haja uma atribuição prévia de significado. No âmbito do jornalismo, Correia (2009) sublinha que essa dinâmica deve ser entendida a partir da instituição de enquadramentos simbólicos, visto que a “relação entre os media e a realidade não se esgota na representação, prolonga-se na apropriação dos significados em numerosos contextos de interação cotidiana” (Correia, 2009: 53). A recontextualização é levada a cabo com a seleção de acontecimentos que são considerados “relevantes” para o público, que depois serão construídos narrativamente. Como o material disponibilizado pelas agências apresenta, de certa forma, grande homogeneidade, os enquadres sob os quais as notícias são construídas e disponibilizadas são parte inseparável da estruturação dos acontecimentos. Diz Correia que

[...] um traço que torna os elementos mais noticiáveis é a sua facilidade em serem interpretados dentro de um enquadramento sócio-cultural familiar, em termos de imagens, expectativas e estereótipos consagrados. Assim sendo, a chave de uma verdadeira compreensão do papel dos media é aceitar uma contínua interação entre acontecimentos, significados culturais, contratos de leitura e enquadramentos providos pelo campo noticioso (Correia, 2009: 46).

Dentro do horizonte da contextualização indispensável à constituição do noticiário acerca das relações internacionais, destaca-se a necessidade de “imagens, expectativas e estereótipos consagrados”, como é referido por Correia (2009), que trabalha a questão a partir do conceito de tipificações. Estas são um processo de “abstracções e standardizações, efectuado simultaneamente no discurso existencial autêntico da pessoa e o discurso convencional sedimentado pela sociedade é

o reconhecimento de uma situação graças à rotina interiorizada na vida cotidiana e a prescrição de uma receita” (Correia, 2009: 58). Por exemplo, “apreendemos” construtos sociais (como os Estados ou o ambiente internacional) e grupos humanos (“iranianos”, “norte-americanos”, etc) como existentes ontologicamente.

Podemos pensar as tipificações a partir da figura dos estereótipos. Como práticas significantes, eles não apenas categorizam, mas estipulam julgamentos sobre as visões de mundo, comportamentos, etc, e são atravessados por tensões sociais e culturais historicamente erigidas. Por meio do conhecimento intuitivo, os estereótipos fomentam a redução da percepção acerca da figura do “outro” a traços facultados a eles, sublimando por completo suas complexificações, história, valores, etc. Para Biroli,

[...] os estereótipos são artefatos morais e ideológicos que têm impacto para a reprodução das relações de poder. Neles, o caráter moral dos valores e julgamentos está atrelado aos dispositivos ideológicos de legitimação de papéis e posições em uma dada ordem social. Os estereótipos correspondem à definição do outro e do contexto em que as relações se travam em termos de expectativas sociais padronizadas que, por sua vez, pressupõem valores (Biroli, 2011: 80).

A utilização de estereótipos no discurso jornalístico irá cumprir o papel de reproduzir relações de poder por meio de afirmações valorativas, legitimando algumas posições e rechaçando outras. Nesse sentido, é necessário entender o “acumulado da política externa brasileira”, na definição de Cervo (2008; 2010).

#### **FORMAS DE ATUAÇÃO E PROCESSOS DA POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA**

Podemos definir a política externa como a área que representa as metas da figura do Estado no plano internacional. Alude à avaliação, formulação e implementação das prioridades externas, sendo que sua definição e prática são prerrogativas do ator estatal, soberano, que opera em um ambiente qualificado como anárquico – note-se, pela inexistência (oficial) de poder superior ao dos Estados. Durante muito tempo, segundo Lima (2000), as investigações sobre a constituição da política externa dos países guiaram-se pelo raciocínio de que a mesma possuía natureza *específica* em relação à interna. Todavia, com a adoção de paradigmas pluralistas, cognitivos e construcionistas<sup>3</sup>, o panorama dos estudos sobre as relações exteriores foi modificado.

Nos atendo às relações internacionais do Brasil, Cervo (2008, 2010) afirma a existência de pontos estruturais que definem a atuação do país no Sistema Internacional – o “acumulado” da política externa –, o que se traduz em princípios e valores da ação diplomática. Os principais são: auto-determinação, não-intervenção e solução pacífica de controvérsias; juridicismo; multilateralismo; ação externa cooperativa; parcerias estratégicas; desenvolvimento como vetor; independência.

<sup>3</sup> Explicamos as escolas de pensamento das RI em artigo (Bomfim, 2012) no qual defendemos que, por serem estruturados a partir da Sociologia do Conhecimento – destacadamente Berger e Luckmann (1973) – os estudos construtivistas se aproximam da teoria construcionista de investigação do jornalismo. Para nós, o jornalismo internacional pode ser tomado como um âmbito de interação entre as duas áreas.



Cervo comenta que os dois grupos-base<sup>4</sup> do pensamento diplomático do país, os *associacionistas* e os *independentistas*, concebem a ação da política externa brasileira perpassada por um ideal de cordialidade oficial.

Estes conceitos influenciam enormemente as visões dos meios de comunicação e por isso incidem sobre a opinião pública. Certos órgãos de comunicação derivam sua interpretação desse ou daquele conceito e, portanto, estimulam a vigência de um ou de outro paradigma de relações regionais. Sabe-se que há órgãos de imprensa que fomentam a rivalidade, outros, a cooperação, sendo outros, ainda, volúveis e, finalmente, existem também aqueles que fazem análise objetiva. Buscar a objetividade significa ser crítico diante de interpretações que evidenciam parcelas da verdade. (...) o fato é que os paradigmas pesam sobre a opinião e o processo decisório do Estado. Os dirigentes são, via de regra, sensíveis à pressão da opinião, por essa razão os paradigmas condicionam a estratégia de ação dos governos (Cervo, 2008: 206).

A partir do governo de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010), a atuação brasileira mostrou-se mais incisiva, especialmente na articulação de posições entre os países subdesenvolvidos, como a criação de grupos como o G-20 financeiro e o BRICS. A dedicação que o Itamaraty<sup>5</sup> concentra no multilateralismo condiz com as possibilidades do país: não dispendo de poder de *enforcement*, suas manobras passam pela atuação a partir de metas em comum a vários países, baseadas no valor moral das reivindicações. Além disso, sua localização intermediária (entre os desenvolvidos e os em desenvolvimento) favorece posições universalistas. Esta linha de atuação é seguida pela administração de Dilma Rousseff, iniciada em 2011.

### O DISCURSO DE DILMA ROUSSEFF NA ONU NA BBC BRASIL E EM VEJA.COM

Neste artigo, realizamos uma análise comparativa introdutória sobre os processos de contextualização concretizados pelos sites BBC Brasil e Veja.com sobre o discurso da presidente brasileira Dilma Rousseff na abertura da 68ª Assembleia Geral das Nações Unidas, na sede da entidade em Nova Iorque (EUA), em 24 de setembro de 2013. O principal tema da mandatária foram as denúncias de espionagem<sup>6</sup> realizada pela Agência de Segurança Nacional (NSA, na sigla em inglês) dos Estados Unidos. Tradicionalmente, o chefe de Estado brasileiro faz o discurso inicial do encontro anual. Para este breve exame, utilizamos duas notícias, a principal de cada veículo sobre o acontecimento.

De maneira inicial, fazemos uma rápida observação sobre alguns aspectos gráficos das matérias. Na BBC Brasil, o título da notícia (figura 1) é Caso de espionagem

<sup>4</sup> Os associacionistas defendem uma vinculação às determinações das chamadas "grandes potências", em especial os EUA. De forma oposta, os independentistas entendem que o país deve atuar no ambiente internacional a partir da promoção de objetivos próprios. Para Cervo (2008; 2010) e Vigevani e Cepaluni (2007), a primeira vertente pautou a política externa da administração Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), enquanto a segunda representou a linha adotada durante o governo de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010). Essa divisão, porém, nunca é radical, e em geral as duas escolas de pensamento atuam conjuntamente na formulação das decisões.

<sup>5</sup> *Itamaraty* é utilizado neste texto como sinônimo de Ministério das Relações Exteriores do Brasil.

<sup>6</sup> Conforme o ex-analista da NSA Edward Snowden, diversos setores do governo brasileiro foram alvo de vigilância dos EUA. Mesmo aparelhos celulares de uso pessoal da presidente estariam sendo monitorados. Snowden é acusado pelo Estado norte-americano, entre outros crimes, de comunicação de informações de defesa nacional. Ele atualmente vive na Rússia com status de asilado político.

dos EUA viola direitos humanos, diz Dilma na ONU<sup>7</sup>. Sob a cartola Brasil<sup>8</sup>, com hiperlink com o material publicado sobre o país em perspectiva ligada a temas políticos (outras seções com abas na mesma disposição são Notícias, Internacional, Economia, Saúde e Ciência e Tecnologia, além dos conteúdos Vídeos e Fotos, jornalístico, e Aprenda inglês, educacional). Uma fotografia apresenta Dilma Rousseff no púlpito da assembleia, realizando o discurso de abertura do encontro. A imagem pode ser facilmente relacionada a sua presença na ONU, pois é o registro de um dos momentos de sua fala.



Figura 1



Figura 2

<sup>7</sup> [http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/09/130924\\_dilma\\_assembleia\\_onu\\_lgb.shtml](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/09/130924_dilma_assembleia_onu_lgb.shtml). Acesso em 23.10.2013.

<sup>8</sup> <http://www.bbc.co.uk/portuguese/topicos/brasil/>. Acesso em 23.10.2013.

Em Veja.com, a notícia é intitulada *Dilma critica EUA e faz discurso na ONU de olho em 2014*<sup>9</sup> (figura 2). Graficamente, há uma cartola maior (tarja) com hiperlink para seção de notícias reunidas sob o tema *Espionagem internacional*<sup>10</sup>, e uma cartola menor sem hipertexto denominada *Diplomacia*. Junto ao texto, uma fotografia retrata a presidente sentada numa cadeira, sem especificar se foi feita antes ou depois do pronunciamento na ONU. Importa notar que a imagem não traz nenhuma referência ao evento, e a presidente é fotografada em um momento alheio a seu discurso, com uma expressão de surpresa ou incredulidade. Ao final da página, é disponibilizado um vídeo com um resumo da comunicação de Dilma, produzido pela AFP.

### PROCESSOS DE CONTEXTUALIZAÇÃO

A contextualização realizada pelos sites é um dos principais pontos estruturantes das diferenças entre as coberturas. Na BBC Brasil, o enfoque é a indignação da representante do Estado brasileiro em relação às denúncias sobre a NSA e as duras críticas de Dilma aos programas de espionagem dos EUA. A reportagem destaca a atuação da presidente na definição do discurso e das diretrizes a serem seguidas no tratamento do caso. Destacamos um excerto:

“Dilma Rousseff já tinha avisado que ancoraria o seu discurso na polêmica envolvendo a espionagem americana. Até a Casa Branca já esperava que ela fizesse críticas mais fortes aos EUA, mas ainda havia dúvidas sobre quão duro seria o tom que a presidente adotaria. A versão final do discurso ficou pronta às 4h da manhã, e assessores do Planalto disseram que até no café da manhã a presidente ainda rabiscava mudanças no texto. Indiretamente, a presidente fez menção à importância do caso na sua decisão de adiar uma visita ao Estado aos EUA em outubro”.

O relato da recepção do discurso no ambiente da assembleia em conjunto às ações propostas pela mandatária indiciam a consideração da mesma como uma chefe de Estado atuante, conhecedora do tema que iria tratar na ONU. É relatada uma expectativa mundial de críticas às ações dos EUA, mesmo por parte da administração norte-americana. No entanto, de acordo com o texto, a reação brasileira suplantou o que era esperado pelos líderes mundiais presentes.

Em Veja.com, a contextualização é realizada primeiramente pelo levantamento de temáticas referentes à cena política interna do Brasil. O discurso da presidente é colocado como eleitoreiro, publicitário, preocupado com a promoção de sua administração. Podemos perceber esta orientação a partir do lead da matéria, do qual reproduzimos o trecho inicial:

“Ao falar na Assembleia Geral da ONU nesta terça-feira, a presidente Dilma Rousseff apresentou um discurso que mais parecia voltado aos eleitores brasileiros do que aos chefes de estado presentes. Como era esperado, Dilma focou sua

<sup>9</sup> <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/na-onu-dilma-diz-que-espionagem-e-violacao-de-direitos-humanos-e-cobra-atuacao-da-onu>. Acesso em 23.10.2013.

<sup>10</sup> <http://veja.abril.com.br/tema/espionagem-internacional>. Acesso em 23.10.2013.

participação em críticas ao programa de espionagem dos Estados Unidos – mas não faltou tempo para abordar temas como os protestos de junho e os “avanços” conquistados por seu governo. Já na abertura de sua participação, a presidente deixou claro a que veio, classificando a espionagem americana como violação dos direitos humanos”.

A atuação do Ministério das Relações Exteriores é exposta sob a ótica dos objetivos políticos domésticos, sublimando-se tanto a conjuntura internacional contemporânea quanto o histórico externo do país de promoção dos valores como auto-determinação, não-intervenção, solução pacífica de controvérsias, juridicismo e independência da atuação brasileira. A crítica em relação à violação dos direitos humanos, uma das preocupações de diversas entidades mundiais (e da própria ONU, como é noticiado na matéria da BBC Brasil), é definida como um apontamento puramente estratégico.

O seguinte excerto fornece exemplo interessante: “*A agenda antiamericana integra a estratégia eleitoral de Dilma, que cancelou a viagem oficial que faria aos Estados Unidos em outubro após ouvir conselhos de seu marqueteiro João Santana e do ex-presidente Lula*”. Argumenta-se que as decisões advindas da situação de quebra de soberania realizada pela NSA são parte de uma tática com vistas apenas à consecução de metas internas, sem correlação com fatores externos de grande relevância. A própria atuação do Estado brasileiro não é decidida pela interação entre o corpo diplomático e a chefe de Estado, mas pela obediência da presidente a seu marqueteiro e ao ex-presidente Lula. Seriam ações meramente interesseiras, sem ligação ao histórico do Itamaraty.

É relevante notar que a matéria publicada pela BBC Brasil foi realizada por um enviado especial, enquanto a de Veja.com não possui assinatura, o que indica que pode ter sido feita tanto a partir de agências de notícias quanto pela observação do discurso da mandatária (exibido por diversas redes de televisão). Exemplarmente, há grande diferença entre o texto publicado e a narração em *off* do vídeo disponibilizado ao final da página, de origem da AFP. Além disso, percebemos que o texto da BBC Brasil não se adequa à ideia da informação pré-meditada por ter sido produzido por enviado, o que pode ter incorrido na atenção destacada ao ambiente da assembleia.

A abordagem dos dois veículos em relação às consequências das denúncias contra a NSA fornece interessantes subsídios de análise. A BBC Brasil aponta que houve “*um abalo nas relações bilaterais*”, entre Brasil e EUA, e Veja.com define a situação como um episódio da política externa “*antiamericanista*” levada a cabo pela administração nacional. Podemos perceber as formas de hierarquização da posição dos países: no texto da BBC Brasil, a situação causa um problema para o contato entre duas nações, numa construção argumentativa que privilegia a concepção de independência entre elas. Em Veja.com, o governo brasileiro utiliza um artifício para supostamente continuar a atacar os EUA em uma atuação de contraponto que não é explicada, sublimando também o fato de que o referido “recurso” utilizado pelo Brasil foi justamente a espionagem norte-americana. Mesmo as denúncias sobre a

atuação do serviço secreto dos EUA em relação ao Brasil são banalizadas na matéria, que traz sob aspas a informação de que instituições do país foram vigiadas, como pode ser notado nesta transcrição: “A presidente afirmou que a espionagem ‘fere o direito internacional’ e ‘afronta princípios’ que regem relações entre nações amigas. E também que o caso causou ‘repúdio e indignação’ no mundo e ainda mais no Brasil – ‘alvo da intrusão’”.

A fala da mandatária na ONU é relacionada a diversas questões que envolvem temáticas candentes das relações internacionais nas duas matérias. Na BBC Brasil, a contextualização dos assuntos é realizada a partir das próprias dinâmicas mundiais. Nesse ponto, em geral, a matéria apresenta uma estrutura mais declaratória. Porém, relaciona alguns dos temas tocados por Dilma a resoluções internacionais ou situações específicas (no caso da espionagem, é citada a preocupação de diversas entidades de defesa dos Direitos Humanos, além da Alta Comissária da ONU e do relator para Liberdade de Expressão da entidade). Percebemos um silenciamento do veículo sobre questões domésticas brasileiras, excetuando-se uma menção aos protestos de junho e aos avanços sociais do país, sendo que os dois temas são tratados a partir do pronunciamento de Dilma.

Em Veja.com, a matéria também elenca outras temáticas tratadas pela chefe de Estado, de mesma forma utilizando as declarações de maneira aberta. Todavia, o texto analisa a posição do Brasil em relação aos conflitos na Síria afirmando que Dilma cobra uma solução mas é contrária à intervenção militar defendida pelos EUA. Também é feita referência, a partir das críticas da presidente, à demanda pela reforma do Conselho de Segurança da ONU, apontando-se o interesse histórico do Brasil em participar do mesmo.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A diferenciação dos processos de contextualização das informações aponta para uma atuação brasileira em política externa distinta. Analisando os pressupostos do Veja.com acerca das questões, dinâmicas e atuações em ambiente internacional, o Brasil aparece distante da posição de *global player*, intencionada pelo Itamaraty. Na BBC Brasil, por outro lado, Dilma Rousseff é uma líder de peso global, e o país aparece como Estado de grande relevância, tanto por ter sido alvo de espionagem sistemática quanto por tomar a dianteira no processo de repúdio a essa prática.

Em geral, há um silêncio em relação ao *modus operandi* e pressupostos históricos da política externa brasileira, sendo apenas lembrado o interesse do país em integrar o Conselho de Segurança da ONU em Veja.com. A falta de exposição do que Cervo (2008; 2010) define como “acumulado da política externa brasileira” pode suscitar a impressão de ações puramente reativas dos setores diplomáticos do país. Contudo, as decisões são lastreadas em diretrizes históricas, e estas são pouco conhecidas afora dos círculos que tratam da política externa.

Devemos examinar a correlação entre decisões intra-fronteiras e inter-fronteiras, pois as relações internacionais não constituem uma realidade apartada das

dinâmicas nacionais, mesmo que em geral as chancelarias possam expor (ou tentar expor) uma imagem de autonomia. Porém, apesar de ser indispensável contextualizar acontecimentos em relação a fatores internos, o jogo diplomático não pode ser mirado apenas a partir desta perspectiva, sob o risco de cair na instrumentalidade. Os Estados não são apenas figuras jurídicas, existindo em realidade distinta; são instituições humanas, que congregam expectativas, representações, identidades, discursos, culturas. Para Wendt (1999), são estruturas *estruturadas* e *estruturantes*: existem porque as pessoas acreditam que elas existem, mas produzem efeitos reais. De fato, as identidades nacionais “carregadas” pelos indivíduos fazem parte dos pilares nos quais a realidade contemporânea é baseada.

Por fim, impõe-se considerar que é clara a transgressão representada por sistemas de espionagem na interação entre Estados, mesmo que se trate de uma prática comum. A aceitação desta atuação quebra o princípio de soberania, talvez o mais significativo do Sistema de Estados. Mesmo relacionando o tema a outros de natureza externa ou interna, a cobertura jornalística não pode abdicar de uma visão crítica da questão, sob o perigo de legitimar e naturalizar a prática, o que acaba por fortalecer posições transgressoras, baseadas em decisões unilaterais que desrespeitam acordos internacionais. Se o ambiente internacional é considerado institucionalmente “anárquico”, pois os Estados não possuem outra estrutura de poder superior a eles, essa não-hierarquização condiz com uma estrutura na qual as regras são feitas pelos mais fortes, e os mais fracos só possuem a própria moralidade das ações como forma de defesa e existência. Esvaziar essa possibilidade é um caminho extremamente perigoso, e o jornalismo não pode ser um vetor dessa situação.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguiar, P. (2008) *Jornalismo internacional em redes*. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação social.
- Aguiar, P. (2013). Agências de Notícias, Estado e Desenvolvimento: modelos adotados nos países BRICS. In *Actas del VIII Congreso Internacional da ULEPICC*: Quilmes.
- Baldessar, M. J. (2008). McLuhan e McBride: duas utopias superadas pela tecnologia e pela Internet. *Ciberlegenda* 10: 53-65.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1973). *A construção social da realidade: tratado de Sociologia do Conhecimento*. Petrópolis: Vozes.
- Biroli, F. (2011). Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. *Revista Brasileira de Ciência Política*, 6, 71-98.
- Bomfim, I. (2012) Construindo realidades: uma perspectiva de interação entre Jornalismo e Relações Internacionais. *Comunicação & Inovação*, 13 (25), 29-36.
- Boyd-Barrett, O. (1998). *The globalization of news*. London: Sage.
- Cervo, A. L. (2008). *Inserção internacional: formação dos conceitos brasileiros*. São Paulo: Saraiva.



- Cervo, A. L. (2010). Brazil's Rise on the International Scene: Brazil and the World. *Revista Brasileira de Política Internacional*, 53, 7-32.
- Correia, J. C. (2009). *Teoria e Crítica do Discurso Noticioso: notas sobre Jornalismo e representações sociais*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Lima, M. R. S. (2000). Instituições democráticas e Política Exterior. *Contexto Internacional*, 22 (2), 265-303.
- Marthoz, J. P. (2008). *Journalisme international*. Bruxelles: De Boeck Université.
- Natali, J. B. (2004). *Jornalismo internacional*. São Paulo: Contexto.
- Vigevani, T.; Cepaluni, G. (2007). A Política Externa de Lula da Silva: a estratégia da autonomia pela diversificação. *Contexto Internacional*, 29 (2), 273-335.
- Wendt, A. (1999). *Social Theory of International Politics*. New York: Cambridge University Press.

## Tendências da pesquisa internacional em jornalismo cultural

CIDA GOLIN; EVERTON CARDOSO; MARIANA SIRENA & BRUNA LINHARES

cidago@terra.com.br; cardoso.everton@hotmail.com; sirena.mariana@gmail.com; brunanatasha91@gmail.com  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul*

### Resumo

Este artigo apresenta uma panorâmica da produção científica internacional sobre jornalismo cultural. Pretende reunir, organizar e sistematizar uma parte do conhecimento acadêmico-científico sobre a temática, oferecendo uma perspectiva parcial sobre o avanço das pesquisas na área. A partir de determinadas palavras-chave de referência, foram compilados artigos lançados nas bases de dados Scopus, Web of Science, Scielo e Dialnet no período de vinte anos (1992-2012). No total de 40 textos, verificam-se quatro tendências: pesquisas empíricas longitudinais e de cunho histórico; problematização do gênero crítica; discussões acerca da identidade do profissional especializado; e proposições teóricas sobre a constituição do jornalismo cultural. O levantamento subsidia as pesquisas do Núcleo de Estudos em Jornalismo e Publicações Culturais do Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD | FABICO | UFRGS, Brasil), que têm como foco compreender a lógica do jornalismo em sua relação dinâmica com o sistema cultural.

**Palavras-Chave:** Jornalismo cultural; produção científica internacional em jornalismo cultural; mapeamento temático em jornalismo cultural

---

### INTRODUÇÃO

Desde 2007, o Núcleo de Estudos em Jornalismo e Publicações Culturais do Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD)<sup>1</sup> desenvolve estudos sistemáticos com o intuito de compreender a lógica do jornalismo em sua relação dinâmica com o sistema cultural. As pesquisas realizadas permitem conhecer períodos e experiências editoriais significativas da história da imprensa no Rio Grande do Sul e no Brasil por meio da análise de publicações e da ação de agentes como jornalistas, editores e críticos. Os trabalhos oferecem uma perspectiva, ainda que em fragmentos, sobre os distintos modos de fazer jornalismo dos anos 1950 à atualidade, revisando a contribuição de periódicos hegemônicos de cada período no processo de hierarquização editorial dos diversos segmentos que compõem o campo artístico e cultural.

Em linhas gerais, assumimos um posicionamento vinculado à perspectiva construcionista, que define o jornalismo como construção social, pleno de índices de procedimentos complexos que envolvem ação pessoal, constrangimentos

---

<sup>1</sup> Grupo registrado no CNPq, o LEAD integra a Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FABICO, RS, Brasil), insere-se na linha de Jornalismo e Processos Editoriais do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM|UFRGS, Brasil) e possui dois núcleos de pesquisa. Atualmente, o núcleo de jornalismo e publicações culturais é formado por dois doutorandos, dois mestrados e um bolsista de iniciação científica e é coordenado pela Profa. Dra. Cida Golin. Foram implementados 11 projetos de investigação desde 2007; publicados 16 artigos em periódicos científicos, quatro capítulos de livros e defendidas quatro dissertações de mestrado sobre jornalismo cultural.

organizacionais, valores sociais estabelecidos no bojo de uma cultura profissional e que implicam em determinados enquadramentos narrativos dos acontecimentos. Nesse sentido, consideramos que os produtos jornalísticos constituem material profícuo para a interpretação da vida social de uma época, fornecendo mapas das crenças e dos consensos constituídos historicamente (Hall, 1999). Quando dedicado aos temas culturais, o jornalismo coloca-se como uma instância capaz de reprocessar os códigos artísticos, de torná-los mais próximos do público e de fazê-los chegar a um auditório mais amplo. Dessa forma, congrega os diversos segmentos e seus agentes em disputa, estabelece padrões de entendimento e valoração estética. Funciona como sistema perito (Miguel, 1999), promovendo consensos e valores sobre uma realidade construída a partir do estabelecimento daquilo que há de “mais importante” para se saber no mundo.

Tendo esses pressupostos em vista, este artigo apresenta uma panorâmica da produção científica internacional sobre jornalismo cultural. Pretende, assim, reunir, organizar e sistematizar uma parte do conhecimento acadêmico-científico sobre a temática, oferecendo uma perspectiva parcial sobre o avanço das pesquisas na área. Este trabalho faz parte do estado da arte compilado para o projeto *Jornalismo e sistema cultural: estudo da representação da cidade no suplemento Cultura de Zero Hora (2006-2009)*, com financiamento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

#### APRESENTAÇÃO DOS PROCEDIMENTOS DE INVESTIGAÇÃO

O levantamento da produção acadêmica internacional em jornalismo cultural vem sendo realizado pelo núcleo de pesquisa desde abril de 2012. Primeiramente, as buscas foram de caráter exploratório, no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e em websites de universidades estrangeiras. Foram localizados pesquisadores de diversos países, principalmente na América Latina, na Europa, nos Estados Unidos e na Austrália. Os nomes dos investigadores se tornaram referência para outras buscas, assim como as bibliografias utilizadas nos trabalhos encontrados. Dessa forma, até abril de 2013, chegou-se a um estado da arte que contemplou 107 autores vinculados a 72 universidades, 24 livros, 138 artigos, quatro teses e duas dissertações. É importante situar que a produção acadêmica brasileira, inventariada anteriormente (Golin & Cardoso, 2009), foi excluída dessa primeira etapa.

Diante da vastidão do material localizado, tomou-se como foco das buscas três bases de dados referenciais no âmbito internacional: Scopus, Web of Science e Scielo. A pesquisa foi, então, executada entre 25 de março e 4 de abril e restringiu-se a artigos, estes com maior possibilidade de acesso que outros tipos de material. Foram consideradas as publicações lançadas entre 1992 e 2012, de forma a retratar um período representativo de produção científica. Outro filtro utilizado foi o das áreas de conhecimento: priorizou-se a produção em Ciências Sociais, Artes e Humanidades – aquelas que se aproximaram do tipo de estudo que procuramos. As

palavras-chave empregadas na coleta foram os termos compostos “cultural journalism”, “arts journalism” e “specialized journalism”; os termos combinados “journalism and culture” e “arts and journalism”, além de suas respectivas traduções para espanhol e francês. Os artigos levantados e indexados nessas três bases totalizaram 26, incluindo também a bibliografia brasileira.

Como a produção em língua espanhola não esteve representada nessas pesquisas de forma proporcional àquela das buscas iniciais, foi incluída mais uma base de dados no levantamento: a Dialnet, que indexa trabalhos hispânicos, principalmente da Europa. A partir dessa complementação e usando as mesmas palavras-chave, outros 20 textos entraram na amostra. Esta segunda pesquisa foi realizada no dia 27 de abril de 2013. A seguir, foram excluídos aqueles artigos que, apesar de aparecerem no conjunto, não estavam relacionados diretamente ao tema escolhido para este mapeamento. Chegou-se, então, a uma amostra final de 40 artigos.

Esses textos foram, depois, analisados e categorizados segundo alguns itens: revista em que foram publicados; autoria; instituição e país de origem do autor; ano de publicação; área de estudos; temática e gênero estudados; e metodologia de análise utilizada. No conjunto, são proeminentes os trabalhos de pesquisadores ligados à área de estudos em Comunicação e Jornalismo (60%). Ainda, ganham relevância aqueles de autores oriundos das Letras e da Literatura (18%) e figuram, em menor proporção, os de outros ligados a áreas como História da Arte, Sociologia, Antropologia e Artes.

Os artigos estão concentrados, principalmente, em três publicações científicas: *Revista Latina de Comunicación Social* (Universidad de La Laguna, com cinco textos publicados), *Journalism* (Sagepub, quatro textos) e *Poetics* (Elsevier, três textos). Em termos de data de publicação, pode-se perceber, no gráfico abaixo, que todos foram publicados a partir de 1998 e que não há propriamente nenhum tipo de constância ou de evolução. Ainda que haja uma média de 2,7 textos/ano, o número de artigos publicados em cada período varia entre nenhum (em 2002 e 2004) e cinco (em 1999, 2006, 2009 e 2011).

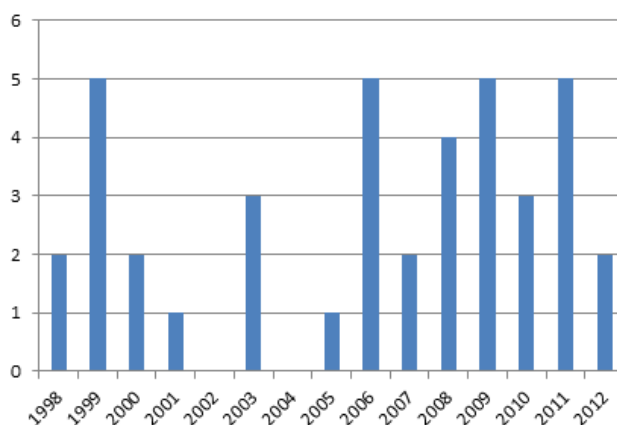


Gráfico 1 – Número de artigos publicados por ano na amostra analisada.

Dentro do escopo do jornalismo cultural, há uma grande diversidade de temáticas abordadas no que se refere às pautas – já que essas englobam desde temas ligados às expressões artísticas e às letras até outros menos recorrentes, como atualidades e comportamento. Nos estudos, há uma maioria de textos em que essa prática especializada é discutida de forma mais genérica – 19, ou seja, 47% do total. São análises que pretendem problematizar as editorias e publicações a partir de eixos como noção de cultura, rotinas produtivas e transformações no cotidiano desse fazer. As pesquisas que analisam segmentos específicos dentro das coberturas estão distribuídas conforme o gráfico abaixo. Na categoria ‘cultura’, estão incluídos os textos que problematizam a editoria de forma mais ampla, sem distinção do segmento tratado pelo produto analisado.

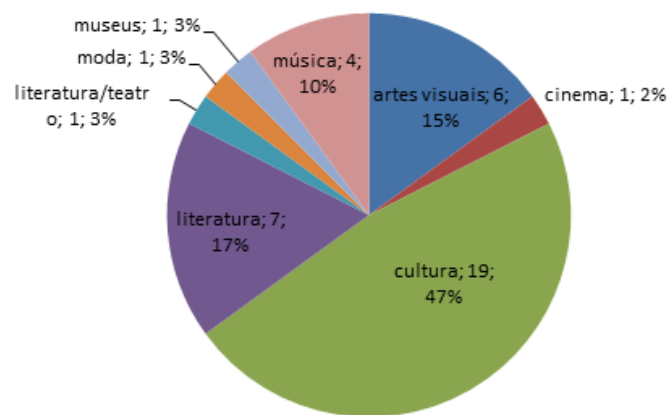


Gráfico 2 – Categorização dos textos da amostra conforme a temática típica do jornalismo cultural estudada.

Verifica-se uma quantidade considerável de estudos baseados em revisão de referencial teórico – ora como única forma, ora como levantamento de teorias que, depois, nortearão a discussão de algum objeto. Entre as metodologias utilizadas nas pesquisas empíricas, a análise de conteúdo (AC) é a mais recorrente (em nove textos), principalmente para análises de coberturas jornalísticas de temas mais específicos. A seguir, aparecem análise documental (cinco textos) e outros recursos para recolher depoimentos e observar o comportamento de agentes do campo jornalístico, como questionários e entrevistas (dois textos), e etnografia (um texto).

### **PESQUISAS EMPÍRICAS LONGITUDINAIS E HISTÓRICAS**

Entre os textos que compõem a amostra para o presente estudo, é possível perceber uma primeira tendência: doze pesquisas partem de análises longitudinais de coberturas dedicadas à cultura para problematizar esse jornalismo especializado. Todos os trabalhos estudam publicações impressas e, portanto, apoiam-se em análise documental – em oito deles por meio de análise de conteúdo. Um primeiro grupo parte de amostras de grande envergadura numérica e com ampla abrangência temporal e geográfica. São cinco textos (Janssen 1999; 2006; 2009; Schmutz, 2009;

Janssen; Kuipers; Nerboord, 2008) que, a partir de uma revisão teórica do jornalismo e da área estudada, levantam um conjunto de hipóteses de trabalho que, depois, são discutidas a partir dos resultados das análises de conteúdo feitas nos objetos empíricos. O principal viés desses estudos é pensar a hierarquização dos bens culturais pelo jornalismo segundo critérios como país de origem e posição dos agentes no campo da produção cultural.

Com enfoque mais pontual, o trabalho de Kahn (2011) também parte de textos de 16 publicações a respeito de um grupo musical sul-africano durante um período de quatro anos para pensar como a identidade regional é posta em pauta no jornalismo por meio da tematização da música. A pesquisa de Rubiano (2006) trabalha com as páginas culturais de dois jornais e de duas revistas colombianas no mês de julho de 2004. No processo inferencial, tensiona a ideia de cultura que transparece nesse jornalismo: é meio de acesso a uma “boa vida”, mas silenciada enquanto processo de criação coletiva em constante transformação e como lugar conflitivo e político. Uma discussão semelhante é proposta por Zambrano Morales e Villalobos Finol (2010): ao analisarem as páginas culturais de doze edições de um jornal de Zula, na Venezuela, problematizam o quanto a noção de cultura que as permeia oscila entre um ideal de formação do leitor e a lógica do espetáculo.

Ainda, há uma vertente que pretende recuperar a história de veículos emblemáticos em seus tempos e lugares. É o caso dos jornais *La Patria* (Rodríguez, 2003), editado na fronteira dos Estados Unidos com o México; *Boletín Titikaka* (Veres Cortés, 2007), publicado no Peru – ambos com circulação nos anos 1920 –; *Il Bargello* (Hainsworth, 2000), editado na Itália nos anos 1930 e 1940; e *La Gaceta* (Risco, 2008), que circulou na Argentina no final da década de 1940 e início da seguinte. A ênfase nos quatro estudos não recai, no entanto, sobre questões referentes ao jornalismo, mas sobre o envolvimento político e os papéis desempenhados pelas publicações, respectivamente, na questão da emigração mexicana para os Estados Unidos; na causa dos indígenas peruanos; na divulgação de ideais fascistas; e na circulação de ideias de intelectuais argentinos desvinculados do peronismo.

## CRÍTICA

Do total de artigos analisados, 13 discorrem sobre a questão da crítica, especialmente nos segmentos de artes visuais e literatura. Das instituições de origem, chama atenção que parte dos pesquisadores apresenta algum vínculo com a Universidade Complutense de Madri. Encontramos estudos de caso dedicados a iluminar a trajetória de intelectuais críticos nos séculos XIX e XX (King, 2012; Gómez Alfeo; García Rodríguez, 2010; García Rodríguez; Gómez Alfeo, 2008; Carbonnel, 2003; Alonso Seoane, 2005) e de periódicos que atuaram de forma marcante ao problematizar a cultura de seu tempo (Pérez Rufi, 2008; Vila-Sanjuán, 2006; Gómez Alfeo; García Rodríguez 2009). O olhar em perspectiva histórica é marcante nos textos; nessa linha, citamos, por exemplo, o caso das mulheres viajantes do século XIX que fizeram da viagem um exercício crítico e de atualização (Clarke, 2010).



Em geral, os artigos partem do jornalismo como suporte de veiculação dos textos; a maioria não aprofunda especificidades do campo profissional (por exemplo, contrato de credibilidade, valores deontológicos e a construção jornalística do espaço hierárquico e de julgamento) na formulação da teoria sobre o gênero. Destacamos, porém, o esforço dos autores em demarcar eixos de leitura. Entre eles, o entendimento da mediação racional da expressão crítica e, portanto, o papel social do periodismo cultural visando a formação dos leitores (Pérez de Eulate Vargas, 1999); o crítico como legitimador e classificador de sentidos no ofício de selecionar e comparar artistas e obras (Venrooij, 2011).

Barei (1999) defende a mediação da crítica como gesto político de criação e interpretação, de desestabilização de sentidos, que adquire sua razão de ser nas formas do contraponto e do diálogo. Guanipa (2006) insere o texto crítico dentro das disputas de construção do cânone, processo de inclusão e exclusão a partir de valores tidos como universais, mas que são construções históricas e culturais agenciadas por grupos e instituições hegemônicas.

### **IDENTIDADE PROFISSIONAL**

Dentro da amostra, há um conjunto de quatro títulos que apresenta uma reflexão mais aprofundada sobre a questão da identidade do profissional dedicado à prática do jornalismo cultural. Partindo de entrevistas, depoimentos e questionários, também ressaltam o papel de mediador exercido por esses agentes. Hellman e Jaakkola (2011) enfocam o jornalismo em seu país de origem, a Finlândia, sobretudo a partir da experiência do jornal Helsingin Sanomat. Segundo os pesquisadores, teria havido uma mudança significativa na abordagem, no posicionamento e no status dos profissionais da área na transição dos anos 1980 para os 2000: eles possuiriam menos vínculos e menos legitimidade no campo da produção cultural, principalmente por serem repórteres generalistas. Com uma perspectiva semelhante, Forde (2001) apresenta uma reflexão a respeito do quase desaparecimento do caráter autoral dos textos de revistas especializadas em música no Reino Unido. Já Harries e Wahl-Jorgensen (2007) problematizam o quanto profissionais ingleses percebem a si mesmos como responsáveis pela salvaguarda do valor da arte e cuja responsabilidade é guiar o público para que opte pelo que há de melhor. Ibañez-Cuenca e Baraybar-Fernández (2011), tratando da realidade espanhola, apontam a colaboratividade, o pragmatismo e a eficiência como marcas das relações entre as instituições e os profissionais de imprensa – estes entendidos como mediadores e afaçadores de prestígio.

### **PROPOSIÇÕES TEÓRICAS SOBRE A DEFINIÇÃO DO CAMPO**

Finalmente, há um grupo de onze textos que abordam o jornalismo cultural de forma mais ampla. São oriundos principalmente dos estudos em Comunicação e Jornalismo – apenas dois são de Letras e Literatura – e trazem reflexões de

cunho mais teórico e menos calcado em experiências pontuais. Villa (1998; 2000), por exemplo, reúne em dois artigos a parte teórica de sua tese de doutoramento. Com uma perspectiva sociodiscursiva, apresenta reflexões sobre como se configura o jornalismo cultural nos suplementos semanais – estes tidos como espaços ligados à cultura letrada, ilustrada e elitista. Também com uma reflexão a respeito de um dispositivo, Beigel (2003) discute o quanto as revistas culturais se configuram como espaço de escritura coletiva e documento relevante para a história da cultura. Defende que o jornalismo nelas praticado foi relevante para a autonomização do campo cultural latino-americano – sobretudo no que se refere à sua vertente literária – e para a materialização de formas de difusão ligadas a alguma aspiração revolucionária. O folhetim é outro formato típico do jornalismo cultural esmiuçado no texto de Kauffmann e Bogner (1999). No conjunto de resumos de um colóquio sobre o tema realizado em Berlim, esse gênero é tratado sob diversos enfoques por quinze pesquisadores diferentes a partir de experiências austríacas e alemãs ocorridas do século XIX até 1998. Com um viés mais contemporâneo, Cavallin (2009) discorre sobre o processo de migração do jornalismo cultural dos dispositivos mais tradicionais para os suportes digitais. Segundo a pesquisadora, estes seriam espaços que permitem uma autêntica interação social e cultural.

Fajardo (1999), por sua vez, em formato de palestra, estabelece um debate mais geral sobre o jornalismo cultural, criticando a abordagem normalmente dada às manifestações artísticas e propõe a adoção de uma ideia de cultura mais ampla e abrangente. Também numa discussão mais geral, Golin e Cardoso (2009) apresentam um estado da arte da pesquisa sobre esse fazer em nível de pós-graduação no Brasil, discutem alguns de seus traços típicos e refletem sobre a apropriação dos valores-notícia típicos do jornalismo no âmbito dessa especialização. A questão da hierarquia do gosto norteia dois trabalhos: Delponti Macchione e Rodriguez (2012) trazem à luz o quanto a informação cultural é lugar de hierarquização e de formação de um imaginário social globalizado; e Assis (2011) aprofunda a noção de jornalismo de variedades – este inserido dentro do especializado em cultura. Atravessada pela questão do território, a discussão proposta por Esteinou Madrid (1998) problematiza o jornalismo cultural a partir das grandes cidades mexicanas como espaço privilegiado para esse fazer. Também Schmidt (2006) pauta-se por uma reflexão tangencial, neste caso a permanência do discurso antifeminista na imprensa especializada brasileira.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A coleta de referências internacionais em torno do tema que move a maior parte de nossas pesquisas – a relação do jornalismo com a cultura – nos defrontou com um processo demorado e exaustivo de busca, incluindo a necessidade de acesso pago à parte dos artigos compilados. A delimitação da coleta em torno das bases referenciais indicou o quanto esse recorte é parcial em relação à produção em curso, considerando que os países que se destacaram na amostra foram Espanha

(10 textos; ou 25% do total), Reino Unido (5 textos; 13%), Países Baixos (5 textos; 13%), Argentina (5 textos; 13%), Venezuela (3 textos; 8%) e Brasil (3 textos; 8%), silenciando, por exemplo, a fortuna crítica de regiões como França, Estados Unidos ou mesmo a produção diversificada sobre o tema existente no Brasil.

Mesmo na restrição do recorte, consideramos que o conjunto de textos oferece pistas significativas para percorrer a polissemia daquilo que se entende por jornalismo cultural. Acreditamos, no entanto, que a problematização teórica do jornalismo como sistema perito, que historicamente incide nos campos especializados da cultura, ainda merece mais atenção por parte dos pesquisadores. Essa seria uma maneira de avançar no entendimento desse segmento e avaliar as transformações em curso que hoje suplantam a hegemonia do impresso como paradigma da prática e da pesquisa em jornalismo cultural.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso Seoane, M.J. (2005). Algunos datos sobre José Bermúdez de Castro y su primer acercamiento a sus colaboraciones en La Revista Española (1836). *Anales de Literatura Española*, 18, 23-36.
- Assis, F. (2011). Jornalismo de variedades: cartografia de uma especialidade da imprensa. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 34 (1), 105-128.
- Barei, S. N. (1999). Periodismo cultural: crítica y escritura. *Ambitos: Revista internacional de comunicación*, 2, 4-9.
- Beigel, F. (2003). Las revistas culturales como documentos de la historia latinoamericana. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, 20: 105-116.
- Carbonnel, M. (2003). Camille Mauclair ou la vigilance critique. *Romantisme*, 33: 81-91.
- Cavallin, C. (2009). Del Twitter como plaza o cómo se configuran los nuevos espacios para el periodismo cultural. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 2: 90-103.
- Clarke, M. (2010). Critical mediators: locating the art press. *Visual Resources*, 26 (3), 226-241.
- Delponti Macchione, P. & Rodríguez, J. M. P. (2012). El papel del periodismo cultural en la construcción simbólica del imaginario social. *Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS -vol. 2: 74-80.*
- Esteinou Madrid, J. (1998). El periodismo cultural en los tiempos de las grandes ciudades. *Razón y palabra*, 10
- Fajardo, A. S. (1999). Pepito Grillo. Contribución del periodismo cultural a una sociedad del conocimiento justa. *Huella: Revista de La Universidad Del Norte*, 55, 38-42.
- Forde, E. (2001). From polyglotism to branding: on the decline of personality journalism in the British music press. *Journalism Studies*, 2 (1), 23-43.
- Golín, C. & Cardoso, E. T. (2009). Cultural journalism in Brazil: academic research, visibility, mediation and new values. *Journalism*, 10, 69-89.

- Gómez Alfeo, M. V. & García Rodríguez, F. (2010). La crítica de arte en Colombine. El concepto de Belleza. *Arbor*, 186, 139-147.
- Gómez Alfeo, M. V. & García Rodríguez, F. (2009). Descripción y análisis de las críticas de arte publicadas por la Gaceta Literaria. *Documentación de las ciencias de la información*, 32, 25-50.
- Gómez Alfeo, M. V. & García Rodríguez, F. (2008). Goya, 1908. *Historia y comunicación social*, 13, 63-84.
- Guanipa, M. (2006). Del canon a la crítica: los dilemas de un discurso canonizador. *Anales de la Universidad Metropolitana*, 6 (2), 137-160.
- Hainsworth, P. (2000). Florentine Cultural Journalism under Fascism: "Il Bargello". *The Modern Language Review*, 95 (3), 696-711.
- Hall, S.; Chritcher, C.; Jefferson, T.; Clarke, J.; Roberts, B. (1999). A produção social das notícias: o mugging nos media. In Nelson Traquina. (org.) *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"* (pp.224-248). Lisboa: Vega.
- Harries, G.; Wahl-Jorgensen, K. (2007). The culture of arts journalists: elitists, saviors or manic depressives? *Journalism*, 8 (6), 619-639.
- Hellman, H.; Jaakkola, M. (2011). From aesthetes to reporters: the paradigm shift in arts journalism in Finland. *Journalism*, 13 (6): 783-801.
- Ibáñez-Cuenca, J. A.; Baraybar-Fernández, A. (2011). Fuentes 2.0 y periodistas. *Transformaciones en la comunicación museística*, 20 (6), 634-638.
- Janssen, S. (1999). Art journalism and cultural change: the coverage of the arts in Dutch newspapers 1965-1990. *Poetics*, 26 (5-6), 329-348.
- Janssen, S. (2006). Fashion reporting in cross-national perspective 1955 – 2005. *Poetics*, 34 (6), 383-406.
- Janssen, S. (2009). Foreign literatures in national media: comparing the international focus of literary coverage in Europe and the United States, 1955-2005. *Arcadia*, 44 (2): 352-375.
- Janssen, S.; Kuipers, G.; Verboord, M. (2008). Cultural globalization and arts journalism: the international orientation of arts and culture coverage in Dutch, French, German, and U.S. newspapers, 1955 to 2005. *American sociological review*, 73 (5): 719-740.
- Kahn, R. (2011). 'Oop vir misinterpretasie': South African journalism's take-up and representation of the music of Fokofpolisiekar. King's College, London, United Kingdom. *Ecquid Novi*, 32 (3): 19-33.
- Kauffmann, K & Bogner, RG (1999). The long history of minor forms - Report of a research colloquium on the state of historical and systematic studies on arts journalism, Berlin, September 24-26, 1998. *Zeitschrift Fur Germanistik*, 9 (3), 702-705.
- King, John (2012). 'Ya nunca más seríamos lo que éramos': Tomás Eloy Martínez and Primera Plana in the 1960s. King, J. University of Warwick, United Kingdom. *Bulletin of Latin American Research*. 31 (4), 426-444.
- Miguel, Luis Felipe (1999). O jornalismo como sistema perito. *Tempo social: Revista de Sociologia*, 11 (1), 197-208.
- Pérez de Eulate Vargas, M. (1999). Las páginas culturales de los diarios como Puente de comunicación con el lector. *Revista Latina de Comunicación Social*, 15, 226-241.

- Pérez Rufí, J. P. (2008). La información cinematográfica en el diario sevillano El liberal, en 1929. *Revista Latina de Comunicación social*, 11(63), 140-150.
- Risco, A. M. (2008). La prensa del norte argentino em la encrucijada de la comunicación cultural. La página literaria del diario La Gaceta (1949-1951). *Revista Latina de comunicación social*, 11(63), 313-330.
- Rodriguez, B. (2003). Fronteras y literatura: EL periódico La Patria (El Paso, Texas, 1919-1925). *Mexican Studies / Estudios Mexicanos*, 19 (1), 107-125.
- Rubiano, E. (2006). Escenario, butaca y ticket: el mercado de la cultural en el periodismo cultural. *Tabula Rasa*, 5, 129-148.
- Schmidt, R. T. (2006). Refutações ao feminismo: (des)compassos da cultura letrada brasileira. *Revista Estudos Feministas*, 14 (3), 765-799.
- Schmutz, V. (2009). Social symbolic boundaries in newspaper coverage of music, 1955-2005: gender and genre in the US, France, Germany, and the Netherlands. *Poetics*, 37 (4), 609-623.
- Venrooij, A. v. (2011). Classifying popular music in the United States and the Netherlands. *American Behavioral Scientist*, 55 (5), 609-623.
- Veres Cortés, L. (2007). Periodismo político y cultural en la década de 1920: el Boletín Titikaka y la propaganda. *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, 34.
- Vila-Sanjuán, S. (2006). Crítica literaria y periodismo cultural: las experiencias de La Vanguardia. *Tripodos*, 19, 55-60.
- Villa, M. J. (1998). El periodismo cultural: reflexiones y aproximaciones. *Revista Latina de comunicación social*, 6.
- Villa, M. J. (2000). Una aproximación teórica al periodismo cultural. *Revista Latina de comunicación social*, 35.
- Zambrano Morales, M. G. & Villalobos Finol, O. (2010). Presencia del periodismo cultural y de espectáculo en la prensa zuliana. *Anagramas: rumbos y sentidos de la comunicación*, 9 (17), 67-82.

## A construção da figura do editor de livros na narrativa jornalística do caderno *Sabático* de *O Estado de S. Paulo*

MARIANA SCALABRIN MÜLLER

marianasmuller@gmail.com

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

### Resumo

Este trabalho objetiva problematizar a construção da figura do editor de livros em reportagens publicadas no *Sabático*, suplemento cultural do jornal *O Estado de S. Paulo*. Criado em março de 2010, o *Sabático* é herdeiro do tradicional *Suplemento Literário do Estado de S. Paulo* (1956-1974), e deixou de circular em abril de 2013. Foram analisadas as edições publicadas no período compreendido entre maio de 2012 e abril de 2013. Identificamos, nesse recorte, quatro edições que têm como capa e matéria principal um editor de livros. Considerando a tradição dos suplementos literários (Abreu, 1996), a lógica da publicação relacionada à notoriedade e à construção de prestígio (Golin; Cardoso, 2010), a proposta é analisar as quatro reportagens selecionadas sob a perspectiva da narrativa jornalística. A partir do recurso da personalização (Alfonso, 2010) e da reincidência de temáticas nas quatro entrevistas, percebemos que o suplemento coloca o sujeito editor na posição de protagonista ao narrar parte da história editorial brasileira e os atuais desafios do mercado. Conforme Bragança (2005), o lugar do editor, que mesclaria comando, decisão e criação é reiterado nas páginas do *Sabático*.

**Palavras-Chave:** Jornalismo cultural; suplemento cultural; narrativa; editor

---

### SUPLEMENTOS: O PASSADO E O PRESENTE

A década de 1950 foi o palco do lançamento de suplementos literários na maioria dos grandes jornais brasileiros. Em um período marcado pela urbanização, por mudanças na estrutura produtiva e pelo desejo de modernização do país, a imprensa começou a abandonar o jornalismo marcado pela opinião, uma herança francesa. A notícia e a objetividade ganharam espaço nos periódicos que, naquele momento, começaram a ser financiados com força pela publicidade. Em paralelo a tantas mudanças, surge uma sociedade de consumo nos diferentes setores da cultura e um espaço nos jornais dedicado à arte, à literatura e, por consequência, aos intelectuais (Abreu, 1996).

Grande parte dos suplementos era publicada aos sábados ou aos domingos e muitos tinham em sua origem os cadernos femininos, que reuniam temas como moda, culinária e poesia. É importante destacar, conforme Abreu (1996), que na década de 1950 a mulher era a grande consumidora de produção literária no país. Em relação às temáticas publicadas pelos suplementos literários nessa década, a literatura é a que mais aparece, seguida por temas culturais, históricos e políticos. A análise dos suplementos do período feita por Abreu (1996) ainda permite perceber quais editoras eram as mais atuantes no mercado da época e quais eram os



intelectuais de referência. Outra característica dessas publicações era a capacidade de inserção de jovens escritores no mundo literário.

Criado em 1956, com projeto editorial de Antonio Candido e design concebido pelo artista plástico Ítalo Bianchi, o *Suplemento Literário de O Estado de S. Paulo* influenciou de forma marcante o segmento. Foi criado com a proposta de aliar tradição e inovação e se destacou pela boa remuneração de seus colaboradores, acima da média do período. Apesar dos poucos anúncios comerciais, era eficiente ao conferir prestígio para o jornal, reunindo segmentos importantes da intelectualidade paulistana (Golin & Cardoso, 2010). Ao segmentar os cadernos que analisou de acordo com suas características dominantes, Abreu (1996) inseriu o suplemento do jornal *O Estado de S. Paulo* entre os que abriam espaço para os movimentos de vanguarda tanto na literatura quanto no teatro, nas artes plásticas e no cinema. No final da década de 1960, o caderno começou a passar por mudanças, na esteira da imposição da cultura de massas e do apelo técnico, que acompanhou a modernização das redações.

As constantes transformações que atingiram a imprensa nas décadas seguintes modificaram o perfil dos cadernos focados em cultura e literatura. Muitos semanais foram extintos, alguns substituídos por cadernos diários de cultura e entretenimento. Os que ainda existem mantêm a circulação semanal e fazem parte de uma lógica onde as notícias e as reportagens convivem com outros gêneros, incluindo o texto literário. Segue tratando-se do espaço em que o jornal prescindir, trazendo um conteúdo sem o qual a edição permaneceria completa. Os suplementos ainda mantêm a lógica do arquivo – ler e guardar – inserindo, assim uma outra perspectiva de tempo à efervescência dos jornais diários.

Em alguma medida, os suplementos carregam parte do conceito etimológico da revista, no ato de re-avista, de examinar, pressuposto a crítica e o ensaio (Golin *et al.*, 2013). Para Golin *et al.* (2013), os cadernos especializados poderiam funcionar como um metassistema perito, que têm poder de legitimar ou de deslegitimar a confiança nos sistemas peritos, conforme Miguel (1999), algo já praticado no jornalismo. Como sistemas peritos entende-se sistemas de excelência técnica ou de competência profissional<sup>1</sup>. A isso, soma-se a questão da hierarquia, a defesa do superlativo, ou seja, o poder de definir o que há de melhor no segmento cultural.

Na condição hierárquica de juiz artístico, os suplementos traduzem de forma consciente ou não uma espécie de projeto formador e pedagógico. Em graus diferentes, difundem valores seculares da cultura letrada, constitutivos da gênese do jornalismo cultural por meio do texto crítico, atribuindo-se funções múltiplas como alertar, descobrir e explicar, ou seja, de “iluminar o leitor” (Golin *et al.*, 2013: 110).

Ao jornalismo cultural cabe o poder de dizer e de silenciar, interferindo no processo de consagração de determinados produtos e agentes de produção cultural, provocando efeitos também no processo produtivo (Golin & Cardoso, 2010). Nessa

<sup>1</sup> Miguel (1999) parte de categorias propostas por Anthony Giddes em *As consequências da modernidade* (1991).

luta por prestígio, os autores (Golin & Cardoso, 2010) salientam que vem à tona um jogo de distinção: o jornalismo toma para si o poder da assinatura de alguns artistas e instituições para legitimar-se; ao mesmo tempo, artistas e instituições utilizam a visibilidade da mídia para dar mais alcance à sua assinatura. Para Alfonso (2010), um dos recursos utilizados pelo jornalismo é o tratamento de fatos culturais a partir do sujeito, da personalização. Esse fenômeno criaria um discurso apoiado em personagens, onde se produz um efeito de sentido em que a confiabilidade do conhecimento é deslocada para a credibilidade individual do sujeito.

Ao analisar o discurso, Benetti (2010) conclui que o jornalismo adquire poder normativo ao estabelecer saberes dignos de serem denominados “contemporâneos”. Dessa forma, a maior força do discurso jornalístico não estaria na singularidade das notícias, mas naquilo que se repete, definindo como é o mundo, quais são os valores contemporâneos e como se deve agir nesse mundo narrado. Os suplementos, muitas vezes, operam nesta lógica de repetição de ideias. Além disso, o presente social oferecido pelo jornalismo carrega uma noção estendida nessas publicações. Nesse sentido, cabe lembrar que o tempo presente, segundo Franciscato (2005: 165), “é a construção social que fundamenta o jornalismo”.

Para Travancas (2001), os suplementos conferem prestígio para os jornais que os publicam, o que colaboraria para mantê-los circulando. Porém, muitos suplementos, incluindo os dois brasileiros analisados pela autora<sup>2</sup>, têm sido extintos nos últimos anos. Já nos anos de 1950, de acordo com Abreu (1996), havia registros de suplementos com vida irregular, devido às dificuldades que atingiam a imprensa no período. Mário Pontes, que participou da criação do semanal *Livros*, editado pelo *Jornal do Brasil* a partir de 1974, também relata que, em momentos de crise econômica, os suplementos eram os primeiros a serem cortados (Gadini, 2009). Criado em março de 2010 com foco no mercado editorial, o caderno *Sabático*, herdeiro do *Suplemento Literário do Estado de S. Paulo*, circulou apenas até abril de 2013, quando uma mudança editorial no jornal *O Estado de S. Paulo* o extinguiu.

### OS EDITORES DE LIVROS DO PONTO DE VISTA DA NARRATIVA

Há diversas razões para se estudar as narrativas. Entre as elencadas por Motta (2013), está compreender a representação do mundo. Assim, o trabalho simbólico das análises narrativas seria compreender a experiência constitutiva do sujeito. A proposta de Motta (2013) é uma análise com caráter hermenêutico, uma técnica de interpretação dos discursos sobre uma realidade. É preciso salientar as especificidades de uma análise de narrativa de um produto da mídia.

...a narratologia midiática é diferente da narratologia literária. Na análise da mídia precisamos colocar o foco no processo de comunicação narrativa, na atitude e na posição do narrador, em suas intencionalidades e estratégias, seu papel mediador, nos dêiticos e implicaduras, nos efeitos de sentido possíveis

<sup>2</sup> Em sua tese de doutoramento defendida em 1998 e publicada em livro em 2001, a autora comparou quatro suplementos literários de jornais franceses e brasileiros. São eles: *Mais!*, *da Folha de S. Paulo*, *Ideias, do Jornal do Brasil*, *Les livres, do Libération*, e *Le monde des Livres, do Le Monde*.

e em outros aspectos do processo integral de comunicação narrativa – e não apenas com o produto, como faz a narratologia literária cujo foco permanece ainda na obra e nas suas estruturas imanentes (Motta, 2013: 92).

Entre os desafios impostos pela narrativa jornalística está o jogo de vozes. Motta (2013) reitera que é preciso levar em conta pelo menos três narradores ou vozes sobrepostos. São eles: o veículo, o jornalista e a personagem. Na maioria dos casos, essas vozes se manifestam nas reportagens quase como em um confronto, numa disputa por poder simbólico. Além disso, verificar as temáticas que se repetem é fundamental para compreender o enredo.

Considerando o recurso da personalização e o foco do Sabático nos livros e na leitura (Costa, 2012)<sup>3</sup>, analisamos as edições do Sabático publicadas entre maio de 2012 e abril de 2013, quando o caderno para de circular. Nesse recorte, encontramos quatro edições que tem como capa e matéria principal um editor de livros. São eles: Sergio Machado, no comando do *Grupo Editorial Record* (26/05/2012); Roberto Feith, que dirige a editora *Objetiva* (25/08/2012); os irmãos Evandro e Alexandre Martins Fontes, responsáveis respectivamente pelas editoras *Martins Fontes – Selo Martins* e *WMF Martins* (02/02/2013); Charles Cosac, editor e fundador da *Cosac Naify* (20/03/2013).

A função de um editor é considerada indispensável e notória, sendo responsável por fazer um texto transformar-se em livro. Comparado a um parteiro, o editor de livros impressos ainda “dá forma, corpo e roupa à obra que fez nascer – e finalmente chegará às livrarias” (Bragança, 2005: 223). Trata-se de uma mescla entre um lugar de decisão, de comando e de criação que, por pelo menos cinco séculos, esteve no centro do processo cultural do Ocidente.

Já a figura do editor-empresário, que não tem vínculos com a tipografia e com a livraria, surge apenas no século XIX e ainda permanece. Em paralelo, há o crescimento do comércio de livros, com processos como a internacionalização e a formação de grandes grupos editoriais. O século XX, para Bragança (2005), impõe aos editores-empresários o desafio de buscar novas fórmulas para concorrer com a cultura da imagem, um exemplo são as coleções de bolso, vendidas a custo inferior em relação ao livro tradicional.

Motta (2010) entende que o jornalismo costuma colocar as personagens, de forma muito individualizadas, no eixo das histórias. Dessa forma, a análise narrativa foca na observação da representação da personagem como figura do discurso jornalístico. “Nosso objeto é a versão, não a história”, reforça Motta (2010: 152). Assim, a escolha pela análise da figura desses editores-empresários justifica-se, também, por sua posição de centralidade no mercado editorial, foco do *Sabático*.

### **ANÁLISE: OS EDITORES ENQUANTO PERSONAGENS**

O caminho para compreender como os editores são construídos enquanto personagens na narrativa do *Sabático* inicia por uma descrição das reportagens

<sup>3</sup> A autora pesquisou o primeiro ano do Sabático, com edições selecionadas no período de março a dezembro de 2010, em sua dissertação.

publicadas. Há semelhanças e diferenças entre elas que precisam ser destacadas nesta análise. As quatro têm um formato e tamanho comum: foto do editor na capa do suplemento e duas páginas de entrevista na parte interna. Em todas elas há uma outra foto do editor nas páginas internas, um texto pequeno em que ele é apresentado e, a seguir, as perguntas. Na parte inferior das duas páginas, há pequenas fotos com informações e curiosidades sobre o editor e a editora pela qual é responsável. Isso ocorre em três matérias, exceto na entrevista realizada com Charles Cosac, editor e fundador da *Cosac Naify*. É importante destacar que a entrevista com o editor da *Cosac Naify* foi publicada no dia 20 de abril de 2013, última edição do caderno que circulou.



Figura 1: Da direita para a esquerda, as capas das quatro reportagens analisadas: Sergio Machado, Grupo Editorial Record; Roberto Feith, editora *Objetiva*; os irmãos Evandro e Alexandre Martins Fontes, editoras *Martins Fontes – Selo Martins* e *WMF Martins*; Charles Cosac, editora *Cosac Naify*.



Figura 2: A página central com a entrevista do editor Sergio Machado.



Figura 3: A entrevista com os irmãos Evandro e Alexandre Martins Fontes, responsáveis respectivamente pelas editoras *Martins Fontes – Selo Martins* e *WMF Martins*.

Conforme Motta (2010), a reincidência e a continuação de temáticas é um indicativo relevante para a compreensão da narrativa. A leitura das quatro entrevistas permitiu identificar um núcleo temático principal: a trajetória das editoras comandadas por cada um dos entrevistados. O texto de abertura das quatro entrevistas é dedicado a recontar a criação e o desenvolvimento das empresas, seus títulos de maior sucesso e as perspectivas de futuro. É possível identificar um desenrolar de acontecimentos e de temáticas semelhantes nos quatro textos, escritos por jornalistas do suplemento. Traços da personalidade ou vivências dos editores ajudam a contar o desenvolvimento de suas editoras, como é possível perceber nos trechos a seguir, retirados do texto de abertura de cada entrevista.

“Há muito que contar desde que, aos 24 anos, *recebeu uma oferta “irrecusável” do pai*, Alfredo Machado, para trabalhar com ele na Record. Era 1972. Após a morte do fundador da editora, em 1991, Sergio *achou* que era a hora de reposicionar a marca.” (Entrevista de Sergio Machado, grifo nosso)

“Ex-correspondente da TV Globo na Europa e ex-editor chefe do Globo Repórter, Feith aceitou em 1991 a proposta de dois conhecidos e *comprou 60% de uma editora inexpressiva* – ela mesma, a Objetiva.” (Entrevista de Roberto Feith, grifo nosso)

“Waldir era um visionário tão *talentoso* para os negócios que, em plena ditadura, chegou a publicar, com editoras portuguesas, autores censurados – não por motivos ideológicos, mas *guiado pelo tino comercial*, como lembra o filho Evandro, editor da Martins Fontes – Selo Martins.” (Entrevista de Evandro e Alexandre Martins Fontes, grifo nosso)

“Charles está longe de ser um *editor burocrático*. *Colecionador de arte*, sua editora, criada para publicar livros da área, viria a se tornar uma referência ao lançar monografias de outros artistas contemporâneos, sozinha ou em parceria com instituições como a Bienal de São Paulo.” (Entrevista de Charles Cosac, grifo nosso)



A trajetória das editoras segue presente nas respostas dos entrevistados. O início se dá com a história da editora e a inserção dos editores nelas, em seguida, as perguntas focam em desafios encontrados no percurso e, por fim, são abordadas temáticas relacionadas ao futuro das empresas e do mercado editorial. Na voz de uma personagem jornalística os editores contam seus maiores acertos e erros, além de momentos de dificuldade financeira. Essa ideia de balanço do que aconteceu até o momento da reportagem algumas vezes faz com que os editores possam ser identificados como batalhadores, vitoriosos. Como no trecho a seguir, de Charles Cosac: “O ano de 2012 foi o primeiro que não fizemos nenhum aporte e que a editora terminou no azul. Claro que isso não contempla o passado, mas olhar para o passado não é a solução”. Na voz dos jornalistas, surgem questionamentos que indicam uma provável dificuldade de manter-se no mercado editorial. Os irmãos Martins Fontes responderam de forma negativa a seguinte pergunta: “Em algum momento pensaram em desistir desse negócio? Sentiram desânimo?”

Nas perguntas e nas respostas também é possível identificar as subtemáticas que perpassam as quatro entrevistas. São elas: questões pessoais relativas aos editores, a editora atualmente, mercado editorial, livros digitais, leitura, livrarias. Percebe-se, assim, que existem dois grandes eixos nas reportagens: a editora que cada editor comanda e o mercado editorial que os cerca. Esses dois eixos aparecem nas quatro entrevistas, a variação ocorre apenas em subtemas como a questão das livrarias e da leitura. Além de serem questionados sobre sua inserção na editora, os entrevistados responderam sobre desafios do mercado de livros impressos e digitais, como mostra o trecho que segue:

“O e-book é coisa do futuro e será uma coisa do presente. Mas eu não vejo o livro físico sendo a menor parte do mercado. Não vejo o digital ocupando a maior parte do mercado brasileiro no horizonte de uma década” (Roberto Feith, da *Objetiva*)

Os questionamentos dos jornalistas sobre mercado editorial (como está hoje, quanto se vende, quanto se paga por um título, lucra-se ou não, vale a pena permanecer no mercado, incentivos governamentais etc) demonstram que os editores estão efetivamente no centro desse mercado, são protagonistas. O *Sabático* lhes concede espaço para que falem como estão suas empresas – as editoras – contem como montam seus catálogos e opinem sobre temas polêmicos como negociações com empresas estrangeiras, por exemplo a *Amazon*, para efetivar a venda de livros digitais. Essa escolha temática reforça o caráter de notoriedade empregado pela narrativa jornalística a esses personagens, os editores. Cabe reforçar que os quatro entrevistados que compõem esta amostra estão à frente de editoras significativas no Brasil.

“Ninguém imagina que uma pessoa possa entrar numa livraria, pegar uma dúzia de livros e sair sem pagar. Mas algumas pessoas argumentam que na internet você pode e deve fazer isso” (Roberto Feith, da *Objetiva*)

“Nesse ambiente do e-book, das licenças, o que vai fazer a diferença, na hora que a gente estiver na última batalha mortal com a Amazon, é o catálogo nacional” (Sergio Machado, da *Record*)



“A briga é cada vez maior. Num bom sentido. É briga por espaço dentro das livrarias, briga para ter o livro na imprensa, para comprar os direitos.” (Alexandre Martins Fontes, da WMF Martins)

“Quando voltei ao Brasil, conheci a obra do arquiteto Paulo Mendes da Rocha. Três editoras tentaram tirar o livro de mim e eu falei: vocês estavam aqui há milhões de anos e não viram.” (Charles Cosac, da *Cosac Naify*)

Também é possível perceber a disputa de vozes entre jornalista e entrevistado. Ao lado disso, está o jogo de distinção, que faz com que instituições e agentes tentem reforçar sua relevância no espaço notório do jornal. As perguntas e respostas a seguir, retiradas, respectivamente, da entrevista com os irmãos Martins Fontes e com Sergio Machado, da Record, denotam isso:

“A Martins Fontes não é vista em grandes leilões comerciais. É uma opção editorial? Alexandre: Se entendermos que o livro merece, certamente vamos participar. Quase com certeza vamos perder. Já participei de muitos leilões sabendo que perderia, mas fiz isso para mostrar que existíamos. (...)” (Grifo nosso indica a pergunta feita pelo jornalista)

“Editoras brasileiras têm sido assediadas pelos estrangeiros. E a Record? Eles vêm conversar, estão sempre vindo. Tive essa conversa várias vezes.” (Grifo nosso indica a pergunta feita pelo jornalista)

Fica evidente, ao analisar as quatro reportagens, que a história das editoras e um panorama do mercado editorial brasileiro é narrado a partir do sujeito, seja ele o editor entrevistado no momento ou o criador da editora. São os editores que ganham espaço, que são ouvidos sobre questões relevantes do mercado. Por meio do recurso da personalização, em que a confiabilidade do conhecimento é deslocada para a credibilidade individual do sujeito (Alfonso, 2010), o suplemento reconstrói parte da história editorial do país e evidencia o mercado editorial atual, a partir de editoras consideradas de referência.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A lógica dos suplementos literários, onde é possível perceber a construção da notoriedade de instituições e de sujeitos fica evidente nesta análise do *Sabático*. Em uma amostra de quatro reportagens publicadas no período de um ano – de maio de 2012 a abril de 2013 – percebe-se a disputa por prestígio (Golin; Cardoso, 2010) que leva a um jogo de distinções. Em alguns momentos, é o jornalismo que se utiliza do prestígio de instituições e sujeitos; em outros, esses sujeitos, os editores, utilizam-se do espaço jornalístico para dar um alcance ainda maior às suas assinaturas. Isso fica evidente quando os editores reforçam suas marcas, enaltecendo decisões acertadas que tomaram ao comprar ou negar determinado título, por exemplo.

Em uma pesquisa envolvendo os suplementos literários da década de 1950, Abreu (1996) identificou quais editoras eram tidas como referência para o mercado editorial daquele período. As reportagens do *Sabático* destacadas nesta pesquisa

também permitem perceber quais editores e agentes literários ganham destaque jornalístico. Nesse caso, é o sujeito, a partir do recurso da personalização, que confere notoriedade às editoras e à função de editor de livros.

Assim, o jogo de vozes presente na narrativa jornalística (Motta, 2013) que coloca em disputa o veículo, o jornalista e a fonte também é perceptível nas quatro reportagens analisadas. Algumas vezes, os editores respondem determinada pergunta sem dizer exatamente o que foi questionado. Em outras, afirmam que não podem responder. Em alguns casos, são os próprios jornalistas que, ao formular a pergunta, inserem a possibilidade ou não de resposta. A repetição de temáticas, a partir de textos e perguntas semelhantes, também reflete a disputa por poder entre as vozes. É importante reforçar que é na repetição de ideias, de acordo com Benetti (2010), que residiria a maior força do discurso jornalístico.

Conforme Motta (2010), o jornalismo coloca as personagens, de forma muito individualizada, no eixo das histórias. A análise narrativa das reportagens permite perceber que a mescla entre “lugar de decisão, de comando e de criação”, apontada por Bragança (2005: 224) ainda está em evidência. Os editores são construídos como personagens que enfrentam desafios no mercado, erram e acertam na escolha de títulos e, acima de tudo, têm papel fundamental em uma atividade considerada nobre e próxima da intelectualidade: a produção de livros.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, A. A. (1996). Os suplementos literários: os intelectuais e a imprensa nos anos 50. In Abreu, A. A. (Org), *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas
- Alfonso, L. (2010). *Personalização como estratégia discursiva do jornalismo: o caso da Fundação Iberê Camargo*. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.
- Benetti, M. (2010). Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In Cláudia Lago; Marcia Benetti (Orgs), *Metodologias de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes
- Bragança, A. (2005). Sobre o editor. Notas para a sua história. *Em Questão*, 11 (2), 219-237.
- Costa, J. M. (2012). *Sabático: um novo tempo para a leitura? (A retomada do Suplemento Literário no Estado de S. Paulo 2012)*. Dissertação de Mestrado em Divulgação Científica e Cultural Universidade Estadual de Campinas. Campinas, Brasil.
- Gadini, S. L. (2009). *Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Paulus
- Golin, C. & Cardoso, E.; Sirena, M. & Linhares, B. (2013). O arquivo no espaço do efêmero: a consolidação do formato suplemento cultural na imprensa do RS em 1967. *Dossiê Mídia, Intelectuais e Política*, 16 (2), 107-124.
- Golin, C. & Cardoso, E. (2010). Jornalismo e a representação do sistema de produção cultural: mediação e visibilidade. In César Bolaño; Cida Golin; Valério Brittos (Org), *Economia da arte e da cultura* (pp. 184-203). São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS.

- Miguel, L. F. (1999). O jornalismo como sistema perito. *Tempo social: Revista de Sociologia*, 11 (1), 197-208.
- Motta, L. G. (2013). *Análise crítica da narrativa*. Brasília: Editora Universidade de Brasília
- Motta, L. G. (2010). Análise pragmática da narrativa jornalística. In Cláudia Lago; Marcia Benetti (Orgs), *Metodologias de pesquisa em jornalismo* (pp. 143-167). Petrópolis: Vozes.
- Travancas, I. (2001). *O livro no jornal: os suplementos literários dos jornais franceses e brasileiros nos anos 90*. Cotia: Ateliê Editorial

## Como as revistas *Istoé* e *Sábado* abordam os livros e a literatura: um estudo comparativo

FLÁVIA SERAFIM

furabia@gmail.com  
Universidade do Minho

### Resumo

O presente trabalho trata-se de um estudo exploratório que visa averiguar o modo como um semanário brasileiro e um português abordam os livros e a literatura, procurando inserir essa problemática no âmbito do jornalismo cultural. Esta especialidade do jornalismo, de acordo com alguns autores, encontra-se em crise, portanto, além de caracterizar a cobertura que a *Sábado* e a *Istoé* realizam acerca de assuntos literários, nos propomos averiguar se esta dita crise pode ser vislumbrada nas matérias referentes à temática em questão. Algumas das características dessa crise seriam: valorização da cultura do entretenimento ou de massa, crescente carência interpretativa nas matérias e a desvalorização do saber cultural local. Esta comunicação baseia-se numa análise quantitativa de conteúdo de vinte revistas: dez exemplares da brasileira *Istoé* e dez exemplares da portuguesa *Sábado*, que foram publicados no período de 21 de agosto a 23 de outubro de 2013. As análises efetuadas permitiram-nos perceber que, no âmbito das matérias sobre literatura, essas publicações apresentam uma desvalorização da cultura local, certa valorização de produtos massivo (em especial no caso da *Sábado*) e um certo nível de carência interpretativa, evidenciado pela presença significativa de notas jornalísticas, as quais não permitem reflexões por parte do jornalista.

**Palavras-Chave:** Livros ; literatura; jornalismo cultural; istoé; Sábado

---

### INTRODUÇÃO

A presente comunicação reporta-se a um estudo preliminar sobre o modo como um semanário brasileiro e um português abordam, em suas páginas, os livros e a literatura, procurando inserir a sua problemática no âmbito do jornalismo cultural.

Um número considerável de autores afirma que esta ramificação do jornalismo, na atualidade, está passando por uma crise. Segundo Gadini, é

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 (Gadini, 2007: 1).

Outra autora que compartilha dessa crença é Guedes, de acordo com a qual o jornalismo cultural, “Assim como outras especialidades da prática jornalística, [...] deixa-se levar pela lógica mercadológica que sorve as outras áreas da vida social”, o que levaria às seguintes mudanças:

[...] carência interpretativa que tem acometido os jornalistas das editorias de cultura dos veículos impressos. Seguindo, vemos a intensa factualidade que cada vez mais vem acompanhando as informações sobre cultura. A desvinculação entre os sujeitos e o saber cultural local; a análise ou crítica segmentada e superficial das expressões artísticas, que são tomadas pela sua “forma” concreta: filmes, livros, grandes espetáculos, shows, dentre outros. Estas formas são tomadas sem quaisquer vínculos reflexivo ou cultural, que formam os pilares destas produções estéticas. O que importa é vender o produto cultural, nutrir a indústria de consumo. O que se avalia não é a arte a partir de seu significado para as diversas culturas, mas os “produtos” da arte fragmentados para o consumo breve (Guedes, 2007: 8).

Nesse seguimento, as dimensões principais que serão trabalhadas neste texto são as seguintes: o espaço dedicado a livros e literaturas nas revistas analisadas; a presença (ou não) de alguns dos problemas mencionados acima nas matérias de jornalismo cultural que tratam de livros; a caracterização da cobertura realizada por ambas as revistas no que se refere a livros e literatura.

A comunicação está dividida em quatro pontos. No primeiro, a problemática será tratada, ou seja, as teorias que fundamentaram o presente estudo e auxiliaram na elaboração das categorias analíticas e das perguntas de pesquisas serão expostas. Em outras palavras, nesse primeiro ponto se efetuará a contextualização da pesquisa. O tópico número dois tratará de especificar a maneira como a pesquisa foi conduzida, ou seja, é uma nota metodológica. Em seguida, os resultados obtidos através da metodologia utilizada, a saber, a análise quantitativa de conteúdo, serão expostos e discutidos. Por fim, serão efetuadas considerações finais.

## **PROBLEMÁTICA**

Como foi mencionado anteriormente, o jornalismo cultural tem sido retratado como uma área em mudança, e que já viu melhores tempos. Vários autores acreditam que a pós-modernidade e o consumismo podem estar prejudicando este campo do jornalismo. Piza (2003), por exemplo, afirma que o jornalismo cultural brasileiro tende a valorizar, na atualidade, o cinema americano, a TV brasileira e a música pop. Guedes, por sua vez, acredita que

No jornalismo contemporâneo, resguardando as devidas exceções, não se faz premente uma depuração analítica da obra de arte, pois a perspectiva mercadológica, que, em geral, acelera o ritmo produtivo nas redações jornalísticas, oblitera qualquer tentativa de ênfase reflexiva em torno da informação cultural. O que vai prevalecer neste universo de representação discursiva da arte está menos ligado a um procedimento interpretativo e mais vinculado a uma perspectiva mercantilista – que tende a orientar para o consumo dos bens culturais (Guedes, 2006: 130 cit. em Guedes, 2007: 8).

Uma vez que o trecho acima afirma que o jornalismo cultural hodierno foca menos na análise das obras, pode-se inferir que gêneros jornalísticos que não favoreçam a reflexão por parte do jornalista, tal como o informativo, sejam mais utilizados nessa modalidade. Lopez e Freire (2007), no entanto, defendem que o jornalismo cultural requer uma cobertura centrada na opinião, logo, para estes estudiosos,

o gênero jornalístico mais presente é o opinativo e a crítica (ou resenha), seria o formato mais representativo do jornalismo cultural. O presente artigo propõe-se a averiguar quais dos gêneros e formatos jornalísticos estão mais presentes nas matérias acerca do tema em questão.

Também é possível encontrar problemas no jornalismo cultural realizado em Portugal. Gadini, por exemplo, acredita que é preciso “[...] atender para a presença do cinema hollywoodiano na cultura portuguesa”, pois “de 1997 para 1999, a presença (da ‘eficácia’) cultural da indústria cinematográfica norte-americana no meio cultural lusitano subiu de 70 para 86% do total de consumo de filmes” (Gadini, 2001: 4). O autor, embora não apresente dados concretos, também acredita que esse panorama se reproduza na área musical. Já Carmo, em seu ensaio acerca do Jornalismo Cultural lusitano, afirma ainda que em Portugal instalou-se “[...] um jornalismo cultural pobre e pouco entusiasmante” (Carmo, 2006: 3). Percebe-se, portanto, através dos pensamentos desses intelectuais, que as questões da globalização também podem estar atuando sobre a prática do jornalismo cultural português.

Reflexões baseadas nos pensamentos ora explicitados permitiram a criação das seguintes perguntas de pesquisa: o espaço dedicado aos livros é menor do que aquele dedicado a outros assuntos de arte e cultura? O jornalismo cultural português e o brasileiro concentram-se em produções estrangeiras? Quais os gêneros e formatos jornalísticos mais presentes nas matérias relacionadas a livros e literatura? Os livros mais abordados são best-sellers, ou seja, aqueles de maior cunho comercial?

A tentativa de responder tais perguntas envolveu a preparação de categorias analíticas que permitiram o escrutínio da amostragem trabalhada. Para efeito desta comunicação, retemo-nos num conjunto estrito de categorias que surgem problematizadas por diversos autores. Uma das categorias de análise é a cartografia cultural, a qual, de acordo com Marques de Melo, “[...] molda a fisionomia do jornalismo cultural praticado na sociedade brasileira contemporânea” (Assis, 2008: 9). Esta categoria pode ser apreendida através de alguns indicadores, nomeadamente o assunto abordado: massivo, popular e erudito.

Buscou-se classificar os conceitos acima expostos da seguinte forma: os assuntos populares referem-se à cultura popular, a qual é “[...] feita pelo próprio povo” (Ortiz cit. em Souza, 2010), ou, como diz Certeau (1995 cit. em Souza, 2010: 11), é “a cultura comum das pessoas comuns, isto é, uma cultura que se fabrica no cotidiano, nas atividades ao mesmo tempo banais e renovadas a cada dia”. Já assuntos eruditos remetem à cultura erudita, que seria aquela que “sempre foi considerado a cultura por excelência” (Bosi, 1987: 12 cit. em Assis: 2008: 11) e tem por característica uma arte feita de maneira pensada, elaborada de forma racional. Os assuntos massivos, por sua vez, estão ligados à cultura de massa, a qual se caracteriza “[...] pelo tempo acelerado de produção (indústria cultural) e prende o espectador justamente porque este pouco faz uso de sua memória social, graças a seu cotidiano corrido” (Assis, 2008: 11).



Outra categoria aqui utilizada envolve os gêneros jornalísticos. Decidiu-se, nesse trabalho, pela adoção da classificação de gêneros jornalísticos criada por Marques de Melo, a qual está reproduzida na tabela a seguir.

Gênero	Informativo	Interpretativo	Opinativo	Diversional	Utilitário
Formato	Nota	Dossiê	Editorial	História de	Indicador
	Notícia	Perfil	Comentário	interesse humano	Cotação
	Reportagem	Enquete	Artigo	História colorida	Roteiro
	Entrevista	Cronologia	Resenha		Serviço
			Coluna		
			Crônica		
			Caricatura		
		Carta			

Quadro 1: Nova classificação dos gêneros jornalísticos proposta por Marques de Melo  
Fonte: Assis, 2008: 8

De acordo com Lopez e Freire (2007) alguns dos gêneros e formatos jornalísticos são mais encontrados no jornalismo cultural que os demais, a saber: a reportagem (a qual apresenta-se com um caráter mais interpretativo), a crítica ou resenha, as notas, as notícias, o perfil, a entrevista e a crônica. A reportagem pode ser classificada como um “relato ampliado de um acontecimento com repercussões no campo social” (Melo, 1994 cit. em Lopez & Freire, 2007: 6). Já a notícia “é o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social” (Melo, 1994: 65 cit. em Lopez & Freire, 2007: 7) e “a nota se destina aos acontecimentos que estão em processo de configuração” (Melo, 1994: 64 cit. em Lopez & Freire, 2007: 7).

Para Marques de Melo, a crítica, vista por muitos como formato por excelência do jornalismo cultural, não é um formato jornalístico, pois normalmente é “produzida por especialistas em campos correlatos do conhecimento”. Para este autor, o formato jornalístico equivalente à crítica seria a resenha, a qual é definida como “apreciação das obras de arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores ou consumidores” (Melo, 1994: 125 cit. em Lopez & Freire, 2007: 7).

Lopes e Freire afirmam, ainda, que os formatos perfil e entrevista são muito recorrentes no jornalismo cultural, sendo o primeiro caracterizado como “a apresentação rápida, esquemática e informativa, de uma figura literária, artística ou intelectual” (Rivera, 2000: 119-126 cit. em Lopez & Freire, 2007: 8) e o segundo como “um encontro combinado entre um jornalista (o entrevistador) e uma figura pública ou privada (o entrevistado) com o objetivo de obter informação desta última e comunicá-la através de um meio gráfico, radiofônico, televisivo, etc” (Rivera, 2000: 119-126 cit. em Lopez & Freire, 2007: 8).

#### NOTA METODOLÓGICA

Esta comunicação baseia-se numa análise quantitativa de conteúdo de vinte revistas: dez exemplares da brasileira Istoé e dez exemplares da portuguesa Sábado. Tais revistas foram publicadas no período de 21 de agosto a 23 de outubro de 2013 e tiveram um total de 1645 matérias que abordam a temática aqui em questão.

Essas matérias foram trabalhadas como Unidades de Informação, que consistem em um critério de contagem dos dados proposto por Violette Morin (1974 cit. em Assis, 2008), em oposição às técnicas de medida da superfície de impressão. A informação coletada foi classificada em número de matérias, tendo sido utilizadas várias categorias classificatórias, as quais foram definidas a priori, com base nas pesquisas efetuadas aqui explicitadas previamente.

## RESULTADOS

A recolha de dados demonstrou que as revistas Sábado analisadas possuem um total de 722 matérias jornalísticas, enquanto as edições de Istoé somadas apresentaram um total de 923 matérias. Faz-se interessante observar aqui que as seções que continham coletâneas de frases de celebridades foram contadas como uma única matéria, ao invés de cada frase ser contabilizada individualmente. Tais frases, mesmo quando proferidas por celebridades do ramo do entretenimento, foram consideradas como pertencentes à coluna social. Das dez Sábados analisadas apenas duas traziam chamadas de capas referentes a livros. Nenhuma das Istoé trazia matérias sobre a temática de interesse na capa principal, todavia, a página de chamada da seção denominada Cultura que, obviamente, é dedicada a temas do Jornalismo Cultural, foi totalmente dedicada a livros seis vezes.

Dentro desse número global verificou-se que 202 matérias da Istoé são direcionadas à temática da arte e cultura, o que equivale a 21,88% do total. Dessas, 45 abordam livros e literatura, o que equivale a 4,87% do número total de matérias e a 22,27% do número de matérias dedicadas a assuntos culturais. No caso da Sábado os números são os seguintes: 79 matérias dedicadas a arte e cultura (10,94% do total), sendo que 36 dessas dedicam-se a livros e literatura (ou seja, 45,56% do material sobre arte e cultura trata de livros).

No que se refere aos gêneros jornalísticos presentes detectou-se que, na Sábado, o predominante é o Informativo, com 33 matérias pertencentes a esse grupo. Apenas três matérias encaixam-se na classificação do gênero interpretativo e nenhum outro gênero, no tocante às peças jornalísticas que tratam de livros, foi detectado. O formato jornalístico mais encontrado foi a nota (16 matérias), seguido de perto pela reportagem (14). Foram encontradas também duas entrevistas e perfis de quatro escritores.

Na Istoé foram encontrados os seguintes gêneros jornalísticos: o informativo (36 matérias) e o opinativo (8 matérias). No que se refere aos formatos, evidenciou-se que há uma grande presença de notas (25). O segundo formato mais presente foi a reportagem (10), em seguida veio o comentário (5), depois a resenha (3) e, por fim, a notícia (2).

Optou-se por contabilizar a nacionalidade dos autores e livros abordados, com o intuito de verificar se as publicações ora escrutinadas dão mais espaço a autores da terra ou a estrangeiros e, assim, tentar perceber se as revistas concentram suas matérias na produção estrangeira. O resultado da apuração dos dados permitiu a confecção dos dois quadros seguintes:

<b>Nacionalidade dos escritores e obras que aparecem na Istoé</b>	
Brasileiros	45
Americanos	7
Italianos	4
Ingleses	3
Portugueses	2
Argentinos	2
Irlandeses	1
Cubanos	1
Mexicanos	1

<b>Nacionalidade dos escritores e obras que aparecem na Sábado</b>	
Portugueses	18
Ingleses	14
Americanos	14
Franceses	3
Islandeses	3
Alemães	2
Espanhóis	2
Italianos	1
Irlandeses	1
Chilenos	1
Sul Africanos	1
Colombianos	1

Quadros 2 e 3: Nacionalidade dos escritores e obras presentes  
Fonte: elaborados pela autora

A partir de tais quadros é possível perceber que a revista Sábado trouxe um maior número de escritores portugueses em suas páginas, mas o número de ingleses e americanos a figurarem nas matérias da supramencionada revista não fica muito atrás dos portugueses. No caso da Istoé, no entanto, é interessante observar que a quantidade de autores brasileiros presentes ultrapassa em muito a de qualquer outra nacionalidade.

Convém agora tratar das temáticas referentes à arte e cultura que são abordadas nas publicações estudadas. Primeiro, é necessário que se teça uma observação: algumas matérias tratavam ao mesmo tempo de dois temas, portanto, há matérias que aparecem em mais de uma categoria, ocasionando um desencontro entre o número total da amostragem e a soma das categorias que serão apresentadas neste momento.

No que se refere à Sábado percebemos que a temática livros e literatura é mais presente do que as restantes. Foram encontradas 22 matérias que tratam de cinema, 19 de artes plásticas, 16 de música, 13 de TV, 5 de fotografia, 5 de teatro e artes performáticas em geral e 1 de arquitetura. Os livros apareceram em 36 matérias da presente publicação.

No caso da Istoé, o assunto relacionado à arte que tem mais destaque é o cinema, com 60 matérias. Em seguida temos livros e literatura, com 45, música, com 43, artes plásticas com 28, televisão com 21, teatro 19, fotografia 7, dança 3 e design

2. É interessante observar que o semanário brasileiro apresenta uma maior variedade de temas do que o português.

Faz-se importante comentar que a presente pesquisa, ao analisar se as obras literárias que figuravam nas matérias eram de cunho massivo, erudito ou popular, analisou toda e qualquer publicação livresca mencionada nas revistas. Aconteceram casos em que várias obras foram mencionadas em apenas uma notícia. Em ocasiões como essa, foi efetuada a classificação de cada uma das obras citadas. Tais classificações permitiram o registro dos seguintes dados: a revista Istoé trata de 32 livros de conteúdo erudito, 19 de massivo e 2 de popular; já a Sábado apresenta os seguintes números: 54 obras de cunho massivo, 23 de cunho erudito e 6 de popular.

Pode-se perceber, então, que a revista Sábado trata em demasia de livros de conteúdo massivo. Já a Istoé apresenta uma quantidade de obras eruditas mais elevada do que as demais. Essa última revista virtualmente não aborda temas populares, visto que dos 53 livros encontrados dentre suas páginas, somente dois remetem à cultura popular, ou seja, 3,77% do total. Embora a Sábado apresente um número um pouco maior, a verdade é que a quantidade de obras com temática popular no semanário português também não é elevada. Claramente, a cultura popular é desprivilegiada em ambas as newmagazines, pelo menos no material sobre literatura.

## DISCUSSÃO

Passemos, agora, a tentar responder às perguntas de pesquisa. A primeira delas diz respeito ao espaço dedicado aos livros conduzindo a análise para saber se esse espaço é menor do que aquele dedicado a outros assuntos de arte e cultura. Considere-se inicialmente o caso da Istoé. Nela, as matérias sobre livros equivalem a 4,87% do número global de matérias e a 22,27% do número de matérias dedicadas à arte e cultura. Em números globais, pode-se constatar que os livros só têm menos espaço do que o cinema. Já no cenário da Sábado observa-se que o material jornalístico referente à literatura corresponde a 10,94% do total e a 45,56% do material sobre arte e cultura, sendo a temática artística mais abordada pela revista. É possível afirmar, com base nesses dados, que ao menos no âmbito do jornalismo cultural, livros e literatura são um tópico privilegiado.

O segundo questionamento versa sobre as produções estrangeiras: estariam o jornalismo cultural português e o brasileiro concentrando-se nelas, ao menos no que se refere às matérias sobre literatura? Basta um olhar sobre a tabela que trata da nacionalidade das obras e dos autores para que se perceba que a resposta aqui é não, principalmente no caso da publicação brasileira. Uma possível justificativa para tal resultado pode ser encontrada nas afirmações de Piza, de acordo com o qual

O leitor brasileiro tem um interesse adicional pela cultura brasileira, assim como o americano pela americana, o polonês pela polonesa [...]. Aquilo diz mais diretamente respeito ao seu cotidiano, aos seus hábitos e valores, à sua procura de situar-se na realidade em que está mais conseqüentemente [sic] enredado, ao idioma que pertence organicamente à sua estrutura mental etc (Piza, 2003: 60).

Se levarmos em conta as argumentações de Guedes (2007) em seu artigo acerca do jornalismo cultural encontraremos outra possível justificativa para tal resultado. De acordo com a estudiosa, a qual se apoia nos pensamentos de Featherstone (1997), o fenômeno da globalização provoca uma distensão das fronteiras culturais, mas esse mesmo processo gera também uma retomada das culturas locais, o que confere “[...] relevância ao senso de pertença, às experiências comuns e às formas culturais que estão associadas a um lugar (Featherstone, 1997 cit. em Guedes, 2007: 129).

O terceiro questionamento exposto no início do trabalho tenta descobrir quais os gêneros e formatos jornalísticos mais presentes nas matérias relacionadas a livros e literatura. Verificou-se que o gênero informativo é o mais utilizado em ambas as publicações, ao contrário do que Lopes acredita ser corrente no Jornalismo Cultural. Para essa autora, como dito anteriormente, o gênero opinativo seria o mais presente, enquanto a crítica (ou resenha) seria o formato por excelência. Constatou-se, todavia, que nas revistas que são objetos de estudo dessa comunicação, os formatos mais comumente encontrados foram a nota e a reportagem. Esse resultado pode corroborar com a ideia que alguns teóricos têm de que o jornalismo cultural hodierno está mais superficial, como demonstra o trecho seguinte:

É realmente inegável, quando investigamos a produção cultural no âmbito do jornalismo impresso, quer seja em jornais ou em revistas, ressalvadas as devidas exceções, que o que se apresenta é uma abordagem superficial e lânguida dos eventos e acontecimentos no âmbito da cultura. Uma narrativa que não apreende o devido valor do saber cultural nas sociedades contemporâneas. Um retrato fiel da fragmentação característica desta nova era social (Guedes, 2007: 7).

Por fim resta-nos avaliar se os livros mais abordados são best-sellers, ou seja, aqueles de maior cunho comercial. Em outras palavras, tentar-se-á, por meio de tal questionamento, averiguar se a lógica de mercado influencia o jornalismo cultural referente à literatura. Foi possível observar que a revista Sábado apresenta um grande número de obras com conteúdo relacionado à cultura de massa. Já a Istoé, embora aborde um número considerável de livros com conteúdo massivo, dá preferência aos de assuntos eruditos. Esses resultados nos permitem concluir que há maior influência mercadológica na newsmagazine portuguesa.

Outras observações interessantes foram possíveis nessa pesquisa. Constatou-se, por exemplo, que a maioria dos autores e escritores que figuraram nas páginas de Istoé e Sábado são do sexo masculino. Verificou-se também que não foi prática corrente a utilização de leitores como fontes jornalísticas. Apenas uma matéria, da revista Sábado, dava voz aos consumidores de livros. Nas demais, observou-se que as fontes mais utilizadas foram escritores, autores dos livros em questão, pessoas relacionadas a celebridades biografadas e trechos do livro tratado.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Como foi mostrado inicialmente, o presente artigo teve como objetivo averiguar como as revistas Sábado e Istoé abordam os livros e a literatura em suas páginas.

Para além disso, constatou-se que o jornalismo cultural da contemporaneidade, de acordo com alguns autores, encontra-se em crise, portanto, achou-se por bem tentar constatar se alguns sinais de tal crise podem ser percebidos nas matérias sobre literatura. Dentre as características dessa crise temos: uma maior valorização da cultura do entretenimento ou de massa (Gadini, 2007), uma crescente carência interpretativa nas matérias (Guedes, 2007) e a desvalorização do saber cultural local (Guedes, 2007). Os dados que foram aqui expostos nos permitiram não só averiguar a presença de tais problemas, como também traçar um panorama do jornalismo cultural referente a livros e literatura realizado nas newsmagazines aqui abordadas.

A revista Sábado apresenta um menor número de matérias, por conseguinte, tem menos UI's dedicadas a arte e, em especial à literatura. Acontece que, mantidas as devidas proporções, a revista portuguesa dá mais destaque aos livros, pois 45% das matérias sobre arte e cultura abordam esse tema. A Sábado, entretanto, preocupa-se mais em abordar livros de conteúdo massivo, ou seja, provavelmente é mais influenciada pela lógica de mercado. A Istoé, embora tenha um maior número de matérias dedicadas à arte e cultura e, por consequência, aos livros, tem apenas 22,27% de suas matérias sobre o universo cultural dedicadas à literatura. Apesar disso, a maioria dos livros abordados é de conteúdo erudito, o que pode demonstrar que, embora a lógica de mercado seja influente no jornalismo cultural praticado tanto em Portugal como no Brasil, ela não é soberana, ao menos no concernente à Istoé.

Ambas as publicações produzem mais UI's do gênero informativo, havendo predominância dos formatos notas e reportagens, o que pode indicar que as suposições de Guedes (2007) acerca do jornalismo cultural contemporâneo ser mais superficial e menos interpretativo possam estar corretas. É interessante observar que as reportagens da Sábado apresentam uma peculiaridade: em sua maioria, tomam a temática do livro como mote para a reportagem, ao invés de tratarem da obra em si, ou de seu autor.

Através deste estudo foi possível também inferir que a temática em análise não tem relevância informativa suficiente para figurar com destaque nas capas das revistas (das 20 edições, apenas duas traziam livros em sua capa e somente uma fazia com que o nome do livro figurasse em destaque). Percebe-se, no entanto, que quando comparados a temáticas culturais, livros e literatura podem receber mais destaque, como se pode constatar através do fato de que das dez capas da Seção de Cultura da Istoé, seis foram dedicadas a livros. Tais observações demonstram a necessidade de um estudo posterior mais aprofundado acerca da relevância informativa de tal conteúdo, o qual pode envolver a análise detalhada dos valores-notícia presentes.

A análise que ora chega a seu fim permite também que concordemos, ao menos em parte, com a afirmação de Piza (2003), exposta no começo do artigo, de acordo com a qual o jornalismo cultural brasileiro tende a valorizar, na atualidade, o cinema americano, a TV brasileira e a música pop. Em outras palavras, pode-se perceber que o problema da valorização da cultura do entretenimento apontado por Gadini



(2007) também se faz presente em matérias sobre livros, uma vez que constatou-se que o cinema foi o assunto mais abordado pela brasileira Istoé. Deve-se, todavia, levar em conta que livros e literatura foram a segunda temática mais abordada pelo semanário brasileiro, e música, a terceira. No caso do jornalismo português, ao se levar em conta os resultados aqui alcançados, essa afirmação não pode ser aceita como verdade, uma vez que os livros foram a temática mais tratada.

Foi possível também perceber uma clara desvalorização da cultura popular, uma vez que ambas as publicações trouxeram um número quase inexistente de livros que abordam a temática em suas páginas.

Uma vez que este estudo é somente exploratório, existe a consciência de que ele é limitado e que o período da amostra não permite uma análise conclusiva. A necessidade de novas e mais detalhadas pesquisas, com um número maior de revistas, se faz patente. Algumas questões interessantes, no entanto, puderam ser observadas a partir do presente trabalho. Em estudos posteriores, tais questões serão retomadas.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assis, F. de (2008). *Gêneros e formatos do jornalismo cultural: vestígios na revista Bravo!*. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0421-1.pdf>. Acesso em 10.02.2014.
- Carmo, T. M. e (2006). *Evolução portuguesa do jornalismo cultura*. Disponível em [http://janusonline.pt/2006/2006\\_2\\_2\\_9.html](http://janusonline.pt/2006/2006_2_2_9.html). Acesso em 10.02.2014.
- Gadini, S. L. (2001). *Tematização e Agendamento Cultural nos Diários Portugueses*. Disponível em [http://www.bocc.ubi.pt/\\_esp/autor.php?codautor=641](http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=641). Acesso em 12.02.2014.
- Gadini, S. L. (2007). *A lógica do entretenimento no jornalismo cultural brasileiro*. Disponível em <http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/v.%20IX,n.%201,2007/9%20SergioGadini.pdf>. Acesso em 10.02.2014.
- Guedes, V. M. (2007). *Fragmentos de um discurso: a narrativa do jornalismo cultural na pós-modernidade*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/guedes-viviane-fragmentos-de-um-discurso.pdf>. Acesso em 10.02.2014.
- Lopez, D. & Freire, M. (2007). *O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>. Acesso em 10.02.2014.
- Piza, D. (2003). *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto.
- Souza, A. de A. (2010). *Debates sobre cultura, cultura popular, cultura erudita e cultura de massa*. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1573-1.pdf>. Acesso em 12.02.2014.

## ‘Social Media’ e o consumo de notícias pelos jovens

PAULO FRIAS

pfrias@letras.up.pt  
*Universidade do Porto*

### Resumo

A consolidação dos conceitos de ‘partilha’ e de ‘livre acesso’ ao conhecimento, resultantes de promissoras antevisões nascidas na era da Web 2.0, tem vindo a transformar cada vez mais as práticas jornalísticas e as redacções. Estas transformações prendem-se, sobretudo, com novos hábitos nos consumos de informação e com novos paradigmas comunicacionais diariamente reinventados. As gerações mais jovens são, obviamente, protagonistas e justificação para as grandes mudanças, dada a sua relação com as novas plataformas digitais suas contemporâneas.

Propõe-se, neste artigo, uma reflexão sobre o efeito dos ‘social media’ na forma de consumir notícias pelos nativos digitais, bem como na forma de organizar as redacções online, tendo como base de análise um projecto jornalístico *online* destinado a um público jovem, o suplemento P3 do jornal Público.

**Palavras-Chave:** Jornalismo online; social media; consumo de notícias; nativos digitais

---

### INTRODUÇÃO

As práticas jornalísticas contemporâneas, e em particular aquelas que utilizam suportes electrónicos e que publicam *online*, constituem hoje um importante território para a reflexão sobre o papel profissional dos jornalistas e para a análise do consumo de informação por parte dos utilizadores, outrora designados por ‘audiência’. O fluxo linear da informação de outrora entre fontes > jornalistas > audiência, tem-se progressivamente transformado num modelo mais complexo de relações em tempo real entre as fontes, os jornalistas e os utilizadores.

A essa complexidade não é alheia a democratização do acesso à informação em suportes digitais, e, sobretudo, a emergência do conceito de *social media*. Os utilizadores constituem-se ora como fonte, ora como consumidores ou como produtores de informação. A reapropriação da ideia de ‘aldeia global’ de McLuhan onde o ‘meio era a mensagem’, traduz-se numa ‘aldeia virtual’ onde o meio parece ser a comunidade, de cuja dinâmica resulta uma informação fluída, líquida e ubíqua. Mesmo após a actualização do conceito de McLuhan através da ideia de ‘sociedade em rede’ de Manuel Castells, facilmente se pode constatar que as práticas de disseminação de informação no seio redes massificadas onde prevalece a componente social tendem a transformar-se nos motores mais eficazes do jornalismo *online* nos dias de hoje (Bazzarin & Lalli, 2011: 323).

Como refere Dan Gillmor, “a capacidade que qualquer pessoa hoje tem para construir notícias irá dar uma nova voz a todos os que até agora não a tinham – e cujas

palavras devemos ouvir. Eles mostram-nos a todos – cidadãos, jornalistas, produtores de notícias – novas formas de comunicar, de aprender.” (Gillmor, 2004: XVIII). O palco privilegiado dessa abertura a todos os que não tinham voz são actualmente os ambientes *online* com características sociais, dos mais massificados aos de nicho.

A esta vontade e disponibilidade para participar na discussão pública, não sera alheio o facto de que os actores da mudança prevista sejam indivíduos por muitos autores referidos como ‘nativos digitais’. Alheios aos processos analógicos de disseminação de informação que nunca experienciaram (e às suas idiossincrasias e dinâmicas próprias), os jovens contemporâneos actuam num território com novas noções de espaço e tempo, (sem se focarem em questões éticas, morais ou deontológicas do exercício dos profissionais da informação, apenas porque as desconhecem e às quais não atribuem significado. Nesta perspectiva, o consumo da informação diária *online* por parte dos jovens tenderá necessariamente a processar-se de uma forma muito diferente daquela que tinha lugar em suportes analógicos (PewResearchCenter, 2013: 6). Para além disso, a própria noção de ‘consumo’ diverge largamente do conceito de difusão que, como vimos, marcava a produção de conteúdos informativos do passado. Este consumo não é unidireccional, estimula a partilha, é difuso e afirma-se através de uma componente social importante, já que não se faz individual e isoladamente, antes se processa num cenário sem limites indispensável à subsistência da ideia de ‘rede social’.

É assim neste quadro de pensamento que nos propomos analisar a importância do social media no consumo de informação pelos jovens, explorando em particular o exemplo de uma plataforma informativa *online* que tem como target o público mais jovem, o suplemento P3 do jornal diário Público.

O objectivo principal do presente artigo é aferir de que forma o consumo de informação se processa numa plataforma *mainstream* onde impera o referido *social media*, por comparação com o consumo dos mesmos conteúdos na página *online* da publicação atrás citada. Constitui-se como uma parte de um *work in progress* mais vasto que visa aprender com a prática e construir normas de produção noticiosa aplicadas a redes com componente social.

Como veremos adiante, serão apresentados alguns dados retirados da utilização da página do P3 no Facebook comparando-os com os que provêm dos processos de medição da Marktest junto do *site* principal do mesmo título.

## REDES SOCIAIS E CONSUMO DE NOTÍCIAS

A ideia de rede social habitualmente associada, hoje em dia, a todas as plataformas de comunicação online e multi-utilizador, radica, como é sabido, na intenção de criar espaços essencialmente comunitários dedicados a objectivos muito específicos.

A sua progressiva massificação e crescimento, tem vindo a dar origem a que muitos dos sistemas de armazenamento de informação (vídeos, fotografias, audio, etc), de videojogos, de mundos virtuais ou de blogues sejam confundidos com ‘redes sociais’. Esta proliferação do conceito tem a ver com a uma das ideias mais marcantes da Web 2.0: a partilha.

A produção de conteúdos, individual ou colectivamente, apenas faz hoje sentido se tiver como horizonte a sua partilha e disseminação numa qualquer rede onde se possam estabelecer relações de proximidade (não necessariamente geográfica) com outros indivíduos. Essa proximidade pode ser ideológica, de interesses, étnica, de género ou etária, por exemplo, mas constitui-se sempre fundamental para que o processo de partilha tenha lugar. Os modelos de relacionamento podem até diferir, entre 'amizades' ou 'seguidores', desde que se assegure que existe um processo de transição de informação que flui e que é disseminada sem controlo posterior.

É pois, na nossa opinião, bastante redutor para os objectivos deste estudo alargar a ideia de 'rede social' a todas as instâncias *online* onde se verifica partilha de conhecimento / informação, pelo que optamos por considerar apenas plataformas que, quer na sua concepção quer no seu funcionamento, se constituem de facto como 'redes' destinadas à 'socialização'.

Nesse quadro, é cada vez mais frequente o consumo de notícias por via de conteúdos produzidos pelos utilizadores (indivíduos ou empresas). Se há cerca de cinco anos a utilização agregadores de informação / notícias era uma prática corrente na utilização diária de plataformas digitais, hoje verificamos que esse processo é vulgarmente alheio à cultura dos nativos digitais e replica o carácter de difusão dos media do passado.

Objectivamente, a possibilidade de receber automática e diariamente os feeds de notícias de OCS ou de blogs, por exemplo, num computador portátil, num *tablet* ou num *smartphone*, constitui a replicação de um processo de consulta sistemática das mesmas fontes de informação de uma forma rotineira, tal como compramos um jornal em papel ou vemos um bloco noticioso num canal de televisão em *prime time*. Os jovens de hoje parecem ser alheios a essas rotinas, e convivem, sem dramas, com a desconstrução do espaço e do tempo que marcam a dinâmica das redes, ou não tivessem eles como referencial uma forma aparentemente 'anárquica' de ver plasmada a informação na superfície de um ecrã.

Como vimos anteriormente, a percepção e identificação dos diferentes actores das práticas jornalísticas neste contexto deixam de existir: fontes, jornalistas e utilizadores são partes iguais de um mesmo universo de produção e consumo, sem hierarquias marcadas e assumidamente transportados para um patamar de equidade desejável num mundo novo e, como tal, pleno de utopias.

A diferenciação e a importância da 'marca' jornalística nas plataformas de *social media* tende pois a diluir-se por duas ordens de razão substancialmente diferentes:

- os utilizadores não parecem carecer da validação do 'carimbo de qualidade' que possa estar associado a um OCS em particular;
- as próprias empresas de comunicação tendem a aproximar-se das linguagens e das narrativas das produções não-jornalísticas de forma a angariarem mais seguidores e a conseguirem mais afinidades dentro das redes.

A ser assim, o consumo de informação por parte dos jovens tenderá a processar-se na sua utilização quase contínua das redes sociais, mais do que através do

acesso directo às páginas das respectivas publicações. A presença cada vez mais forte e trabalhada dos OCS nas redes, tem habitualmente por objectivo o acesso directo aos seus *sites*. Muitas vezes, publicam nas redes sociais ligações directas para as suas *homepages*, uma estratégia muito comum nos últimos anos mas que cada vez mais cai em desuso. Como referia Gillmor, são os utilizadores que mostram novas formas de comunicar e de aprender.

### CASO DE ESTUDO

Como referido anteriormente, o caso em estudo a que se refere este artigo é o da plataforma noticiosa *online* P3, um suplemento do jornal Público destinado a jovens.

O P3 foi colocado online em Setembro de 2011, e assume-se hoje como o principal suplemento do jornal Público nas suas edições *online*. Resulta de uma parceria entre o Público e a Universidade do Porto, em cujas instalações funciona, e tem como objectivo informar o público jovem 'tratando tudo por tu'. Ou seja, recorre a paradigmas gráficos, textuais e audiovisuais que se pretendem inovadores, conseguindo aproximar-se do público-alvo e das novas narrativas e linguagens vulgarmente utilizadas pelos jovens.

Criou a sua própria página no Facebook em 2011, e conta já com cerca de 165.000 seguidores e com uma actividade significativa nesta rede social.

Neste artigo pretende-se ilustrar sucintamente algumas das primeiras análises comparativas entre o consumo de informação na página de Facebook do P3 e na sua *homepage*, deixando algumas pistas para reflexão e futuras análises mais detalhadas acerca da interacção que se processa na rede social e no *site*.

Apresentamos de seguida alguns gráficos ilustrativos do material recolhido e relativo ao mês de Janeiro de 2014.

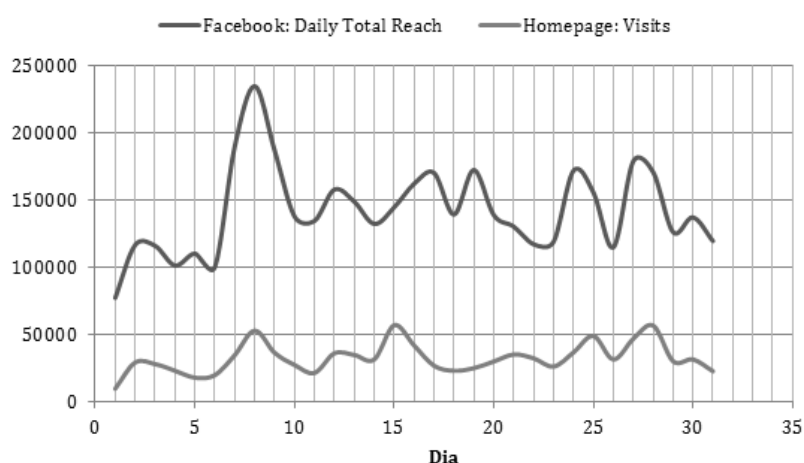


Gráfico 1: Comparação entre tráfego na página do Facebook e na homepage do P3 em Janeiro de 2014 (fontes: administração da página no Facebook e Markttest)

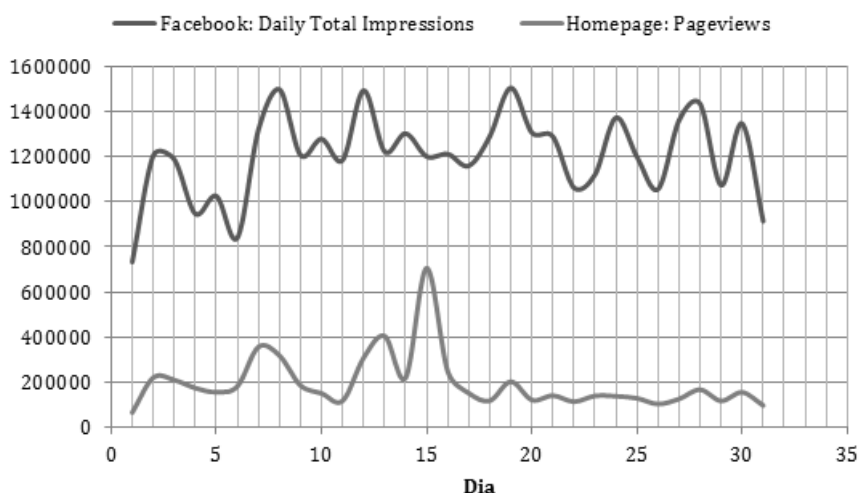


Gráfico 2: Comparação entre interação na página do Facebook e visualizações na homepage do P3 em Janeiro de 2014 (fontes: administração da página Facebook e Marktest)

## DISCUSSÃO DE RESULTADOS

No Gráfico 1, é comparado o número de interações (visitantes únicos) na página do Facebook e o número de visitantes únicos na *homepage*. Neste gráfico podemos verificar que as tendências de visitas e interações coincidem em ambas as plataformas. Consta-se que os picos de visitas são coincidentes em ambas, o que pode indicar um direccionamento de tráfego significativo do Facebook para a *homepage*. Por outro lado, é também visível a diferença na ordem de grandeza de ambas as plataformas, pelo que estamos em crer que o consumo de notícias se faz principalmente na rede social, dando origem ou não ao reencaminhamento para a *homepage*.

No Gráfico 2, são comparadas todas as notícias (posts) no Facebook onde é mencionado o P3 (gostos, partilhas, menções) com as *pageviews* na *homepage*. Os resultados não são coincidentes, já que as menções aos conteúdos no Facebook não acompanham as visitas na *homepage*. Estes resultados parecem indicar que existe uma grande actividade na disseminação das notícias na rede social, mas que as visitas de páginas na *homepage* ficará muito mais dependente do tipo de conteúdos apresentados. Como exemplo, os dias em que as *pageviews* crescem na *homepage* ficam a dever-se à eventual presença de fotogalerias extensas, não tendo este facto qualquer repercussão na disseminação no Facebook em termos de frequência.

## CONCLUSÃO

Tendo em consideração os objectivos deste artigo, a análise do caso P3 em estudo permite considerar que o consumo de informação jornalística por parte dos jovens se centra hoje, mais do que nunca, em torno dos *social media*. As plataformas e aplicações que promovem e intensificam relações de proximidades várias entre utilizadores, fazem com que o acesso aos conteúdos jornalísticos migre com significância das *homepages* dos OCS para as *timelines* das redes sociais. Pela progressiva



reformulação das noções de espaço e de tempo, os nativos digitais, frequentadores assíduos dos *social media*, consomem a informação de uma forma radicalmente diferente da que estamos habituados por tradição, e acabam por deixar nas mãos dos algoritmos que fazem funcionar as redes toda a filtragem de conteúdos escolhidos para *targets* específicos. Por outro lado, estamos em crer que podem perder a percepção da importância dos agentes intervenientes no processo de comunicação: fontes, jornalistas e utilizadores. Uma análise mais cuidada em curso poderá permitir aferir se se confirmam tais hipóteses, e lançar pistas para uma aprendizagem fundamental na maneira de editar e publicar conteúdos noticiosos em plataformas de *social media*.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Pew Research Center (2013). *News Use Across Social Media Platforms*. Washington: Pew Research Center
- Bazzarin, V. & Lalli, P. (2011). *The Medium is the Community (?): A pilot laboratorial activity at University of Bologna to tell and promote the city*. Barcelona: McLuhan Galaxy
- Gillmor, D. (2004). *We the Media*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Malden, MA: Blackwell

## TVs públicas brasileiras: uma análise das potencialidades do Jornalismo e suas estruturas de funcionamento

ILUSKA COUTINHO & ALLANA MEIRELLES

iluskac@globo.com; allanameirelles@hotmail.com  
*Universidade Federal de Juiz de Fora*

### Resumo

Em um contexto ainda marcado pela hegemonia da televisão comercial e pela concentração dos meios nas mãos de poucas empresas, aparecem como tentativa de diferenciação e alternativa as TVs brasileiras que se denominam públicas, TV Brasil e TV Cultura. Porém, a legitimidade e função dessas emissoras como sendo de fato públicas ainda é alvo de muitas discussões no país. Assim, como parte de uma pesquisa realizada desde 2010 sobre o telejornalismo público e de um trabalho de conclusão de curso apresentado em 2013, este artigo se propõe a refletir sobre a TV Brasil e a TV Cultura, discutindo em que medida elas cumprem seus compromissos com o interesse público, a independência e a pluralidade. O objetivo é apresentar a estrutura de funcionamento da TV Brasil e da TV Cultura, refletindo sobre as formas de financiamento, gerência e fiscalização, a partir dos parâmetros estabelecidos no âmbito do grupo de pesquisa sobre televisão pública da Universidade Federal de Juiz de Fora (Brasil) e as considerações feitas pelos autores do livro “Televisão Pública: do consumidor ao cidadão”.

**Palavras-Chave:** TV pública; TV Brasil; TV cultura; telejornalismo

---

Enquanto a televisão nasceu pública em vários países da Europa, no Brasil ela se desenvolveu nos moldes comerciais e a primeira televisão pública surgiu 18 anos depois do surgimento deste meio de comunicação no país, em um contexto de ditadura militar (Costa, 2009). Dessa forma, seguiu-se a tradição latino-americana de se aproximar mais do modelo de radiodifusão dos Estados Unidos do que dos países da Europa.

Além disso, as televisões públicas tiveram, historicamente na América Latina, forte controle dos governos e, em muitas situações, se transformaram em instrumento de propaganda governamental, “a serviço do caudilhismo político do momento” (Fuenzalida, 2002: 173). Porém, a falta de credibilidade destes canais levou a uma escassa audiência e, portanto, a uma revisão desta situação. Ainda assim, problemas burocráticos, administrativos e financeiros dessas emissoras dificultam a garantia da independência e autonomia jurídico-financeira, levando a discussões a cerca de suas legitimidades e até mesmo de suas existências (Otondo, 2002: 284).

No Brasil, o modelo comercial se tornou hegemônico e há problemas de concentração de mídia e interferências de governos, inclusive estaduais, em algumas emissoras (estatais, sobretudo), o que prejudica a efetiva democratização da

comunicação. Indo mais além, Aguiar questiona as concessões públicas da radiodifusão no Brasil, afirmando que “na tradição política brasileira, a concessão de emissoras de rádio e televisão foi sempre usada como “moeda política” em troca de apoio para o grupo transitoriamente ocupante do Poder Executivo” (Aguiar, 2012: 95).

Diante deste contexto, este trabalho se propõe a descrever e refletir sobre as estruturas de financiamento e gerência da TV Brasil e da TV Cultura, emissoras que se denominam públicas no Brasil. Parte de uma pesquisa realizada no âmbito do grupo de pesquisa “Jornalismo, Imagem e Representação” da Universidade Federal de Juiz de Fora desde 2010 e de um trabalho de conclusão de curso apresentado em 2013, este artigo se baseia nos documentos e estatutos das emissoras, assim como em referências bibliográficas sobre o tema e em resultados de pesquisas que envolveram entrevistas, análise de material audiovisual e pesquisa documental.

### **TV BRASIL: A PROMESSA DE CONSTITUIÇÃO DE UMA EMISSORA PÚBLICA NACIONAL**

Criada a fim de preencher uma lacuna no sistema de radiodifusão brasileiro, a TV Brasil iniciou suas transmissões no dia 2 de dezembro de 2007, respondendo a uma demanda da Constituição Nacional de 1988 em relação à complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal (Brasil, 1988: 36). Desta maneira, a emissora é considerada a primeira televisão pública nacional do país.

No mesmo ano de criação da TV Brasil, foi inaugurada a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), responsável por articular a Rede Nacional de Comunicação Pública e gerir as emissoras federais, estabelecendo o Sistema Público de Comunicação. Sob sua administração, estão a TV Brasil, a TV Brasil Internacional, a Agência Brasil, a Radioagência Nacional e as oito emissoras do sistema público de rádio. A estrutura da EBC é composta por uma assembleia geral, órgãos da administração (Conselho de Administração e Diretoria Executiva) e órgãos de fiscalização (Conselho Curador, Conselho Fiscal e Auditoria Interna).

A EBC é responsável também pela produção de conteúdos da Secretaria de Comunicação do Governo Federal, como o programa “A Voz do Brasil”, além de atividades do canal NBR, que em alguns casos atua como produtor/distribuidor de imagens de eventos realizados no Palácio do Governo. Essa proximidade entre os canais públicos e estatais acaba sendo um dos alvos de críticas contra a TV Brasil e a EBC. Porém, em sua carta de apresentação, a EBC afirma que “os veículos da EBC têm autonomia para definir produção, programação e distribuição de conteúdos.” (EBC).

A estrutura de financiamento da TV Brasil é baseada no repasse de verbas do governo federal, o que, porém, não deve subordiná-la ao poder executivo. Entretanto, esse modelo é criticado na sociedade, por ser entendido como um risco à liberdade do veículo. O ex-presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci, alertou sobre isso, ao afirmar que “seja no plano político (relações com o governo e o Estado), seja no plano econômico (relações com o mercado), a independência é indispensável para a realização de qualquer projeto de radiodifusão pública.” (Bucci, 2010: 6).

A EBC conta ainda com outras possibilidades de financiamento, como através de recursos obtidos com apoio cultural de entidades de direito público e direito privado, com patrocínios de programas, eventos e projetos; prestação de serviços; doações; publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, sendo proibidos anúncios de produtos e serviços; distribuição de publicidades da administração público federal; entre outras formas. (Brasil, 2008).

Nesse contexto, ganha importância a figura do Conselho Curador, responsável por supervisionar os conteúdos e a programação da emissora pública, aprovando anualmente o plano de trabalho e a linha editorial da EBC. Sua proposta é representar a sociedade brasileira na fiscalização do cumprimento dos objetivos da empresa, tendo, inclusive, se aproximado das universidades em busca de avaliar a produção do canal. Por meio de convênios, foram realizados entre 2010 e 2011, projetos de monitoramento da programação infantil e do telejornalismo da emissora, realizados por equipes da Universidade Federal do Ceará e da Universidade Federal de Juiz de Fora, respectivamente.

O Conselho da TV Brasil é composto por 22 integrantes, sendo 15 representantes da sociedade civil – designados pela Presidente da República e tendo cada região do país pelo menos um conselheiro; quatro integrantes do Governo Federal, sendo eles os ministros da Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia e da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República; um da Câmara dos Deputados; um do Senado Federal, além de um representante dos funcionários da emissora. Os conselheiros têm mandatos que variam de dois a quatro anos; ainda segundo a legislação, o Conselho deve fazer consultas a entidades representativas de vários setores da sociedade a fim de listar indicações (CONSELHO CURADOR EBC). A presidência e as regras de funcionamento do Conselho são definidas de forma autônoma, pelos próprios conselheiros.

### **DISCUSSÕES SOBRE A INDEPENDÊNCIA E O PAPEL DA TV BRASIL**

A TV Brasil é alvo de críticas desde sua criação. Na esfera pública, especialmente através da grande mídia, um dos principais argumentos utilizados para desqualificar a emissora é sua baixa audiência, o que representaria um desperdício do dinheiro público. Entretanto, ainda que a TV tenha que se preocupar em alcançar e representar os cidadãos brasileiros, ela não pode se guiar pelos mesmos parâmetros utilizados pelas TVs comerciais.

Outra crítica comum em relação à TV Brasil, diz respeito à lógica de financiamento e nomeações da emissora. O fato de a autoridade estatal ser responsável por escolher o controle administrativo da TV, sem consulta ao Senado, coloca em questionamento a sua independência. Além disso, por ser gerida pela EBC, que também administra emissoras estatais, gera-se uma confusão em relação às funções de cada canal, além de colocar em dúvida o caráter público da TV Brasil. Quanto ao financiamento por repasse de verba do governo federal, ainda que isso possa limitar a autonomia da instituição, seguir o modelo da BBC, por exemplo, é praticamente

inviável em um país onde grande parte da população está habituada ao modelo de televisão comercial, oferecido em canais abertos.

Além disso, em artigo publicado no Observatório da Imprensa, em 18 de março de 2008, Muniz Sodré argumenta que é desaconselhável e inviável a adoção de modelos de funcionamento idênticos àqueles que obtiveram sucesso no exterior, como é o caso da BBC, em um contexto de baixos índices de alfabetização. Apesar das críticas ao modelo de financiamento da TV Brasil, seria inviável para o país propor uma lógica como a da BBC, já que grande parte da população seria excluída do direito de ter uma televisão pública.

Em artigo também publicado no Observatório da Imprensa, no dia 01 de agosto de 2009, Marcelo Salles faz críticas a TV Brasil, mas compreende a importância de sua existência. Para ele, os erros da emissora se relacionam mais com o fato de não haver uma mudança substancial do modo de fazer jornalismo em comparação com as práticas utilizadas pelas emissoras comerciais.

Na perspectiva de diferenciação, Muniz Sodré (2008) afirma a importância da TV Brasil para se repensar “o lugar e o papel dos meios de comunicação na sociedade democrática”. Para ele, a criação da emissora pública representa a “oportunidade histórica de uma rede televisiva que se constitua efetivamente como um canal de ressonância das vozes silenciadas pela estridência das organizações comerciais de mídia”.

Em seu processo de busca por constituição de uma alternativa à oferta televisiva nos canais de exploração comercial e estatal algumas iniciativas merecem registro, na história da TV Brasil. Vale ressaltar que nos casos destacados duas ações de avaliação, e melhoria, partiram do próprio Conselho Curador da emissora. Foi por meio de uma demanda do Conselho da EBC que foram celebrados termos de cooperação entre a empresa pública de comunicação e três universidades brasileiras, também públicas: UFC, UFJF e UFSC. Nas duas primeiras (UFC e UFJF), grupos de pesquisa realizaram trabalhos de acompanhamento e avaliação da qualidade da Programação Infantil e do Jornalismo, respectivamente, enquanto à terceira coube um trabalho de aferição do portal (Agência Brasil).

Outra ação com vistas a garantir a estrutura de independência do jornalismo na emissora ocorreu em 2013, quando foi lançado manual de jornalismo da EBC intitulado ‘Somente a verdade’ se estrutura como uma espécie de guia de ações do/ no jornalismo público:

Com um trabalho claramente mais detalhado e de uma defesa marcada não somente do interesse público, mas também de minorias e tratamento de áreas prioritárias para o crescimento do Brasil, a EBC lança um manual de jornalismo claramente mais engajado, com um foco diferente daquele que se coloca como fiscalizador dos direitos do consumidor, mas também como agente (público) de mudanças e participação (Coutinho & Queiroz, 2013:6).

Finalmente, outra forma de investimento na garantia de uma estrutura de maior liberdade e independência na estrutura de funcionamento da emissora, e particularmente de seu jornalismo, foi a produção da revista do Conselho Curador da EBC. Nesse sentido torna-se bastante significativa a matéria de capa da segunda

edição da revista, que data de dezembro de 2013: “Participação social na EBC: O que você tem a ver com isso?”.

### **TV CULTURA: ENTRE O ESTATAL, O PÚBLICO E O EDUCATIVO**

A TV Cultura foi inaugurada no dia 15 de junho de 1969, iniciando suas transmissões no dia seguinte, no estado de São Paulo. Dois anos antes, fora criada a Fundação Padre Anchieta (FPA) – Centro Paulista de Rádio e TV Educativas, gestora do canal. Segundo o site comemorativo dos 40 anos da emissora, no contexto, havia “a ideia de que a televisão seria uma forma de impulsionar a educação e a cultura, levando conteúdo de qualidade mais rápido e mais longe do que os métodos tradicionais” (TV CULTURA: 40 ANOS).

Na inauguração da emissora, o primeiro presidente da FPA, José Bonifácio Coutinho Nogueira, defendeu, em discurso, a democratização do ensino e da cultura, e afirmou que “a Fundação não teria nenhuma outra posição política que não fosse a de divulgadora dos postulados da democracia.” (Leal Filho cit. em Jesus & Bara, 2002: 4). Para Laurindo Leal Filho, porém, “o liberalismo retórico” dizia respeito à esfera econômica e não política, já que nesse campo, a postura era conservadora (Leal Filho cit. em Jesus & Bara, 2002: 4).

Apesar dos questionamentos acerca da independência da TV Cultura, tanto no período da ditadura militar, em que foi criada, quanto posteriormente, a FPA, pelo menos em tese, possui autonomia jurídica, administrativa e financeira, e é considerada uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos (Estatuto Fundação Padre Anchieta, 2009: 1). Além da TV Cultura, a empresa gere uma emissora de TV a cabo por assinatura, a TV Rá-Tim-Bum; e duas emissoras de rádio, a Cultura AM e a Cultura FM.

O financiamento da FPA é feito a partir de verbas orçamentárias do Estado de São Paulo e recursos obtidos com a iniciativa privada. Segundo o estatuto da Fundação as emissoras da Fundação não podem veicular publicidades comerciais, com ressalva para “publicidade institucional de entidades de direito público e privado, a título de apoio cultural, quando do patrocínio de programas, eventos e projetos” (Estatuto Fundação Padre Anchieta, 2009: 2).

Ao apresentar suas fontes de receita em seu site, a Fundação afirma ser necessária uma complementação entre os recursos públicos advindos do Estado e as verbas resultantes de patrocínios e parcerias. Os primeiros se justificam para garantir a independência em relação ao mercado, enquanto a receita proveniente da iniciativa privada possibilita a efetivação de novos projetos. Com o intuito de ampliar suas receitas, em 2004, a FPA se inseriu mais fortemente no mercado, com a venda de produtos criados a partir da programação, venda de patrocínios e apoios culturais, além de licenciamento e prestação de serviços, como a produção de vídeos institucionais.

Para Otondo (2012: 240), que trabalhou como jornalista na TV Cultura, o modo de financiamento é, justamente, uma das brechas no modelo da emissora, já que a quantia da verba a ser repassada pelo governo à emissora é indefinida. “Se, por



lei, o Poder Público não pode interferir nas atividades e condução dos assuntos da Fundação, a negociação do orçamento, ano a ano, no fim das contas, acaba sendo política”, afirma Otondo (2012: 240).

Quanto à gestão da FPA, ela é feita pelo Conselho Curador e pela Diretoria Executiva, sendo que os administradores da instituição precisam de autorização do Ministério das Comunicações para ocupar os cargos. O Conselho é composto por 47 integrantes, que se distribuem entre três vitalícios, 20 natos, 23 eletivos e um representante dos funcionários da FPA. Os membros eleitos possuem mandatos de três anos e só podem concorrer à eleição por indicação de no mínimo oito conselheiros já eleitos ou pelos vitalícios.

Entre as funções do Conselho Curador estão: eleger o Diretor Presidente da Diretoria Executiva; estabelecer diretrizes para a programação das emissoras, assim como fiscalizar o cumprimento delas; aprovar o orçamento e fiscalizar a sua execução; além de outras atividades. Assim, o Conselho se configura como uma das barreiras ao controle da emissora pelo Estado, apesar de serem consideradas diversas limitações em sua estrutura. Entre elas estão a existência de cadeiras vitalícias e a presença excessiva de representantes de órgãos estaduais. (Leal Filho, 2000: 159-160). Segundo Otondo (2012), ainda que os representantes do governo não sejam majoritários, sendo 20 em 47, a influência deles sobre o destino da Fundação é maior do que dos membros eleitos.

### **DISCUSSÕES SOBRE A INDEPENDÊNCIA E O PAPEL DA TV CULTURA**

Criada em um contexto de ditadura militar, a TV Cultura “foi palco de disputas da ordem econômica, intelectual e, sobretudo, política” (Rocha, 2010: 19), com intervenções desde as mais brandas até o assassinato do jornalista Vladimir Herzog. Atuando como diretor de jornalismo na época, Herzog foi intimado pelo DOI-CODI (Destacamento de Operações de Informações – Centro de Operações de Defesa Interna) a depor sobre suas ações políticas, sendo encontrado morto posteriormente.

Com o caso Herzog, o Departamento de Telejornalismo entrou em regime de medo. Alguns dos principais editores foram presos e posteriormente afastados. (Fernando) Faro pediu demissão que depois transformou-se em pedido de férias. (José) Mindlin foi demitido. Só restou o medo, a censura da Polícia Federal, do Palácio do governo, da prefeitura. E muito trabalho debaixo da tensão, para tentar manter a programação no ar (Coutinho, J. cit. em Rocha, 2010: 7).

Além disso, a TV Cultura sofreu em muitos momentos problemas orçamentários que levaram, inclusive, a um pedido de CPI na Assembleia Legislativa e a intervenção de uma auditoria. Segundo Rocha, “a emissora, ao longo de sua história, flertou com o modelo estatal e, nos últimos anos, se aproximou do modelo comercial em virtude da crise financeira e do corte de verbas” (Rocha, 2012: 19).

Em março de 2012, a TV Cultura passou a veicular aos domingos o programa TV Folha, do jornal Folha de S. Paulo. O fato foi alvo de críticas pela possibilidade de prejudicar o caráter público da emissora. Segundo Alberto Dines, a parceria

“transforma uma emissora pública em um prolongamento da mídia privada, e macula afetivamente a sua independência, poda o seu DNA alternativo, contestador e cidadão.” (Dines, 2012).

Além disso, Dines destaca o fato de que o programa Folha conta com financiamento da montadora Renault, o que faz com que os comerciais exibidos não sejam institucionais como prevê o estatuto da rede pública. Outro fator ponderado pelo jornalista é a possibilidade de divisão do faturamento entre a Folha e a TV Cultura, o que significa uma transferência da TV Cultura para o campo comercial. “É uma péssima notícia para todas as partes. Inclusive para as emissoras comerciais, que passam a contar com concorrentes inesperados”, avaliou Dines (2012).

A mesma crítica que atinge a TV Brasil, também chega à TV Cultura – a de subserviência em relação ao governo financiador do canal, sendo eles o federal e o estadual de São Paulo, respectivamente. Na Carta Capital, em março de 2012, Mino Carta publicou um artigo intitulado “A TV Cultura não é pública. Ela é Tucana”, no qual faz uma crítica a relação da emissora com o governo do PSDB. Nele, Carta afirma que “A Cultura de São Paulo já cumpriu honrosamente a tarefa. Nas atuais mãos tucanas descumpre-a com rara desfaçatez” (Carta, 2002).

Por outro lado, veículos de comunicação que já criticaram a TV Brasil, não o fazem no caso da TV Cultura, mesmo as emissoras tendo estruturas semelhantes de funcionamento. Exemplo disso é o próprio jornal ‘Folha de S. Paulo’, que atualmente possui parceria com a TV Cultura. No dia 31 de julho de 2009, o diário publicou um editorial pedindo o fim da TV Brasil. Com o título “TV que não pega”, o texto criticava a emissora e terminava com a frase “Os vícios de origem e o retumbante fracasso de audiência recomendam que a TV seja fechada – antes que se desperdice mais dinheiro do contribuinte” (SALLES, 2009). Mesmo tendo sido criada em um período de ditadura militar e por ter passado por diversas crises, críticas como essa não foram feitas à TV Cultura. Nesse caso trata-se de uma emissora cujas receitas provêm de repasse do estado de São Paulo, conforme explicitado anteriormente.

Em função disso, sobretudo na história recente da emissora, são frequentes os casos de crise do canal, quase sempre em função de carências de recursos. Em outubro de 2013 o portal UOL publicou entrevista com o diretor da TV Cultura, Marcos Mendonça, que anunciava uma necessidade de suplementação do governo do Estado de cerca de R\$ 36 milhões, “para fechar o ano (Castro, 2013). Esse tipo de gestão evidencia uma dependência estrutural do governo de SP, o que sinaliza na direção inversa da independência jornalística.

Ainda que a emissora conte com um Conselho Curador, sua forma de organização, que inclui vários ocupantes de cargos em comissão do governo de SP e da prefeitura paulista como membros natos, não estimula ações mais concretas, de fiscalização e acompanhamento. Ainda que em fevereiro de 2013 tenha sido realizado um seminário para debater o lugar e a função das emissoras públicas, não são conhecidas outras ações de aproximação com a academia, ou sociedade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Longe de propor conclusões definitivas, nos importa aqui a discussão de como as estruturas de gerência e financiamento da TV Brasil e da TV Cultura contribuem para atingir e manter a independência das emissoras.

Se por um lado a TV Brasil ainda está em fase de desenvolvimento e aprendizado, a TV Cultura, com quase 45 anos de existência, já se estabeleceu como uma referência, mas ainda assim, necessita de discussões para que a sua estrutura de funcionamento e o seu telejornalismo se aperfeiçoem e garantam o cumprimento do papel público.

Ainda há algumas brechas nas estruturas dessas emissoras que colocam em questionamento a independência em relação aos governos e ao mercado. No caso da TV Brasil, a gerência feita pela EBC, que também realiza produções para a Secretaria de Comunicação do governo federal, causa discussões sobre a mistura de atribuições estatais e públicas. Além disso, a nomeação dos dirigentes feita pelo Poder Executivo pode contribuir para a limitação da independência.

Embora também haja questionamentos sobre o modelo de financiamento feito a partir de repasse de verba do governo federal, no caso da TV Brasil, e do governo estadual, na TV Cultura, é praticamente inviável adotar uma lógica como a da BBC, por exemplo. Cobrar uma taxa dos cidadãos para que eles tenham acesso ao canal, inviabilizaria as TVs, já que grande parte da população está acostumada com canais abertos, que oferecem o modelo de programação já consolidado no imaginário social.

Porém, as duas emissoras de televisão encontram ainda outras formas de financiamento que podem permitir uma complementação de verbas, já que são permitidos patrocínios, publicidades institucionais, entre outras formas já citadas. É nesse sentido que se colocam alguns questionamentos acerca da independência da TV Cultura em relação ao mercado, já que parcerias com veículos privados foram apontadas, por jornalistas como Alberto Dines, como um risco ao caráter não comercial da emissora. Outra crítica feita à estrutura de financiamento da TV Cultura, pela jornalista Teresa Montero Otondo, é a indefinição do montante de verba repassado pelo governo estadual, o que limitaria a liberdade em relação a este.

Nesses contextos, insere-se a figura do Conselho Curador, que exerce uma função de fiscalizador e tem o papel de garantir que o compromisso público seja cumprido nas duas televisões. No caso da TV Cultura são consideradas limitações no papel do Conselho devido à sua composição, com membros vitalícios e muitos representantes de setores do governo estadual. Essas limitações se evidenciam nas ações e espaços distintos de diálogos entre os conselhos das duas emissoras. Enquanto o Conselho da TV Brasil realiza suas sessões ao vivo, com a realização de uma série de debates e publicação de uma revista online, no caso da TV Cultura há carência de publicização das ações do conselho curador.

Desta maneira, verificam-se brechas na estrutura de financiamento, gerência e fiscalização das duas empresas que podem, ainda que minimamente, influenciar no conteúdo produzido e veiculado. No caso da TV Brasil, em setembro de 2013 uma

greve realizada na emissora evidenciou esse tensionamento, e os limites estruturais. A situação aguda, que foi encerrada com uma negociação que incluiu mediação judicial, constituiu-se também em espaço para a discussão do lugar e das potencialidades do (tele)jornalismo público, também pelos profissionais envolvidos. Durante a paralisação, e depois dela, os funcionários da emissora reuniram-se para discutir sua prática, e perspectivas de melhoria.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguiar, I. (2012). *TV Brasil: algo novo no ar*. Florianópolis: Tribo da Ilha.
- Bucci, E. (2010). É possível fazer televisão pública no Brasil? *Novos Estudos: Revista da CEBRAP*, 88: 5-18.
- Bucci, E.; Chiaretti, M. & Fiorini, A. M. (2012). *Indicadores de qualidade nas emissoras públicas – uma avaliação contemporânea*. Unesco.
- Castro, D. (s/d). *Crise: TV Cultura precisa de 36 milhões para fechar o ano*. Disponível em <http://noticias-datv.uol.com.br/noticia/televisao/crise-tv-cultura-precisa-de-r-36-milhoes-para-fechar-o-ano-607>. Acesso em 03.01.2014.
- Costa, R. (2009) Qual é a trajetória das TVs Públicas no Brasil? *Revista Escola*, 2009. Disponível em <http://revistaescola.abril.com.br/historia/fundamentos/qual-trajetoria-tvs-publicas-brasil-499282.shtml>. Acesso em 27.03.2013
- Coutinho, I. (Coord.) (2011). *Avaliação do Telejornalismo da TV Brasil: Relatório Final*. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Brasil.
- Coutinho, I. & Queiroz, C. C. (2013). Aproximações e distanciamentos dos discursos do manual de jornalismo da EBC e dos princípios editoriais das organizações Globo. In *Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*.
- Dines, A. (2012). Folha, TV Cultura e as más notícias. *Observatório da Imprensa*, 685 Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/lt\\_i\\_gt\\_folha\\_lt\\_i\\_gt\\_tv\\_cultura\\_e\\_as\\_mas\\_noticias](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/lt_i_gt_folha_lt_i_gt_tv_cultura_e_as_mas_noticias). Acesso em 20.07.2013.
- Fuenzalida, V. (2002). Programação: por uma televisão pública para a América Latina. In Omar Rincón *Televisão pública: do consumidor ao cidadão* (pp.155-200). São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Jesus, J.B. & Bara, G. (2012). As Considerações do Jornalista Vladimir Herzog para a TV Cultura em 1975. In *Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-0150-1.pdf>. Acesso em 20.07.2013.
- Leal Filho, L. (1997). *A melhor TV do mundo*. São Paulo: Summus.
- Leal Filho, L. (2000). TV Pública. In Eugênio Bucci (Org.). *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário* (pp. 153-165). São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Martín Barbero, J. (2002) Chaves do debate: televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In Omar Rincón. *Televisão pública: do consumidor ao cidadão* (pp. 41-79). São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung.

- Otondo, T. M. (2002). Experiência: TV Cultura: a diferença que importa. In Omar Rincón. *Televisão pública: do consumidor ao cidadão* (pp. 267-301). São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Otondo, T. M. (2012). TV Cultura: a crise de um paradigma. In Omar Rincón. *Televisão Pública: para quem e para quê?* (pp. 237-264). São Paulo: Annablume.
- Rocha, L. V. (2010). A história da TV Cultura em quatro fases: de 1969 a 2006. *I Encontro de História da Mídia da Região Norte*, Palmas. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/noticias-dos-nucleos/artigos/A%20historia%20da%20TV%20Cultura%20em%20quatro%20fases%20de%201969%20a%202006.pdf>. Acesso em 20.05.2013.
- Salles, M. (2009) TV Brasil – Folha quer o fim da emissora. *Observatório da Imprensa*, 548. Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/folha\\_quer\\_o\\_fim\\_da\\_emissora](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/folha_quer_o_fim_da_emissora). Acesso em 06.05.2013.
- Sodré, M. (2008). Televisão Pública e Democracia. *Observatório da Imprensa*, 807. Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/televisao\\_publica\\_e\\_democracia](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/televisao_publica_e_democracia). Acesso em 20.07.2013.

### OUTRAS REFERÊNCIAS

- Brasil. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Disponível em [http://www6.senado.gov.br/con1988/CON1988\\_19.12.2006/CON1988.pdf](http://www6.senado.gov.br/con1988/CON1988_19.12.2006/CON1988.pdf). Acesso em 28.03.2012.
- Brasil. Decreto-Lei nº 6.689, de 11 de dezembro de 2008. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6689.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6689.htm). Acesso em 20 jun. 2013.
- CONSELHO CURADOR EBC. Disponível em <http://conselhocurador.ebc.com.br/conselho-curador>. Acesso em: 20 jun. 2013.
- EBC. Sobre a EBC. Disponível em <http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc>. Acesso em 06.05.2013.
- ESTATUTO FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA. 2009. Disponível em [www2.tvcultura.com.br/fpa/institucional/estatuto-fpa.pdf](http://www2.tvcultura.com.br/fpa/institucional/estatuto-fpa.pdf). Acesso em 13.05.2013.
- MEMÓRIA EBC. TV pública no Mundo. Disponível em <http://memoria.ebc.com.br/tv-publica-ebc/tv-publica-no-mundo/>. Acesso em 30.07.2013.
- TV BRASIL. Disponível em <http://www.tvbrasil.org.br/sobreatv/>. Acesso em 06.05.2013.
- TV CULTURA: 40 ANOS. Disponível em <http://www3.tvcultura.com.br/40anos/institucional>. Acesso em 20.05.2013.

## A comunicação política em forma de “notícias”: questões técnicas, éticas e legais

FERNANDO ZAMITH

zamith@gmail.com  
Universidade do Porto

### Resumo

A disseminação de mensagens camufladas de “notícias” é uma das estratégias mais comuns utilizadas pelos comunicadores políticos, sobretudo na atual era da Internet.

Além da questão técnica, esta prática levanta relevantes questões éticas e legais.

O conceito de notícia não é património exclusivo do jornalismo, mas sabemos bem que é o jornalismo que lhe dá força, valor e credibilidade. Ao apoderar-se do termo “notícia”, o comunicador político não está mais do que a explorar a aceção positiva, factual e credível que a palavra tem.

Neste estudo, analisámos comparativamente o site de um governo, de uma autarquia e de um partido, bem como as respetivas páginas no Facebook e Twitter. As “notícias” em destaque em cada um dos sites da amostra foram submetidas a uma análise de forma e de conteúdo, em que se procurou encontrar elementos credibilizadores da mensagem, nomeadamente o eventual recurso a um registo típico ou próximo do jornalístico.

Concluimos que o que distingue a “notícia” da comunicação política da notícia do jornalismo é o seu conteúdo (propagandístico, subjetivo) e não a sua forma (semelhante ao modelo que reproduz). O comunicador político tem a intenção clara de iludir o leitor, usando o formato da notícia jornalística.

**Palavras-Chave:** Notícia; jornalismo; comunicação política; ética

---

### ENQUADRAMENTO

Entre as estratégias mais comuns utilizadas pelos profissionais da comunicação política está a disseminação de mensagens, nos mais variados suportes, camufladas de “notícias”. Os tradicionais “órgãos oficiais” dos partidos (normalmente jornais de periodicidade semanal, quinzenal ou mensal) e as revistas, *newsletters* e boletins municipais foram dando lugar, progressivamente, a blogues, sites (tantas vezes pomposamente designados “portais”) e páginas de políticos, partidos, governos e autarquias em redes sociais como o Facebook, Twitter e YouTube.

Os *newsmakers*, de que fala Dan Guillmor (2004: XIV), cedo pressentiram a Internet como o lugar ideal para fintar o incómodo intermediário jornalista e fazer chegar mensagens diretamente ao público-alvo. E nada melhor para tentar credibilizar o “embrulho” do que apresentá-las como “notícias”.

Além das inegáveis questões éticas, esta usurpação de funções, ainda que não explícita, levanta questões legais, uma vez que as atividades de jornalista e de assessor de imprensa são consideradas incompatíveis pela lei portuguesa. Esta incompatibilidade legal não tem inibido, contudo, a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista de atribuir o título profissional a quem trabalha em jornais oficiais de



partidos. E não inibiu, também, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) de considerar o site da Câmara Municipal do Porto como estando sob a alçada do seu escrutínio, justificando que “as câmaras municipais, ao contrário do que um primeiro juízo poderia levar a crer, são entidades que podem prosseguir uma atividade de comunicação social” (ERC, 2007: 135).

A ERC reconhece que a informação disponibilizada no site da Câmara do Porto “pertence ao domínio da persuasão, independentemente de os seus modos de produção e apresentação se basearem em técnicas jornalísticas” (ERC, 2007: 139). Para a ERC, trata-se de um “tipo de comunicação denominada ‘institucional’”, que não se encontra vinculado aos códigos e normas que regem o jornalismo”. Ou seja, uma autarquia (ou qualquer outra instituição de poder) pode produzir e divulgar informação formalmente semelhante à notícia jornalística sem ter de cumprir as “maçadoras” normas jornalísticas.

Para lá das dúvidas que levanta quando à sua justeza e coerência, esta posição da ERC, classificada pela própria instituição como uma das suas “deliberações doutrinárias” (ERC, 2007: 91-142), vem evidenciar o paradoxo de direitos e deveres contraditórios que coexistem na lei portuguesa e na matriz da atividade do jornalista, que é o seu código deontológico, no que diz respeito, nomeadamente, às liberdades de expressão, de imprensa e de publicação, e ao dever de independência.

A Constituição da República Portuguesa (2005) consagra a liberdade de expressão e informação (art.º 37) e a liberdade de imprensa e de meios de comunicação social (art.º 38). Neste último artigo, fica claro que em Portugal vigora o “direito de fundação de jornais e de quaisquer outras publicações, independentemente de autorização administrativa, caução ou habilitação prévias”.

Ora, levando à letra, não só a Câmara do Porto (cujo site é objeto do estudo empírico que a seguir se apresenta) como qualquer outra pessoa ou entidade, designadamente política ou partidária, têm o direito de fundar publicações.

Ainda que não tendo força de lei, como tem, no caso português, o Estatuto do Jornalista, o Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses (1993) é reconhecido como a matriz da atividade jornalística, sendo mesmo exigido ao candidato à carteira profissional de jornalista (título obrigatório para o exercício da profissão) que declare sob compromisso de honra que respeitará “integralmente e em todas as circunstâncias, no desempenho da atividade jornalística, os deveres éticos e deontológicos da profissão” (Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, 2002).

Como não podia deixar de ser, o Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses (1993) consagra, no seu décimo e último artigo, a obrigação de independência do jornalista, ao definir que “o jornalista deve recusar funções, tarefas e benefícios suscetíveis de comprometer o seu estatuto de independência e a sua integridade profissional”. E acrescenta: “O jornalista não deve valer-se da sua condição profissional para noticiar assuntos em que tenha interesses”.

Se dúvidas houvesse, este artigo dissipa-as. Quem redige uma “notícia” para uma publicação de um órgão político do Estado (central ou local) ou de um partido

não é independente e estará, frequentemente ou mesmo sempre, a noticiar assuntos em que tem interesses, logo, não pode(ria) ser jornalista.

O conceito de notícia não é, de modo algum, património exclusivo do jornalismo, mas sabemos bem que é o jornalismo que lhe dá força, valor e credibilidade. Ao apoderar-se do termo “notícia”, o comunicador político não está mais do que a explorar a aceção positiva, factual, credível que a palavra tem. Um *press-release* (comunicado de imprensa) é parcial, institucional, sectário; uma notícia é, assim se espera, factual, imparcial, verdadeira, credível. Nada melhor, pois, para o comunicador político, do que chamar “notícia” a uma informação facciosa que quer “passar” para a opinião pública.

Como defende Traquina (2002: 210-211), “as notícias são muito mais do que o que ‘acontece’. Na cultura contemporânea da promoção, uma parte significativa das toneladas de notícias que são produzidas diariamente são acontecimentos criados para os media, em particular para os membros da comunidade jornalística, em grande parte pseudoacontecimentos”. Traquina define estes falsos acontecimentos como “uma tática de diversas ações de sedução de luta política e social no tabuleiro jornalístico” (Ibidem).

E Traquina está consciente dos efeitos da fragmentação do espaço público que a Internet progressivamente produzirá, colocando a par jornalistas e não jornalistas. “As novas capacidades que a Internet oferece aos jornalistas e ao público na obtenção de dados e de acesso à informação, a proliferação de canais e a exploração de locais de comunicação e informação, nomeadamente os milhares de sites no ciberespaço, as novas possibilidades de acesso aos jornalistas para as vozes alternativas da sociedade, são fatores que apontam para a debilitação do controlo político do jornalismo e para a existência de um campo jornalístico que é, cada vez mais, uma arena de disputa entre todos os membros da sociedade” (Traquina, 2002: 213).

Vemos, pois, que há uma ligação muito próxima entre os domínios da política e do jornalismo, quanto mais não seja porque ambos estão na esfera do(s) poder(es) e disputam-na. “Queira-se ou não, o jornalismo é um ‘Quarto Poder’, que, sobretudo devido ao acesso habitual das fontes oficiais ao campo jornalístico, serve para sustentar o poder instituído e o status quo” (Traquina, 2002: 209). Por tudo isto, afigura-se natural que o profissional da comunicação política tenha identificado a Internet como um veículo privilegiado para contornar o jornalista e fazer chegar diretamente a sua mensagem ao destinatário-alvo.

Quando falamos de comunicação política, falamos “de muitas coisas diferentes, diríamos, consoante o contexto de aplicação, consoante o próprio entendimento do campo em que o termo é usado, consoante os referentes sociais e políticos em causa” (Silveirinha, s/d). Neste artigo, entendemos por comunicação política o conjunto de atividades comunicativas de persuasão política e de disseminação de mensagens políticas através de meios de comunicação. Entre essas atividades, encontra-se a produção e difusão de comunicados de imprensa, cada vez mais sob a capa de “notícias”.

## METODOLOGIA

Como vimos, a propositada confusão entre notícias jornalísticas e comunicados de imprensa interessa ao comunicador político e levanta pertinentes questões éticas, técnicas e legais que importa investigar. Neste estudo, propusemo-nos analisar comparativamente o site de um governo (Governo de Portugal - <http://www.portugal.gov.pt/pt>), de uma autarquia (Câmara Municipal do Porto - <http://cm-porto.pt/>) e de um partido (Bloco de Esquerda - <http://www.esquerda.net/>), bem como as respetivas contas/páginas no Facebook e Twitter.

As três “notícias” mais recentes de cada um dos sites da amostra (todas destacadas nas páginas iniciais) foram submetidas a uma análise de forma e de conteúdo, em que se procurou encontrar elementos credibilizadores da mensagem, nomeadamente o eventual recurso a um registo típico ou próximo do jornalístico. As nove “notícias” foram submetidas ao crivo dos elementos diferenciadores e caracterizadores da notícia jornalística, tal como os descreve Mar de Fontcuberta (1999-2010), bem como ao crivo dos critérios de reconhecimento de sites noticiosos de Alexander & Tate (1996-2005): autoridade, rigor, objetividade, atualidade e cobertura.

Fontcuberta (1999-2010: 14) elenca cinco características fundamentais do discurso jornalístico tradicional: atualidade, novidade, veracidade, periodicidade e interesse público”. Entendemos que o discurso jornalístico atual, especialmente na Internet e por efeito desta, deixou de estar amarrado aos constrangimentos da periodicidade, pelo que, neste estudo, apenas foram avaliadas as restantes quatro características.

Complementarmente, foi criada uma grelha de análise para detetar a presença ou ausência de outros elementos típicos da notícia jornalística, como a construção em pirâmide invertida, a resposta às seis perguntas clássicas do jornalismo (o quê?, quem?, quando?, onde?, como? e porquê?), o contraditório, a contextualização, a independência/neutralidade/isenção, a escassez de adjetivação e o distanciamento (informação factual).

Com este estudo, quisemos responder à questão: O que distingue a “notícia” da comunicação política da notícia do jornalismo? Eram esperados elementos diferenciadores, como os do contraditório, previsivelmente ausente nos textos dos comunicadores políticos (questão ética importante), e da adjetivação, menor na notícia jornalística, mas também algumas semelhanças, designadamente no uso de técnicas de redação como a pirâmide invertida (do mais para o menos importante), encabeçada pela resposta às seis questões clássicas do jornalismo. Seria de esperar também alguma camuflagem dos próprios espaços onde são difundidas essas “notícias”, nomeadamente com a irregular apresentação como “jornalistas” ou “repórteres” (integrados numa “redação”) de pessoas sem habilitação legal para o exercício da profissão.

## RESULTADOS

Os três sites da amostra apresentam na sua página inicial textos informativos recentes, ainda que apenas o da Câmara Municipal do Porto os designe como

“Notícias”. No caso do site do Governo de Portugal, opta-se pela designação “Em Destaque”, enquanto no Esquerda.net não há classificação específica.

A análise das fichas técnicas refutou a hipótese colocada de uma irregular apresentação dos autores dos textos como jornalistas. Nos três casos, a informação é bastante vaga, não sendo nomeadas pessoas em concreto como responsáveis pelos conteúdos do site.

No caso do site do Governo, refere-se que a informação publicada está “sob a direção do Gabinete do Ministro Adjunto e do Desenvolvimento Regional” e que “a manutenção do Portal é feita por uma equipa do Ceger” (Centro de Gestão da Rede Informática do Governo). O site da Câmara do Porto não tem uma ficha técnica, mas pode ler-se em “Sobre o site” uma “declaração de exoneração de responsabilidade” em que se afirma que quem gere o site é o Gabinete de Comunicação da autarquia. No Esquerda.net refere-se que “é mantido pelo Bloco de Esquerda”.

Os sites dos dois órgãos estatais não exibem estatuto editorial, mas o Esquerda.net apresenta em “Quem Somos” um texto com características de estatuto editorial: “O Esquerda.net é um portal de informação alternativa, que aspira a concorrer com os portais dos órgãos de informação, mas apresentando uma ótica crítica, de esquerda, na seleção de notícias, na produção do seu noticiário, nas suas fontes de informação”. Apesar de mantido e pertencente a um partido, este site é assumido como órgão de informação “que não se confunde com o site partidário, o bloco.org”.

A aplicação dos critérios de Alexander & Tate (1996-2005) à amostra permitiu verificar que, em média, os três sites apenas cumprem metade dos requisitos necessários para serem reconhecidos como noticiosos. O que mais se aproxima desta classificação é o Esquerda.net, com 10 respostas positivas e seis negativas, o que corrobora o objetivo expresso pelo Bloco de Esquerda de posicionar este site como órgão de informação. A vantagem do Esquerda.net é conseguida, fundamentalmente, no critério “Objetividade”, não aplicável aos outros sites, por não terem espaços classificáveis como de opinião ou de publicidade, espaços esses que no Esquerda.net estão separados dos informativos.

Os sites do Governo de Portugal (8 respostas positivas e 6 negativas) e da Câmara do Porto (7-7) registam resultados semelhantes, quer globalmente quer por critério.

Como esperado, nenhum dos sites da amostra pontuou no critério “Cobertura”, em parte por não terem versão em papel, requisito a ser cada vez menos de valorizar, por questionar a Internet como meio fiável.

A aplicação da grelha criada especificamente para este estudo permitiu chegar a resultados ainda mais esclarecedores quanto à comparação das “notícias” da comunicação política com as notícias do jornalismo. Na forma, as “notícias” da comunicação política assemelham-se muito às do jornalismo, nomeadamente na titulação, nos leads e na estrutura do texto. Na generalidade, as “notícias” analisadas são estruturadas em pirâmide invertida, com poucos parágrafos (5,7, em média) e curtos (cerca de quatro linhas cada). Os títulos e os leads têm também características formais muito semelhantes aos do jornalismo. Quase todos os leads analisados respondem às quatro perguntas mais diretas (o quê?, quem?, quando? e onde?) a que

a notícia jornalística tem de responder, sendo as duas perguntas explicativas (como? e porquê) maioritariamente respondidas até ao segundo parágrafo.

A maioria dos textos analisados respeita as quatro características fundamentais do discurso jornalístico atual, ainda que não tenha sido possível confirmar se todos cumprem o requisito de “veracidade”, ou seja, se correspondem “o mais fielmente possível à realidade” (Fontcuberta, 1999-2010: 14).

É na análise do conteúdo que constatamos as grandes diferenças entre a “notícia” da comunicação política e a notícia do jornalismo. A generalidade dos textos analisados não respeita o princípio do contraditório e apenas dois apresentam uma segunda fonte. Todos os artigos têm adjetivação desnecessária (rejeitada pelo jornalismo), metade dos quais em excesso. A quase totalidade das “notícias” (a única exceção é um artigo sobre Edward Snowden publicado no Esquerda.net) é de autodivulgação e/ou autopromoção de atos ou declarações da entidade proprietária do site, verificando-se mesmo em dois terços da amostra registos de autoelogio. Apesar de um aparente distanciamento na apresentação de informação factual, metade dos artigos tem um tom global positivo favorável à entidade proprietária do site e um terço apresenta um tom global negativo na alusão a opositores. Metade dos títulos e dos leads são informativos e dois terços opinativos.

A construção do texto é feita em pirâmide invertida (do mais para o menos importante), mas de forma tendenciosa em metade da amostra, colocando nos primeiros parágrafos aquilo que à entidade interessa que seja relevado como mais importante. A mesma tendência é verificada na colocação (direta ou através de hiperligações) de elementos contextualizadores do facto que está a ser noticiado, os quais, em metade dos casos, favoráveis à entidade detentora do site.

Sintomático foi também verificar que dois dos três sites da amostra (Governo de Portugal e Câmara do Porto) não permitem que o visitante comente as suas “notícias”, o que contrasta claramente com a tendência dos cibermeios jornalísticos portugueses de abrirem espaços de comentário junto às notícias (Zamith, 2013: 151-154). Todos os textos analisados se apresentavam estáticos, sem referências a eventuais atualizações, correções ou apelos à correção, o que reforça a constatação de que a verdadeira intenção não é a construção coletiva de uma notícia cada vez melhor e mais completa, beneficiando do potencial de interação humana que a Internet permite, mas sim a mera difusão de informação institucional e propaganda política, evitando possíveis críticas negativas.

A aposta na disseminação da mensagem fica bem expressa no facto de todas as notícias analisadas estarem acompanhadas de apelos e mecanismos de partilha, ainda que no caso da Câmara do Porto apenas por email e não pelas redes sociais.

Ao contrário da ideia corrente de que “todas” as instituições estão nas redes sociais, não foram encontradas contas oficiais atualizadas do Governo de Portugal e da Câmara do Porto no Facebook, enquanto no Twitter foram detetadas contas das três entidades, mas a do Governo não era atualizada há mais de dois anos (desde 17 de janeiro de 2012). As contas ativas nas duas redes sociais eram alimentadas por regra pelas mesmas “notícias” presentes nos respetivos websites.

Ainda que porventura surpreendente, esta menor presença nas redes sociais poderá estar integrada na mesma estratégia anteriormente referida de minimização de danos, evitando comentários negativos para a imagem das respetivas entidades, algo a averiguar num futuro estudo específico sobre esta questão.

## CONCLUSÃO

Concluimos que há a intenção clara de enganar. À semelhança do que os criativos publicitários por vezes fazem, mas neste caso de modo mais subtil e permanente, os comunicadores políticos usam o formato da notícia jornalística para tentar iludir o leitor, dando-lhe a impressão de estar a ler uma informação credível, verificada, independente, relevante, abrangente e proporcionada, como Kovach e Rosenstiel (2004: 10) clamam como princípios do jornalismo.

Ainda que suportada numa amostra pequena, a metodologia utilizada permitiu responder à questão de partida. O que distingue a "notícia" da comunicação política da notícia do jornalismo é o seu conteúdo, propagandístico, subjetivo e sectário, e não a sua forma, em tudo semelhante ao modelo que camaleonicamente reproduz.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alexander, J. & Tate, M.A. (1996). *How to Recognize a News Web Page*. Videner University. Disponível em [http://www.widener.edu/about/campus\\_resources/wolfgram\\_library/evaluate/news.aspx](http://www.widener.edu/about/campus_resources/wolfgram_library/evaluate/news.aspx).
- Fontcuberta, M. (1999). *A Notícia – pistas para compreender o mundo*. Alfragide: Casa das Letras.
- Gillmor, D. (2004) *Whe the Media – Grassroots Journalism by the People, for the People*. Disponível em <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do jornalismo - O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto: Porto Editora.
- Silveirinha, M. J. (s/d). Comunicação Política. *Dicionário de Filosofia Moral e Política*. Instituto de Filosofia da Linguagem.
- Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Quimera Editores.
- Zamith, F. (2013). *A contextualização no ciberjornalismo*. Porto: Edições Afrontamento/CETAC.MEDIA.

## OUTRAS REFERÊNCIAS

- Código Deontológico dos Jornalistas* (1993). Disponível em <http://www.jornalistas.eu/?n=24>.
- Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (2002). *Formulário*. Disponível em <http://www.ccpj.pt/formularios.htm>
- Constituição da República Portuguesa* (2005). Disponível em <http://www.jornalistas.eu/?n=90>.
- ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2007). *Relatório de Regulação 2007*. [http://www.erc.pt/documentos/Relatorios/ERC\\_RelatorioRegulacao2007.pdf](http://www.erc.pt/documentos/Relatorios/ERC_RelatorioRegulacao2007.pdf).



## A opinião da empresa no jornalismo brasileiro: um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais

CAMILA MONT'ALVERNE & FRANCISCO PAULO JAMIL ALMEIDA MARQUES

camilapessoa31@gmail.com; marquesjamil@gmail.com  
*Universidade Federal do Ceará*

### Resumo

O objetivo do trabalho é refletir acerca do Editorial como elemento que, além de posicionar determinada instituição jornalística – ao revelar os valores e as perspectivas por ela defendidos e ao constituir o “contrato de leitura” estabelecido com a audiência – permite compreender de que maneira o Jornalismo brasileiro se diferencia daquele praticado em outros países cuja cultura profissional naturaliza a tomada de posição política por parte das empresas. Partindo de uma revisão bibliográfica, o artigo traz uma breve contextualização da trajetória do Jornalismo opinativo no Brasil e discute as características do editorial como gênero, bem como reflete acerca das singularidades de seu papel político.

**Palavras-Chave:** Jornalismo; editoriais; deontologia; política

---

### INTRODUÇÃO

Embora as empresas jornalísticas – em sintonia com aquilo que orienta a deontologia típica dos profissionais do campo – se apresentem, frequentemente, como mediadoras neutras, objetivas e imparciais, sabe-se que o processo de coleta, elaboração e distribuição de conteúdos informacionais é influenciado, dentre outros elementos, pelos princípios, compromissos e interesses de cada agente com assento na cadeia produtiva das notícias.

Nesse sentido, a escolha das pautas e das fontes pode servir para confirmar uma tese defendida pelo periódico, em vez de apresentar interpretações conflitantes acerca de um assunto; percebe-se a existência de determinadas ênfases e enquadramentos que direcionam a cobertura planejada por editores e repórteres; verifica-se, igualmente, variações no destaque conferido a cada matéria, seja em termos de espaço ou de tempo, seja ao se atribuir ao assunto manchete principal ou não (Schiff, 2011).

Desta forma, as concepções de mundo do periódico se manifestam em diferentes oportunidades. Trata-se uma opção feita não só pelo redator da matéria, mas, também, influenciada pela linha editorial e pelos interesses da empresa de comunicação – questão, aliás, explorada pela Teoria Organizacional (Traquina, 2005).

É inegável, assim, que o Jornalismo contribui para a construção da realidade, em vez de simplesmente refleti-la. O estabelecimento de determinadas diretrizes no que concerne, por exemplo, à cobertura política (tema ao qual boa parte dos jornais

dedica uma editoria específica e que, por sua relevância, é questão central deste trabalho), acaba por reverberar na forma pela qual se compreendem os agentes políticos e, conseqüentemente, nas imagens públicas que a audiência tem deles.

Assim, por um lado, é necessário considerar que a construção do produto jornalístico se dá em um ambiente com configurações bastante específicas, e está sujeita a pressões de diversos níveis (Benetti, 2007). Por outro lado, é inegável que a ação dos jornais pode trazer contribuições à democracia, ao emplacar agendas que auxiliem em uma melhor administração do País, ou ao fiscalizar os agentes políticos.

O editorial, espaço opinativo reservado à instituição jornalística, no qual a empresa apresenta suas posições acerca de diversos assuntos de natureza coletiva, é, provavelmente, o gênero que melhor ilustra a tensão entre interesses públicos e privados no Jornalismo. Em outras palavras, o editorial se configura mais nitidamente como um espaço para o jornal “fazer política” e pressionar o poder público, além de ser uma forma de colocar assuntos na agenda pública de discussões (Armañanzas; Noci, 1996; Azevedo, 2006; Melo, 1985). Dessa forma, os editoriais atuam não somente ao formatar traços da imagem pública (por exemplo, de agentes do campo político), mas, também, ao oferecer elementos que conformam a imagem do próprio jornal.

No Brasil, ainda são poucos os trabalhos dedicados a examinar, especificamente, a função e a influência política dos editoriais jornalísticos. Acredita-se que é justamente por meio de tais espaços que se revelam traços singulares da relação mantida entre as empresas jornalísticas e agentes do campo da política.

Assim sendo, o trabalho ora apresentado tem como objetivo refletir acerca do Editorial como elemento que contribui para consolidar a posição social de determinada instituição jornalística – ao revelar os valores e as perspectivas por ela defendidos e ao constituir o “contrato de leitura” e o “pacto fiduciário” estabelecido com a audiência. Dentre os desdobramentos de tal debate, encontra-se uma breve discussão acerca de como o Jornalismo brasileiro se diferencia daquele praticado em outros países cuja cultura profissional naturaliza a tomada de posição política por parte das empresas.

A fim de alcançar tal meta, o texto foi dividido de acordo com os seguintes tópicos: “Notícia, Opinião e as tensões do campo do Jornalismo”; “A trajetória da Opinião no Jornalismo Brasileiro”; “Editorial: Quando o jornal toma partido”; “O papel político dos editoriais jornalísticos”.

### **NOTÍCIA, OPINIÃO E AS TENSÕES DO CAMPO DO JORNALISMO**

Ao refletir acerca da natureza do produto jornalístico, várias distinções precisam ser feitas com o objetivo de se compreender o quão complexa se mostra uma atividade que envolve interesses públicos e privados, trabalhadores e empresas do campo da comunicação, concorrência por audiência e disputas simbólicas perpetradas por agentes de outros campos sociais.

Uma das distinções fundamentais se refere aos profissionais e às empresas que atuam no âmbito do Jornalismo. Os critérios utilizados para conferir prestígio

por parte dos pares e as normas deontológicas de cada um desses agentes, por exemplo, não necessariamente são iguais para os dois grupos. Também varia o grau de liberdade de cada um deles para emitir opiniões nos jornais (inclusive, pode-se perceber variações mesmo internas ao campo dos profissionais da área, uma vez que há jornalistas com mais tempo de carreira e prestígio que outros).

No entanto, há outras três distinções cuja compreensão é essencial a fim de se fundamentar a discussão sobre o papel político dos editoriais.

- As diferenças entre o setor comercial e a redação na empresa jornalística;
- A separação entre notícia e opinião na cultura do Jornalismo moderno;
- As marcas características dos gêneros e formatos jornalísticos, que sustentam a diferenciação entre reportagem, coluna, crônica, nota, dentre outros elementos;

Logo abaixo, cada uma dessas dimensões é explorada.

#### **AS DIFERENÇAS ENTRE O SETOR COMERCIAL E A REDAÇÃO NA EMPRESA JORNALÍSTICA:**

As empresas de comunicação não fazem uma mera mediação entre os agentes políticos e a audiência. Dotadas de interesses próprios, elas se constituem como instituições. A relação delas com o campo político – e com o econômico – é permeada por tensões e acomodações, já que cada domínio detém um tipo de capital que interessa ao outro (Gomes, 2004). Por contarem com regras e códigos próprios, a submissão flagrante do campo do Jornalismo a outro campo social pode deslegitimar a instituição ou profissional de comunicação. Em outras palavras, infringir as regras do bom Jornalismo em nome de compromissos econômicos ou políticos, por exemplo, acarreta ônus à empresa (Miguel, 2002), como a perda da credibilidade.

É por isso que, para Eugenio Bucci (2000), deve haver uma completa separação entre a redação e departamento comercial da empresa jornalística, de forma que os interesses econômicos não interfiram nas diretrizes de produção das informações. Marques, Miola e Siebra (2013: 4) lembram, no entanto, que tal separação não garante completa isenção, pois, “mesmo indiretamente, verifica-se a intromissão do departamento comercial quando uma pauta é ‘derrubada’ a fim de dar espaço a um anúncio de última hora”.

#### **A SEPARAÇÃO ENTRE NOTÍCIA E OPINIÃO NA CULTURA DO JORNALISMO MODERNO:**

É interessante perceber como a distinção entre notícia e opinião foi sendo construída historicamente e ideologicamente. Visando atingir uma parcela mais ampla da sociedade, algumas estratégias foram adotadas pelos empresários envolvidos na produção de informações, sobretudo ao longo do século XIX. A divisão entre textos opinativos e informativos foi uma das principais providências (Armañanzas; Nocí, 1996).

Tal distinção tem como objetivo dar ao leitor a impressão de que o noticiário estaria isento de opiniões dos repórteres ou da própria empresa. É exatamente ao

defender a separação clara das seções opinativa que surgem princípios como a “objetividade”, voltada para reforçar um sentimento de legitimidade do que é “narrado” pelos jornais (Kaplan, 2012).

Dito de outro modo, preceitos que direcionam a atividade jornalística, a exemplo da “objetividade”, da “neutralidade” e da “imparcialidade”, nascem a partir do compromisso assumido por empresas jornalísticas em separar, de um lado, aquilo que é crença ou valor defendido pela instituição daquilo que é, de outro, relato dos fatos. Isso significa que a norma deontológica que orienta a ação das empresas e dos profissionais do Jornalismo (abrindo espaço para que seja reivindicado por parte de tais agentes o papel de defensores do “interesse público”) considera que as tomadas de posição devem ficar restritas à página de opinião (Albuquerque, 2000; Coutinho e Miguel, 2007; Biroli e Miguel, 2010 e 2012). De acordo com Jobim (1992: 61),

A regra segundo a qual se deve estabelecer nitidamente uma linha de separação entre a notícia e o comentário – entre o fato e sua interpretação – já representa um grande esforço por informar honestamente o público, fornecendo-lhe os meios para que forme os seus próprios juízos independentes do ponto de vista do jornal.

O Manual de Redação do jornal O Estado de S. Paulo – um dos *quality papers* de maior circulação no Brasil –, por exemplo, estabelece uma separação clara entre textos opinativos e noticiosos, alertando a seus colaboradores sobre a necessidade de, no processo de redação das notícias, não expor “opiniões, mas fatos, para que o leitor tire deles as próprias conclusões”. O fato de o manual estar disponível para consulta não só por parte dos profissionais, mas também pelos leitores, expõe uma preocupação de aproximar o público da “cozinha” responsável pela produção do jornal, ainda que não fiquem evidentes as diferentes tensões existentes na redação.

A perspectiva de que o Jornalismo seria espelho da realidade é contraposta à ideia de que, mesmo nos casos onde não há manipulação deliberada que envolva a cobertura de um acontecimento, o jornalista e a empresa acabam optando por enxergar o fato de uma maneira peculiar, a partir de critérios ligados – também, mas não apenas – a códigos e a práticas da atividade. Assim, a ideia de que separar a opinião de uma seção específica do jornal deixaria o texto noticioso “puro” vem sendo criticada ao longo das últimas décadas.

Moraes (2007: 1) argumenta que o Jornalismo tem opinião, independentemente dos gêneros, sejam eles de cunho opinativo ou informativo. Chaparro (2003: 5), por sua vez, questiona a efetividade da divisão entre informação e opinião ao argumentar que uma paginação diferenciada dos textos não garante um relato purificado, livre de pontos de vista.

O paradigma Opinião x Informação tem condicionado e balizado, há décadas, a discussão sobre gêneros jornalísticos, impondo-se como critério classificatório e modelo de análise para a maioria dos autores que tratam do assunto. A conservação dessa matriz reguladora esparrama efeitos que superficializam o ensino e a discussão do Jornalismo e tornam cínica a sua prática profissional. Trata-se de um falso paradigma, uma fraude teórica, porque o Jornalismo não se divide, mas se constrói com informações e opiniões. Além de falso, está enrugado pela velhice de três séculos.

Questiona-se, ademais, não apenas a possibilidade de se alcançar uma efetiva separação entre opinião e notícia, mas a própria utilidade dessa distinção. Questiona-se, por exemplo, se o que o leitor espera do Jornalismo não seria justamente uma mescla entre notícia e opinião, no sentido de orientar a audiência acerca da interpretação de fenômenos da vida social.

O fato é que, mesmo diante de tais polêmicas e divergências ideológicas ou teóricas, textos com clara ênfase opinativa continuam a ter seu espaço assegurado. Para Beltrão (1980: 14), o jornal tem a obrigação de exercitar a opinião.

... ela é que valoriza e engrandece a atividade profissional, pois, quando expressa com honestidade e dignidade, com a reta sacralidade das ocorrências, se torna fator importante na opção da comunidade pelo mais seguro caminho à obtenção do bem-estar e da harmonia do corpo social.

O texto opinativo, portanto, é visto como uma forma de o jornal cumprir com seu dever junto ao leitor, oferecendo a ele um modo de compreender o mundo, em oposição ao conteúdo informativo, cuja função – pelo menos em princípio – seria apresentar a realidade, sem interferir nos fatos.

A manutenção da objetividade seria, de acordo com Jobim (1992: 37), um modo de a empresa de comunicação atender à demanda dos leitores por um produto que fosse “um depósito de noções corretas, não deformadas, sobre os acontecimentos”. As próprias empresas de comunicação sabem, no entanto, que o público não receberá as notícias passivamente (Armañanzas; Noci, 1996): o Jornalismo possui papel ativo na conformação da realidade, por mais que argumente não desejar interferir nela.

**AS MARCAS CARACTERÍSTICAS DOS GÊNEROS E FORMATOS JORNALÍSTICOS,  
QUE FUNDAMENTAM A DIFERENCIAÇÃO ENTRE REPORTAGEM, COLUNA,  
CRÔNICA, NOTA, DENTRE OUTROS ELEMENTOS:**

Uma terceira e necessária distinção se refere à questão dos gêneros dentro da dimensão informativa e da dimensão opinativa. O estabelecimento de subgêneros é a forma de operacionalizar a separação entre informação e opinião e um modo de condicionar o profissional a escrever o texto a partir de regras pré-estabelecidas.

Dentre os próprios subgêneros opinativos, a intenção e a forma de se construir o texto se diferenciam. No caso do editorial, por exemplo, busca-se uma impessoalidade na abordagem temática e nas estratégias de argumentação, uma vez que está em evidência a voz da empresa (Alves Filho, 2006). Mas ressalte-se que não se trata de uma separação estanque: o texto opinativo pode se utilizar de recursos, a princípio, concernentes às produções informativas. “A maioria dos gêneros jornalísticos são complementares uns de outros. Como a notícia, gênero informativo por excelência, complementa a reportagem, do mesmo modo, os gêneros de opinião complementam a informação oferecida pelos gêneros informativos”<sup>1</sup> (Espinosa, 2002: 225).

<sup>1</sup> Texto no original: “La mayoría de los géneros periodísticos son complementarios unos de otros. Como la noticia, género informativo por excelencia, complementa al reportaje, del mismo modo los géneros de opinión complementan la información ofrecida por los géneros informativos”.

A ênfase deste ensaio se dá, mais exatamente, no gênero “Editorial”, categoria do Jornalismo opinativo. Antes de abordar especificamente tal categoria, pretende-se realizar um breve apanhado histórico acerca da trajetória da opinião no Jornalismo brasileiro, a fim oferecer uma visão mais ampla das mudanças pelas quais passou a cultura jornalística no país.

### **A TRAJETÓRIA DA OPINIÃO NO JORNALISMO BRASILEIRO**

Embora produzido na Europa, o *Correio Braziliense* é reconhecido como o primeiro periódico brasileiro. Ele dá início à história da imprensa nacional, que, ao longo do século XIX, experimentou uma série de transformações nos modos pelos quais os jornais eram geridos e produzidos. “[N]ão ocorre uma transformação repentina de uma imprensa artesanal e política para a empresarial: trata-se de uma mudança gradativa e não linear que se deu ao longo de todo o século XIX” (Morel, 2008: 41).

Quando a Corte Portuguesa deixa o País, outros periódicos, como a *Gazeta do Rio de Janeiro*, passam a ser editados no Brasil (Lustosa, 2003). Com a Proclamação da República, os conglomerados jornalísticos se consolidam, e também se estampam as ideias e imagens de progresso que a nova ordem prometia ao Brasil (Martins, 2008). “Se por várias décadas, a luta política constituiu-se no moto fundamental do jornal-tribuna, razão mesma da sua existência, os horizontes alteraram-se e a posse de folhas diárias começou a se transformar em negócio” (Luca, 2008: 149).

A República Velha (1889-1930) conhece, assim, algumas modificações no padrão de atividades da imprensa brasileira. Embora os avanços tecnológicos (possibilidade de adicionar ilustrações aos materiais impressos e aumento da tiragem por conta do menor custo de impressão) tenham contribuído para que mais publicações entrassem em circulação, o período também foi marcado por uma relação conturbada com o governo. A censura e o aliciamento da imprensa se tornaram recursos utilizados com maior frequência (Eleutério, 2008).

As articulações políticas a envolverem empresas jornalísticas brasileiras se mantiveram nas primeiras décadas do século XX. A chegada de Getúlio Vargas ao poder, em 1930, foi apoiada por importantes órgãos da imprensa.

Ao se instalar no Palácio do Catete, o líder do movimento que depôs Washington Luiz contava com os aplausos dos vários jornais de Assis Chateaubriand, do *Correio da Manhã*, *O Globo*, *Jornal do Commercio*, *Diário Carioca*, *Diário de Notícias*, *O Estado de S. Paulo*, *A Platéia* e *Diário Nacional*, para mencionar alguns dos títulos mais importantes do país (Luca, 2008: 166, grifo da autora).

No entanto, o clima amistoso não durou muito; a instabilidade dos momentos iniciais foi a justificativa utilizada pelo governo para cercear a liberdade de expressão de jornais e revistas (Luca, 2008). Em 1932, muitos periódicos apoiam a campanha em prol da redemocratização do Brasil e acabam tendo suas sedes depredadas (Luca, 2008), a exemplo do jornal *Diário Carioca*.

... o *Diário Carioca* se convertera no baluarte do retorno à ordem constitucional. Suas páginas não cansavam de exigir eleições livres para uma Assembleia



Constituinte, com vista à elaboração de uma nova Carta Magna para o Brasil. Por isso, os três caminhões parados em frente à sede do jornal àquela hora da noite, com soldados ostensivamente armados, não pareciam indicar uma visita de cortesia (Lira Neto, 2013: 8).

Com a convocação da Assembleia Constituinte, no entanto, os ânimos arrefeceram, mas apenas provisoriamente. O Estado Novo, período que se estendeu de 1937 a 1945, instaurou o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que passou a ser o órgão responsável por subordinar os meios de comunicação de massa ao Governo: o intuito era difundir uma imagem positiva do regime. Havia censura prévia à imprensa, ao teatro, ao cinema e à radiodifusão em nome de garantir a paz, a ordem e a segurança pública. Apesar da repressão à oposição, o Estado Novo não pôde resistir à contradição entre defender a democracia, na Segunda Guerra Mundial, e as restrições à liberdade no Brasil (Luca, 2008).

Nos anos seguintes à deposição de Vargas, a imprensa se encontraria polarizada entre os jornais *Tribuna da Imprensa*<sup>2</sup>, de Carlos Lacerda, e *Última Hora*<sup>3</sup>, de Samuel Wainer. Wainer foi um dos principais responsáveis por trazer Getúlio de volta à cena política nacional, o que permitiu ao ex-presidente lançar nova candidatura para concorrer nas eleições de 1950. Lacerda, por sua vez, usava a *Tribuna da Imprensa* para se opor ao ex-Presidente (Laurenza, 2008). Os dois periódicos perdem força com a instauração da ditadura militar.

Em 1964, a maioria dos grandes jornais brasileiros apoiou o golpe militar, embora alguns tivessem mudado de posição com o recrudescimento do regime (Laurenza, 2008). Segundo Sodré (1999), a conclamação ao golpe foi a última “operação” montada pela imprensa empresarial no país, que se engajou no movimento dos militares, apoiando-o explicitamente.

Um dos periódicos envolvidos na derrubada do governo de João Goulart foi O Estado de S. Paulo, ainda que, anos depois, tenha passado à oposição.

Em 1964, “O Estado” apoiou o movimento militar que depôs o presidente João Goulart ao constatar que o mesmo já não tinha autoridade para governar. No entanto, entendia que a intervenção militar deveria ser transitória. Quando se evidenciava que os radicais de extrema direita aumentavam sua influência, objetivando a perpetuação dos militares no poder, O Estado retirou seu apoio e passou a fazer oposição. (O Estado de S. Paulo, 2013)

Movimento semelhante fez a *Folha de S. Paulo*, que também apoiou a deposição de Jango e manteve-se próxima à ditadura até meados dos anos 80, quando aderiu à campanha das Diretas Já! (Dias, 2012). O grupo *Diários Associados*, comandado por Assis Chateaubriand, também aprovou o golpe (Laurenza, 2008), assim como o *Jornal O Globo*, que, recentemente, publicou um editorial no qual assume que errou ao apoiar a ditadura<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> O jornal *Tribuna da Imprensa* nasceu em 1949, com apoio do *Correio da Manhã*, publicação na qual Lacerda tinha uma coluna. A *Tribuna* pertenceu a Carlos Lacerda até 1961, quando foi vendida ao *Jornal do Brasil* (Laurenza, 2008).

<sup>3</sup> O *Última Hora* foi fundado em 1951 e funcionou até 1979, mas acredita-se que sua decadência começa em 1964, com o golpe militar (Laurenza, 2008).

<sup>4</sup> Disponível em <http://oglobo.globo.com/pais/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>. Acesso em 28.11.2013.

As grandes publicações brasileiras adotam posições discordantes em relação às “Diretas Já!”, um dos acontecimentos de destaque no país durante a década de 80. A Folha de S. Paulo foi uma das poucas empresas a endossar o movimento desde o começo. Até o comício na Praça da Sé de São Paulo, que levou a campanha às ruas, as “Diretas Já!” eram acompanhadas com desconfiança por parte do Estadão e das revistas Istoé e Veja (Pilagallo, 2012).

Na primeira eleição após o período de redemocratização, o Estadão publicou editorial em apoio à candidatura de Fernando Collor<sup>5</sup>. O mesmo jornal, assim como a Folha, publicaria, em 1992, editoriais pedindo a renúncia do então presidente (Pilagallo, 2012). No decorrer da década de 90 e nos anos 2000, o Estadão continuou explicitando quem era o candidato que apoiava à Presidência, prática que não foi acompanhada por outros *quality papers* brasileiros. A Folha, em algumas ocasiões, endossou candidaturas, como a de Marta Suplicy à Prefeitura de São Paulo, embora fizesse questão de reafirmar que tem compromisso com o leitor, não com grupos políticos<sup>6</sup>.

É importante ter em mente que, quando endossam determinado movimento ou candidatura, os jornais assumem suas posições políticas que não são aleatórias ou desinteressadas. “Endossos são atos políticos conscientes. Como tais, revelam a orientação política da imprensa”<sup>7</sup> (Ansolabehere; Lessem; Snyder, 2006: 394).

Dentre os vários gêneros opinativos existentes, no próximo tópico aprofunda-se o estudo de um deles, o editorial.

#### **EDITORIAL: QUANDO O JORNAL TOMA PARTIDO**

É no texto editorial que o jornal – de forma explícita – sai de uma condição de imparcialidade (reivindicada na seção de notícias) e assume ter posições acerca dos mais diversos temas de concernência pública. Em outras palavras, é por meio do editorial que:

...o grupo proprietário e administrador do periódico manifesta sua opinião sobre os fatos que se desenrolam em todos os setores de importância e interesse para a comunidade e ligados à existência e desenvolvimento da empresa, intentando, desse modo, orientar o pensamento social para a ação na defesa do bem comum. O editorial é a voz do jornal, sua tribuna (Beltrão, 1980: 51-52).

Assim, o teor dos editoriais está intrinsecamente ligado aos princípios defendidos pelo periódico, que são “as linhas mestras que marcam ideologicamente os conteúdos jornalísticos e fundamentam a atividade empresarial de uma publicação”<sup>8</sup> (Armañanzas; Noci, 1996: 171). O gênero também tem um impacto relevante

<sup>5</sup> A partir do final dos anos 80, mais mudanças podem ser apontadas no Jornalismo brasileiro. A utilização das tecnologias da informática, a especialização das editorias e o desenvolvimento do Jornalismo investigativo são algumas daquelas de maior destaque (Barbosa, 2007). Os grupos de comunicação passaram, também, por crises financeiras, situação que foi revertida com “a maturação dos investimentos de anos atrás e a recuperação econômica, sobretudo durante o segundo mandato de Lula” (Pilagallo, 2012: 312).

<sup>6</sup> Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz1510200001.htm>. Acesso em 02.12.2013.

<sup>7</sup> Texto no original: “Endorsements are a conscious political act. As such they reveal the political orientation of the press”

<sup>8</sup> Texto no original: “las líneas maestras que marcan ideológicamente los contenidos periodísticos y fundamentan la actividad empresarial de una publicación”

“definindo a ideologia e as hierarquias de cada cabeçalho, pondo em evidência o nível de tolerância [do jornal] e expondo-o ante seus leitores aos riscos de tomar partido”<sup>9</sup> (Castilla; Gross, 2009: 603).

Beltrão (1980) afirma que a política editorial não é arbitrária: na verdade, ela obedece a princípios éticos e a normas práticas, não sendo apenas definidas por questões comerciais. Melo (1985: 79) acrescenta que, nas sociedades capitalistas, “o editorial reflete não exatamente a opinião dos seus proprietários nominais, mas o consenso das opiniões que emanam dos diferentes núcleos que participam da propriedade da organização”.

Armañanzas e Nocí (1996), por sua vez, veem o editorial como um conselheiro dos leitores, que buscariam opiniões atualizadas sobre temas diversos. “(...) o periódico está comprometido a dizer o que pensa e o leitor espera uma orientação”<sup>10</sup> (Armañanzas; Nocí, 1996: 102). O editorial, assim, aprofunda questões tratadas nas notícias, ou pode até ir além delas, adiantando-as (Beltrão, 1980). Dessa forma, acaba pautando a própria cobertura. “Com o posicionamento acerca da atualidade, o jornal vai construir, a cada dia, uma visão de mundo. É importante tratar o editorial ainda como um espaço de formação da opinião pública, porque atua na tematização do debate” (Moraes, 2007: 3). José Marques de Melo complementa tal raciocínio:

A leitura de editoriais dos jornais diários, por exemplo, inspira-nos a compreensão de que as instituições jornalísticas procuram dizer aos dirigentes do aparelho burocrático do Estado como gostariam de orientar os assuntos públicos. E não se trata de uma atitude voltada para perceber as reivindicações da coletividade e expressá-las a quem de direito. Significa muito mais um trabalho de “coação” ao Estado para a defesa de interesses dos segmentos empresariais e financeiros que representam (Melo, 1985: 80).

Assim, os editoriais, pela característica de serem porta-vozes da opinião da empresa, têm um peso diferenciado na publicação. Não é à toa que ocupam um espaço privilegiado nos jornais – e eventualmente em emissoras de televisão – e são escritos, normalmente, por profissionais experientes, que devem “estar perfeitamente ao par do pensamento e objetivo do grupo empresarial” (Beltrão, 1980: 59).

Beltrão (1980) menciona a necessidade de não se trabalhar com muitas ideias no editorial, a fim de evitar complicações na compreensão do argumento central. Tal material deve, ainda, ter profundidade suficiente para ir além da notícia. O editorial “tanto pode nascer da notícia como dela transcender, adiantar-se sobre ela, valendo-se de dados subjetivos e retirando de um fato, mediante a análise de suas causas e consequências, inferências e conclusões” (Beltrão, 1980: 52).

Por ser um texto institucional, o editorial não é assinado (Beltrão, 1980). De acordo com Moraes (2007), a característica dá um tom de autoridade às opiniões manifestadas. A estrutura argumentativa do editorial busca o convencimento de que

<sup>9</sup> Texto no original: “definiedo la ideología y las jerarquías de cada cabecera, poniendo en evidencia su nivel de tolerancia y exponiéndose ante sus lectores con los riesgos de tomar partido”

<sup>10</sup> Texto no original: “el periódico está comprometido a decir lo que piensa y el lector espera una orientación”.

o tema apresentado é relevante e importante de ser discutido. Ou seja, os editoriais podem ser, também, um chamado à ação.

Este tipo de editorial que pede ação ao público seria o fecho de outros anteriores que tenham formado uma campanha pró ou contra alguma causa importante para o periódico e que reflita claramente a linha editorial da publicação. De maneira progressiva, vão-se publicando escalonadamente uma série de editoriais sobre um mesmo tema, até chegar a pedir uma ação concreta. São muito frequentes em períodos eleitorais<sup>11</sup> (Armañanzas; Nocí, 1996: 95).

Em questões polêmicas, o jornal procura se situar como árbitro de questões controversas, como se aconselhasse o público. Os editoriais buscam “normatizar certas questões, cobrando leis que deem conta de problemas sociais, por exemplo” (Moraes, 2007: 3). Eles procuram conferir, portanto, um tom de verdade aos próprios temas e posições adotadas: “o que se busca é que ele [o leitor] aceite a orientação argumentativa apresentada e, conseqüentemente, alinhe-se à posição enunciativa defendida pelo jornal” (Alves Filho, 2006: 87).

Mesmo diante das referências apresentadas até o momento neste trabalho, considera-se haver uma literatura ainda escassa especificamente sobre os editoriais. Provavelmente, a carência de discussões e estudos mais aprofundados acerca de tal gênero jornalístico se deve ao seguinte fato: no Brasil, não é comum os periódicos tomarem partido de forma explícita (Moraes, 2007). Em outras palavras, no Brasil, além do baixo número de leitores de jornais<sup>12</sup>, não é comum os periódicos tomarem partido ao defender uma candidatura específica, por exemplo, à Presidência.

A apresentação das preferências poderia ser útil para o leitor se orientar não só em relação às questões debatidas pelos editoriais, mas, também, em relação ao próprio jornal, uma vez que o leitor saberia melhor dos interesses ligados ao produto consumido. No caso brasileiro, o Estadão é exceção ao tradicionalmente expor suas posições. O leitor acaba consumindo, muitas vezes, um produto que não sabe por quais pressões passou ao ser produzido. Em outros países, como na Espanha, “o periódico que renuncia a mostrar abertamente sua linha editorial constitui uma exceção”<sup>13</sup> (Armañanzas & Nocí, 1996: 87).

Há de se destacar, então, a influência de fatores que caracterizam a cultura jornalística de diferentes países. Em trabalho sobre o modo através do qual os conceitos de corrupção e clientelismo são enfocados pela literatura em Comunicação e Política, Albuquerque e Pinto (2013) identificam diferenças entre as culturas jornalísticas de acordo com o lugar, exemplificando tal fenômeno a partir do estudo das formas pelas quais os jornalistas se relacionam com as fontes.

<sup>11</sup> Texto no original: “Este tipo de editorial que pide acción al público sería el broche final de otros anteriores que hayan formado una campaña en pro o en contra de alguna causa importante para el periódico y refleja clarísimamente la línea editorial de la publicación. De manera progresiva, se van publicando escalonadamente una serie de editoriales sobre un mismo tema hasta llegar a pedir una acción concreta. Son muy frecuentes en períodos electorales”

<sup>12</sup> O trabalho de Azevedo (2006) traz dados sobre hábitos de leitura. Em pesquisa realizada na Grande São Paulo, verifica-se que em torno de 35% dos indivíduos leem regularmente. Outra pesquisa, também apresentada no trabalho, e de abrangência nacional, aponta queda no índice de leitura diária de jornais de acordo com o quanto decresce a classe socioeconômica. Em um cenário em que um índice maior que 100 significa que as pessoas são mais propensas a ler jornais diários do que a população geral e que menor que 100 significa o contrário, nas classes A e B, ele é de 180. Na C, 89 e, nas classes D e E, 38.

<sup>13</sup> Texto no original: “el periódico que renuncia a mostrar abiertamente su línea editorial constituye una excepción”

Ainda em um mesmo país, a cultura jornalística pode ser diferente de acordo com a região. A importância dada ao editorial no jornal pode ser exemplo disso. Enquanto alguns dos *quality papers* brasileiros posicionam o texto em página de destaque (a terceira), Alves Filho (2006), identifica o caso do jornal Diário do Povo, em Teresina, no qual alguns editoriais apresentavam a estrutura de notícias. No caso da realidade espanhola, Castilla e Gross (2009) encontraram uma variação em relação à página ocupada pelo texto enquadrado em tal gênero. Somente dois dos cinco periódicos analisados por eles mantinham o texto na terceira página.

As diferenças de posicionamento não diminuem, porém, o peso político dos editoriais, que permanecem sendo “a opinião mais autorizada que dá o periódico sobre a interpretação da notícia”<sup>14</sup> (Espinosa, 2002: 232). Ao serem o elemento de identificação ideológica de uma empresa de comunicação (Espinosa, 2002: 232), eles estão ligados diretamente à função política que esta tem na sociedade. No próximo tópico, o artigo debruça-se sobre o papel político dos editoriais, buscando-se complementar a discussão levantada até aqui.

#### **O PAPEL POLÍTICO DOS EDITORIAIS JORNALÍSTICOS**

No tópico anterior, discutiu-se uma das funções políticas dos editoriais: convocar o leitor à ação. Porém, mesmo este “chamamento” realizado pelos jornais tem um limite. Por exemplo, os editoriais não costumam problematizar as estruturas mais fundamentais do sistema político. Coutinho e Miguel (2007), em estudo sobre a Crise do Mensalão nos editoriais de periódicos brasileiros, sugerem que, por mais que a cobertura midiática possa ter contribuído para inflar o escândalo – colocando-o em pauta diariamente e apresentando os “culpados” –, não há um maior questionamento acerca das bases do sistema da política democrática.

Não houve, nem mesmo nas raras ocasiões em que foram apontadas causas estruturais para a crise, qualquer espaço para uma discussão sobre o afastamento entre as instituições representativas e o povo que é titular nominal da soberania, afastamento que não é contingente, mas que é próprio das democracias eleitorais. Muito menos para pôr em questão a relação entre a economia capitalista, marcada pela desigualdade de recursos entre os agentes privados, e a esfera política formalmente democrática, em que todos têm condições pretensamente iguais de influência (Coutinho; Miguel, 2007: 120).

Desta forma, pode-se dizer que o editorial acaba trabalhando com uma concepção naturalizada do que é política e de como as ações políticas se desenrolam. Diagnosticar a concepção naturalizada de política expressa no Jornalismo, contudo, não exige a instituição de uma ação partidária. Tal fenômeno é verificável quando as empresas expressam “ativamente – e não apenas em posições conjunturais ou disputas eleitorais – uma posição política situada. O Jornalismo é a expressão de uma parte nas disputas mesmo quando não existe alinhamento político-partidário estável ou que funcione como motor para as ‘mensagens’” (Biroli, 2012: 5). Isso significa que

<sup>14</sup> Texto no original: “Es la opinión más autorizada que da el periódico sobre la interpretación de la noticia.”

o Jornalismo reforça os limites da política na medida em que os consagra e os naturaliza, o que se dá por meio da “consolidação de uma agenda temática que é o desdobramento, e a atualização, de um modo de compreensão da política” (Biroli, 2012).

Por outro lado, pode-se questionar o quanto a própria ideia de política adotada pelo Jornalismo – e, conseqüentemente, pelos editoriais – está influenciada pela concepção que os cidadãos têm de política. Ansolabehere et al (2006: 396), por exemplo, afirmam que, ao longo dos últimos 60 anos, o foco da cobertura dos jornais americanos deixou de ser o partido político e passou a ser o candidato.

Antigamente, os jornais tendiam a fornecer explicações detalhadas para justificar suas decisões. Os jornais frequentemente endossavam um partido específico, no lugar de candidatos. Os atributos específicos de cada candidato frequentemente não eram mencionados, e o jornal poderia sugerir “Vote nos Republicanos” ou “Vote nos Democratas”. [...] Com o passar do tempo, no entanto, os endossos se ficaram mais focados em candidatos individuais. Os jornais detalhavam as razões para apoiar cada candidato. [...] Essa tendência sugere que os editoriais deslocaram o foco no partido para o foco em características pessoais do candidato, inclusive o fato de já terem algum cargo<sup>15</sup>.

Tal fenômeno pode estar ligado às próprias mudanças na política durante o Século XX, com os partidos perdendo força e as campanhas tornando-se mais personalizadas, além do aumento da oferta de informação. O Jornalismo, por mais que influa no modo de se fazer política, não define sozinho o que é entendido como tal, e tem de se adequar às expectativas da audiência.

Mesmo assim, a preferência por se posicionar em algumas disputas pode indicar quais cargos as empresas encaram como merecedores de destaque e quais são os de maior relevância. Ansolabehere *et al.* (2006) identificam uma tendência de que os jornais se comportem ativamente em disputas em que há grande oferta de informações, como campanhas para governador e senador.

Os editoriais jornalísticos também procuram cumprir um papel perante a audiência, de fiscalizar os agentes políticos e de se posicionar como um representante do leitor. O fato de apresentarem discordâncias e críticas ao governo também pode ser creditado à busca por cumprir tal função, além da tentativa de influenciar as políticas públicas. “Diferentemente do discurso noticioso, editoriais são conversas entre as elites econômicas e sociais, com o público sendo menos um destinatário que um espectador (Henry & Tator, 2002)<sup>16</sup>” (Izadi & Saghaye-Biria, 2007: 141).

O enquadramento dado a determinadas questões pode influenciar os limites do debate, além de aumentar a responsabilidade do governo perante a audiência, situação na qual o jornal pode se utilizar da pressão para alcançar os objetivos

<sup>15</sup> Texto no original: In earlier years, newspapers tended to provide detailed explanations supporting their decisions. Newspapers frequently endorsed a specific party instead of the candidates. The specific attributes of each candidate were often not mentioned, and the newspaper would suggest that their voters either “Vote Republican” or “Vote Democratic.” In these cases, they would explain why a party would better serve the nation and state. As time progressed, however, endorsements became more focused on individual candidates. Newspapers detailed their reasons for supporting each candidate they endorsed. Incumbency became an increasingly important factor in helping a candidate receive an endorsement. These trends suggest that editorial staffs have shifted from focusing on party to focusing on the personal characteristics of the candidates, especially incumbency.

<sup>16</sup> Texto no original: “Unlike news discourse, editorials are conversations among a society’s economic and power elites, with the public being less of an addressee than spectators (Henry & Tator, 2002)”.



delineados. “(..) aumentar a visibilidade de um assunto em particular também aumenta a probabilidade de que os atores políticos irão fazer algo sobre isto, de forma a serem responsivos à atenção pública”<sup>17</sup> (Cook, 2005: 127).

Em pesquisa sobre editoriais de jornais dos EUA na época da invasão ao Afeganistão, em 2001, e sua relação com o quanto os textos exprimiam as ideias do governo, Billeaudeau *et al.* (2003) ressaltam a importância de os políticos conseguirem o apoio dos jornais em editoriais, pois estes funcionam como *gatekeeper* e como definidores dos assuntos que estarão na agenda dos *media*<sup>18</sup>. No caso, os pesquisadores encontraram forte reverberação do discurso do governo nos editoriais, mas destacam que essa pode ser uma realidade particular daquela administração e da situação vivida pelo país.

Também em pesquisa sobre editoriais de jornais americanos quando da invasão ao Afeganistão, Ryan (2004: 380) identifica um endosso às posições do governo e crítica a atuação das empresas de comunicação<sup>19</sup>. “Escritores de editoriais não só falharam em desafiar as visões oficiais, também as endossaram e legitimaram<sup>20</sup>”. Os editoriais vivem, portanto, uma situação ambígua diante do governo e da sociedade. Se, por um lado, espera-se que o Jornalismo fiscalize as autoridades públicas, por outro, ele pode adotar o ponto de vista governamental por diferentes razões, comprometendo a confiabilidade do conteúdo.

Em relação à cobertura e aos personagens envolvidos, é verdade que há atores fiscalizados com mais afinco ou enquadrados de forma predominantemente negativa, mas não se pode descartar o fato de determinadas regras de funcionamento do Jornalismo também serem responsáveis por limitar a pluralidade dos enquadramentos presentes nos produtos. “O consenso correspondente nas rotinas de produção de notícias, existente entre organizações de notícias com o intuito de produzir um produto regular e previsível, influi apenas em direção a certas possibilidades políticas e se distancia de outras, que são dispensadas”<sup>21</sup> (Cook, 2005: 167).

Os temas abordados pelos editoriais também indicam o que a publicação acredita ser o assunto de maior relevância naquele dia – e um estudo dos temas discutidos pode esclarecer quais questões o jornal acredita serem as de maior destaque. “A função do editorial como intérprete autorizado da atualidade se exerce não só no enfoque concedido ao tema, mas também na própria seleção do mesmo como elemento destacado da atualidade”<sup>22</sup> (García Orosa; Lopéz García; Gallur Santorum, 2013: 487). Os autores citados argumentam que as empresas de comunicação tendem

<sup>17</sup> Texto no original: “increasing the visibility of a particular issue also enhances the odds that political actors will do something about it in a way that is responsive to public attention”

<sup>18</sup> O *corpus* da pesquisa é formado por editoriais dos jornais The New York Times e The Washington Post, publicados entre 11 de setembro e 7 de outubro de 2001. O recorte compreende o período entre os atentados às Torres Gêmeas e ao Pentágono e o início da operação militar no Afeganistão.

<sup>19</sup> O *corpus* desta pesquisa é semelhante ao daquela citada acima. Foram analisados editoriais publicados pelos 10 maiores jornais dos EUA, entre 12 de setembro e 8 de outubro de 2001.

<sup>20</sup> Texto no original: “Editorial writers not only failed to challenge official views, they endorsed and legitimized them”.

<sup>21</sup> Texto no original: “The corresponding consensus on routines of newsmaking that exist across news organizations in order to crank out a predictable regular product pushes only toward certain political possibilities and away from others that are foreclosed”

<sup>22</sup> Texto no original: “La función del editorial como intérprete autorizado de la actualidad se ejerce no sólo en el enfoque concedido al tema, sino también en la propia selección del mismo como elemento destacado de la actualidad”

a priorizar a abordagem de assuntos nos quais possam ter sua opinião levada em conta, como questões de política interna. Ao comportar-se assim, o periódico passa a exercer função de agente político, tentando usar do poder do qual dispõe para preservar seus interesses.

Ao mesmo tempo, pelo fato de a rotina jornalística estar sujeita a certos critérios que interferem na configuração do produto, nem sempre a empresa pode escolher os assuntos que vai destacar de acordo com a conveniência deles ao jornal.

Em determinados dias, no entanto, acontecimentos tais como um discurso do Rei, um atentado etc., exigirão do meio resposta à situação através de um editorial. Esta é uma condição cujo cumprimento é obrigatório, pois aquelas publicações que, sistematicamente, tratam de evitar sua responsabilidade social, dedicando seus editoriais a temas relativamente intrascendentes ou de escassa controvérsia social, para assim evitarem problemas com algum setor, acabaram sendo atacados e menosprezados por essa atitude<sup>23</sup> (Espinosa, 2002: 233-234).

Sendo assim, a empresa tem de lidar com uma situação ambígua: se pode utilizar-se do respaldo que tem perante a audiência para oferecer um ponto de vista e pressionar os agentes políticos em direção às posições que julga mais adequadas, também precisa lidar com as cobranças inerentes à prática do Jornalismo, sob pena de comprometer a credibilidade, caso as desconsiderare.

Ainda que o texto opinativo não esteja sujeito à busca pela imparcialidade e subjetividade, a concepção do que deve ter destaque na cobertura jornalística costuma ser compartilhada, especialmente em ocasiões excepcionais. Dessa forma, não só o jornal toma a decisão sobre o que é importante, mas não pode decidir sem levar em conta princípios estabelecidos pelo campo. Enquanto pode usar de seu capital social para pressionar os agentes políticos, a empresa tem de lidar com a necessidade de oferecer à audiência um produto que atenda a suas expectativas e com o de visibilizar um conteúdo relevante, exprimindo uma tensão entre os interesses privados e coletivos públicos presentes na configuração do produto jornalístico.

A partir da leitura, reflexão e crítica de um conjunto relevante de referências dedicadas a investigar o Jornalismo brasileiro, defende-se que a concepção que as empresas têm acerca dos editoriais caracteriza o próprio modo através do qual elas acreditam exercer sua função social. Mais que isso, o próprio texto é uma forma de a empresa colocar em prática a função que acredita cumprir, ao usar do poder de pressão do qual dispõe junto aos atores políticos e, ao mesmo tempo, oferecer à audiência um quadro interpretativo para compreender a realidade.

## CONCLUSÃO

A investigação que deu origem a este artigo teve o objetivo de examinar de que maneira os editoriais jornalísticos de “O Estado de S. Paulo” atuam como elementos

<sup>23</sup> Texto no original: “Determinados días, sin embargo, hechos tales como un discurso del Rey, um atentado, etc., exigirán del medio la respuesta a la situación a través de un editorial. Esta es una condición de obligado cumplimiento pues aquellas publicaciones que, sistemáticamente, traten de eludir su reponsabilidad social, dedicando sus editoriales a temas relativamente intrascendentes o de escasa controversia social, para así evitarse problemas con algún sector, acabarán por ser atacadas y menospreciadas por esa actitud”

dotados da capacidade de colaborar na construção da imagem pública da presidente Dilma Rousseff. Os resultados da pesquisa revelaram, dentre outros elementos, que a concepção que as empresas têm acerca dos editoriais caracteriza o próprio modo através do qual elas acreditam exercer sua função social.

Assim sendo, explorou-se, neste trabalho, a importância política do editorial, tanto em relação à posição que a empresa de comunicação se coloca perante a audiência, quanto para os agentes políticos. Ademais, puderam ser discutidas questões mais abrangentes sobre Jornalismo e Política e do editorial como gênero, abrindo espaço para a abordagem de um objeto que não é fartamente pesquisado no Brasil.

Ainda na década de 1980, Beltrão (1980: 53) caracterizou o leitor como um ingênuo frente aos editoriais, ao afirmar que este é “um ser perplexo diante da vertiginosa mutação da face do mundo e que busca no jornal a explicação enciclopédica ou profética, de tudo quanto de significativo e decisivo está acontecendo ao seu redor e até mesmo daquilo que vai acontecer”. As contribuições mais recentes em Teorias da Comunicação e Teorias do Jornalismo consideram antiquado acreditar que a audiência absorva passivamente o que é apresentado a ela, embora não se possa desprezar o poder de influência que as empresas de comunicação têm (Miguel, 2001). Por esse motivo, não se pode desconsiderar a importância de um agente político ou governo ter a imagem pública trabalhada nos editoriais.

Sabe-se que é através do editorial que o periódico realiza sua própria política, ao comentar e emitir juízos sobre as práticas da democracia – e acerca de outros temas, naturalmente –, e ao insistir em trazer alguns temas – em detrimento de outros – à pauta. É comum que os periódicos se coloquem, através dos editoriais, como portadores do discurso da verdade, defendendo suas posições, citando autoridades científicas e discutindo políticas públicas a partir de indicadores aceitos como confiáveis (Pinto, 2006).

Porém, o editorial também mostra a existência de uma tensão permanente nos jornais: quando a empresa admite ter suas opiniões – e, conseqüentemente, não ser um mediador desinteressado –, a isenção de sua cobertura se torna passível de questionamento. Uma vez que a empresa jornalística não é um agente desinteressado, deve-se levar em conta que, da mesma forma que ela pode se alinhar e defender as medidas governamentais que julga adequadas, ela cobra providências do poder público – que podem ou não englobar reivindicações de grande parte da sociedade.

Em um negócio que lida com o interesse público, afirmando representá-lo, tal posição é delicada, pois coloca em risco a credibilidade do periódico, uma vez que ele passe – ou aparente passar – a defender interesses privados antes dos coletivos, ferindo o contrato com o leitor. Ao funcionar de acordo com uma lógica própria, a seleção dos enquadramentos é feita de acordo com os critérios de noticiabilidade e a necessidade de acumular atenção da audiência sem elevar os custos para isso, ao invés de levar em conta as necessidades dos atores políticos ou o tipo de mensagens das quais as pessoas precisam, enquanto cidadãos (Strömbäck; Van Aelst, 2013).

Os editoriais podem dizer muito sobre a cobertura informativa da empresa de comunicação, que chega a um público mais amplo. Quais são as influências da

opinião da instituição sobre a cobertura noticiosa é algo a ser investigado com maior profundidade. No entanto, os editoriais passam por um dilema ainda maior, pois não podem se utilizar de estratégias como a objetividade para justificar os enquadramentos apresentados, obrigando o jornal a trazer para si a responsabilidade das caracterizações e das opiniões em foco, ao invés de atribuí-las a uma suposta reflexão da realidade, por exemplo.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuquerque, A. (2000). Um outro quarto poder: jornalismo e responsabilidade política no Brasil. *Contracampo*, 4: 23-57.
- Albuquerque, A. & Pinto, P. (2009). *O inferno são os outros: Mídia, Clientelismo e Corrupção*. Disponível em [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_2009.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_2009.pdf). Acesso em 16.12.2013.
- Alves Filho, F. (2006). A autoria institucional nos editoriais de jornais. *Alfa*, 50 (1), 77-89.
- Ansolabehere, S.; Lessem, R. & Snyder, J. M. (2006). The Orientation of Newspaper Endorsements in U.S. Elections, 1940–2002. *Quarterly Journal of Political Science*, 1, 393-404.
- Armañanzas, E. & Nocí, J. D. (1996). *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*. Universidad del País Vasco.
- Azevedo, F. A. (2006). Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. *Opinião Pública*, 12 (1), 88-113.
- Barbosa, M. (2007). *História Cultural da Imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Beltrão, L. (1980). *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina.
- Benetti, M. (2007). A ironia como estratégia discursiva da revista Veja. *Líbero*, 20, 14-26.
- Billeaudeau, A. ; Domke, D.; Hutcheson, J.; Garland, P. (2003). Newspaper editorials follow lead of Bush administration. *Newspaper Research Journal*, 24 (1): 166-184.
- Biroli, F. (2012). O jornalismo como gestor de consensos: limites do conflito na política e na mídia. Disponível em [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1837.doc](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1837.doc). Acesso em 07.06.2012.
- Biroli, F. & Miguel, L. F. (2012). Orgulho e preconceito: a “objetividade” como mediadora entre o jornalismo e seu público. *Opinião Pública*, 18 (1), 22-43.
- Biroli, F. & Miguel, L. F. (2010). A produção da imparcialidade: A construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 25 (73), 59-76.
- Bucci, E. (2000). *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Castilla, E. B. & Gross, T. L. (2009). Identidad editorial en la prensa nacional española: interrelación con la agenda mediática. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12 (64), 602-611.
- Chaparro, M. C. (2012). *Jornalismo não se divide em opinião e informação*. Disponível em <http://tinyurl.com/ak362mk> . Acesso em 06.05.2012.
- Cook, T. E. (2005). *Governing with the news*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Coutinho, A. & Miguel, L. F. (2007). A crise e suas fronteiras: oito meses de mensalão nos editoriais dos jornais. *Opinião Pública*, 13, 97-123.
- Dias, A. B. (2012). O presente da memória: Usos do passado e as (re) construções de identidade da Folha de S. Paulo, entre o 'golpe de 1964' e a 'ditabranda'. 204f. Dissertação de Mestrado em Comunicação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Brasil.
- Eleutério, M. L. (2008). Imprensa a serviço do progresso. In Tania Regina de Luca; Ana Luiza Martins (Org.). *História da imprensa no Brasil* (pp. 83-102). São Paulo: Contexto.
- Espinosa, P. M. (2002) Géneros para la persuasión en prensa: los editoriales del Diario El País. *Ámbitos*, 9-10, 225-238.
- Izadi, F. & Saghaye-biria, H. (2007). A Discourse Analysis of Elite American Newspaper Editorials: The Case of Iran's Nuclear Program. *Journal of Communication Inquiry*, 31 (2), 140-165.
- García Orosa, B.; Lopéz García, B. & Gallur Santorum, S. (2013). Análisis de la adaptación a la red en los editoriales on line de cinco países europeos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, 485-501.
- Gomes, W. (2004). *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.
- Jobim, D. (1992). *Espírito do Jornalismo*. São Paulo: Edusp.
- Kaplan, R. (2012). The origins of objectivity in American Journalism. In Stuart Allan (Org). *The Routledge Companion to News and Journalism* (pp. 25-37). New York: Routledge.
- Laurenza, A. M. A. (2008). Batalhas em letra de forma: Chatô, Wainer e Lacerda. In Tania Regina de Luca; Ana Luiza Martins (Org.). *História da imprensa no Brasil* (pp. 179-205). São Paulo: Contexto
- Lira Neto, T. (2013). *Getúlio – 1930-1945: Do governo provisório à ditadura do Estado Novo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Luca, T. R.; Martins, A. M. (Org) (2008). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto
- Lustosa, I. (2004). *O nascimento da imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Martins, A. R. N. (2012). Grupos excluídos no discurso da mídia: uma análise de discurso crítica. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/delta/v21nspe/29255.pdf>. Acesso em 25.11.2012.
- Marques, F. P. J. A.; Miola, E.; Siebra, N. (2013). *Jornalismo, assessoria de imprensa e seus condicionantes organizacionais: Uma reflexão a partir das Teorias do Jornalismo*.
- Melo, J. M. (1985). *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes.
- Miguel, L. F. (2001). Meios de comunicação de massa e política no Brasil. *Diálogos Latinoamericanos*, 3, 43-70.
- Moraes, C. H. de. (2012). Parcialidade alardeada: notas sobre a importância da opinião no jornalismo. Disponível em <http://tinyurl.com/ad48hhe>. Acesso em 06.05.2012.
- Morel, M. (2008). Os primeiros passos da palavra impressa. In Tania Regina de Luca; Ana Luiza Martins (Org.). *História da imprensa no Brasil* (pp. 23-43). São Paulo: Contexto
- Pilagallo, O. (2012). *História da imprensa paulista: Jornalismo e poder de D. Pedro I a Dilma*. São Paulo: Três estrelas.

- Pinto, C. R. J. (2006). Elementos para uma análise de discurso político. *Barbarói*, 24, 87-118.
- Ryan, M. (2004). Framing the war against terrorism: US Newspaper Editorials and Military Action in Afghanistan. *Gazette*, 66 (5), 363-382.
- Schiff, F. (2011). Framing the President: The dominant ideology – A comprehensive repertoire of news frames. *Contemporânea*, 9 (1).
- Sodré, N. W. (1999). *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Strömbäck, J. & Van Aelst, P. (2013). Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization. *International Communication Gazette*, 75 (4), 341-358.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo, por que as notícias são como são*. Florianópolis: Insular.



## As lições do *Wikileaks* para o jornalismo: um estudo de caso do *Folhaleaks*

GUAÍRA ÍNDIA FLOR DA ROCHA; DAVID RENAULT & NELIA DEL BIANCO

cguaira.flor@gmail.com; davidr@unb.br; nbianco@uol.com.br  
*Universidade de Brasília*

### Resumo

Este artigo analisa os motivos que levaram o jornal de maior circulação do Brasil, a *Folha de S. Paulo*, a criar sua própria versão do *WikiLeaks*, que recebeu o nome *Folhaleaks*. Primeira resposta da mídia impressa brasileira ao novo cenário de vazamentos digitais da informação, o novo canal destina-se exclusivamente ao recebimento de informações sigilosas, de interesse público. A análise parte da premissa que as tecnologias da informação e comunicação estão modificando o processo de construção da notícia, democratizando o perfil das fontes e modernizando conceitos clássicos, como a teoria do *gatekeeping*. O método utilizado foi o estudo de caso e o *corpus* analisado é proveniente de três fontes de dados: entrevistas em profundidade, análise de conteúdo das reportagens pautadas pelo *Folhaleaks* e observação direta informal do canal. A análise realizada também identificou os principais impactos do *Folhaleaks* na pauta do jornal impresso. Trata-se de uma investigação inédita, realizada em âmbito acadêmico, que poderá servir de referência aos futuros estudos realizados sobre esse canal e sobre outras experiências similares, inspiradas no polêmico site de Julian Assange.

**Palavras-Chave:** *Wikileaks*; *Folhaleaks*; vazamentos da informação; mudanças estruturais do jornalismo

---

### INTRODUÇÃO

Nunca foi tão fácil vazar uma informação. As novas tecnologias da informação e da comunicação facilitaram a vida de quem deseja tornar pública uma informação privada. Em questões de minutos, qualquer usuário de computador consegue copiar centenas de arquivos, vídeos, fotos ou textos, salvá-los em um *pen drive* e transportá-los – de um lado para outro – sem chamar atenção. Os mais experientes podem, inclusive, enviar tudo pela internet, sem deixar rastros, via *drop-box*<sup>1</sup> ou *sites* criptografados.

Nesse cenário cada vez mais favorável aos vazamentos de informações, surgiram uma série de *sites* dedicados exclusivamente ao recebimento e divulgação de arquivos, documentos e vídeos de interesse público. Destes, o maior expoente é inquestionavelmente o *WikiLeaks*, de Julian Assange. Lançado em 04 de outubro de 2006, esse *site* independente vazou mais arquivos do que qualquer outro veículo de comunicação tradicional, transformando-se no “maior divulgador de informações governamentais não autorizadas da história do jornalismo moderno” (Beckett & Ball, 2012: 47). A organização disponibilizou ao público 391 mil documentos da guerra do Iraque; 91 mil registros militares da guerra do Afeganistão e 251.859 telegramas

---

<sup>1</sup> Serviço *online* de armazenamento e partilha de arquivos que permite ao internautas acessar os arquivos disponibilizados no *drop-box* em qualquer computador conectado à internet.

diplomáticos vinculados ao *Cablegate* – escândalo de maior repercussão desde o seu lançamento.

Inspirada pelo *WikiLeaks*, a *Folha de S.Paulo* lançou, em 18 de setembro de 2011, o *Folhaleaks* – ferramenta que permite ao leitor “enviar sugestões, informações e documentos inéditos capazes de gerar reportagens investigativas elaboradas pela equipe do jornal” (Folha, 2011: A-12). O novo canal foi bastante divulgado pelo jornal e recebeu 700 denúncias apenas nos seis primeiros dias de funcionamento – um forte indício do desejo do leitor de participar mais da pauta do periódico.

Nas próximas páginas, apresentaremos os motivos que levaram a *Folha de S.Paulo* a tentar recriar a experiência do *Wikileaks* em sua redação e quais os impactos desse novo canal de comunicação na pauta da versão impressa do jornal. Os dados apresentados são um resumo do primeiro estudo de caso realizado em âmbito acadêmico, no Brasil, sobre o *Folhaleaks*, intitulado “O Jornalismo em tempos de *Wikileaks*: uma análise da *Folha de S.Paulo* e do *Folhaleaks*”. A pesquisa em questão foi realizada nos anos de 2012 e 2013, na Universidade de Brasília (UnB), a partir da análise qualitativa de três fontes de evidência:

1. compilação de reportagens impressas e eletrônicas sobre o *Folhaleaks*;
2. entrevistas em profundidade, realizadas com quatro jornalistas da *Folha de S.Paulo* envolvidos no projeto em questão;
3. observação direta informal<sup>2</sup> do funcionamento do sistema do *Folhaleaks*, realizada em dois momentos: pela internet, a fim de verificar o funcionamento do canal para o leitor, e também na sede da redação da *Folha de S.Paulo*, em São Paulo.

Mas antes de apresentar os resultados alcançados, é necessário contextualizar o *Folhaleaks* dentro do atual cenário de mudanças estruturais enfrentadas pelo jornalismo.

### MUDANÇAS ESTRURAIAS DO JORNALISMO

As novas tecnologias da informação transformaram as vidas das pessoas e modificaram, em pouco mais de trinta anos, o funcionamento de toda a sociedade. Para teóricos como Castells (1999) e Thompson (2011), atravessamos uma nova “revolução tecnológica”, caracterizada “por sua penetração em todos os domínios da atividade humana, não como fonte exógena de impacto, mas como o tecido em que essa atividade é exercida” (Castells, 1999: 68).

Neste novo paradigma, a informação é matéria-prima central da produção de riquezas, inovações, emprego, renda e conhecimento. Vivemos em uma sociedade da informação e somos testemunhas de uma nova revolução tecnológica tão importante quanto a invenção da roda, do papel ou da máquina a vapor. A diferença é que,

<sup>2</sup> Segundo Robert K. Yin, existem dois tipos de observação direta: a formal e a informal. Ambas consistem na observação in loco do objeto de estudo da pesquisa. A primeira prevê um protocolo estruturado de observação e obtém melhores resultados quando realizadas por mais de um observador. Já a observação direta informal, utilizada nesta pesquisa, não exige protocolo e pode ser feita durante as entrevistas ou visita de campo (Yin, 2009: 136).

nesse novo cenário, as tecnologias existem para agir sobre a informação. Antes, a informação existia para agir sobre a tecnologia (Castells, 1999).

Especificamente em relação ao jornalismo, as novas tecnologias da informação (NTICs) transformaram o processo de construção da notícia (Traquina, 2005; Castells, 1999; Hirst, 2011), modificaram a estrutura organizacional e financeira dos jornais impressos (Pereira; Adghirni, 2011), alteraram a função do jornalista enquanto *gatekeeper* (Aroso, 2003. Hirst, 2011), empoderaram o leitor de uma maneira nunca antes vista (Hirst, 2011) e diversificaram os espaços disponíveis à circulação da informação. O conjunto dessas mudanças abalou a supremacia dos veículos tradicionais de comunicação que, até então, tinham o poder de definir o que era ou não notícia (Castells, 1999. Sant'Anna, 2009).

As NTICs também modificaram significativamente o processo de vazamentos da informação<sup>3</sup>. Autores como Brevini, Hintz e McCurdy (2013) defendem que a popularização da internet é um divisor de águas na história dos vazamentos, que agora podem ser classificados como “analógicos” – realizados sem o uso de novas tecnologias – ou “digitais”, feitos por meio da internet.

#### VAZAMENTOS ANALÓGICOS X VAZAMENTOS DIGITAIS

Para melhor tangibilizar o processo de transição dos vazamentos analógicos para os digitais, Brevini, Hintz e McCurdy (2013) compararam dois casos emblemáticos de divulgação de documentos secretos: o vazamentos dos *Papeis do Pentágono* (1971) e o *Cablegate* (2010).

Os *Papeis do Pentágono* são um compêndio de 27 volumes de documentos secretos sobre a Guerra do Vietnã (1955-1975), que ajudaram a aumentar a pressão pública pelo fim do conflito. O material foi repassado à imprensa por Daniel Ellsberg, funcionário de alto escalão do Pentágono, que passou um ano tirando cópias dos documentos. Ele repassou os arquivos ao jornalista Neil Sheehan, do *New York Times*, de quem era fonte desde 1968.

As reportagens sobre os Papeis do Pentágono começaram a ser divulgadas em 13 de julho de 1971 e logo atraíram a atenção da opinião pública. Incomodado, o governo norte-americano entrou com uma ação na Justiça e, dois dias depois, o *New York Times* recebeu uma ordem para cessar as publicações. A tentativa de “censura” deu fôlego à divulgação e levou Ellsberg a enviar cópias dos documentos a jornais de diversos estados, como o *Washington Post*, o *Boston Globe*, o *Chicago Sun-Times* e o *L.A Times*. A estratégia era manter os arquivos na mídia, chamando a atenção da opinião pública para: (a) as omissões de informação do governo Nixon sobre a Guerra do Vietnã; (b) a tentativa do governo de proibir a divulgação dos

<sup>3</sup> Neste artigo, trabalhamos com o conceito de vazamento da informação do sociólogo John B. Thompson. Segundo o autor, “um vazamento é uma revelação intencional de informação por alguém de dentro que decide tornar público algo que sabe reservado (...) Ele ou ela sabe que sua ação vai causar problemas para outros, e sabe também que, se for identificado(a) como fonte do vazamento, sérias sanções lhes seriam impostas. Mas os riscos são aceitos como parte do preço a pagar para tornar público algo que, na sua opinião, deveria ser de domínio público (Thompson, 2011: 188).

mesmos na imprensa, ferindo a primeira emenda da Constituição norte-americana que garante à imprensa e aos cidadãos do país o direito à liberdade de expressão, dentre outras garantias.

O vazamento dos Papeis do Pentágono ajudou a intensificar os protestos contra o conflito, que acabou oficialmente em 1975. Durante 39 anos – até o *WikiLeaks* disponibilizar os mais de 250 mil telegramas diplomáticos do *Cablegate* –, a divulgação dos *Papéis do Pentágono* foi considerado o maior vazamento de documentos secretos da história dos Estados Unidos. Por ter sido realizado sem o uso das NTICs, considera-se que ele seja uma “vazamento analógico da informação”.

O segundo caso apresentado por Brevini, Hintz e McCurdy (2013) é o *Cablegate*<sup>4</sup> – nome dado pelo *WikiLeaks* a um dos maiores vazamentos de informações confidenciais da história dos Estados Unidos, divulgado ao público a partir de novembro de 2010. Ao todo, foram publicados 251.287 telegramas diplomáticos confidenciais trocados pelo Departamento de Estado norte-americano com embaixadas de 274 países. Segundo o próprio *WikiLeaks* divulgou, “esse material deu às pessoas ao redor do mundo uma visão sem precedentes de como o governo dos Estados Unidos conduz sua política externa”<sup>5</sup>.

Por ter sido viabilizado pelas NTICs, o *Cablegate* é considerado um vazamento digital da informação, com características distintas do modelo anterior. A começar pelo fato de a internet ter democratizado o perfil das fontes que vazam informação (Hirst, 2011). Se na década de 1970 somente fontes do primeiro escalão tinham acesso a arquivos confidenciais, hoje elas estão disponíveis a qualquer pessoa com acesso ao computador. Caso do soldado Bradley Manning, fonte dos principais vazamentos de informação do *WikiLeaks* – incluindo os documentos relacionados às guerras do Afeganistão e do Iraque, o vídeo “*Collateral Murder*”, além dos telegramas diplomáticos do *Cablegate*.

Condenado em 2013 a 35 anos de prisão por crimes de espionagem, furto e violação da legislação militar, Manning conseguiu os arquivos em um computador da base onde estava lotado. Primeiramente, ele tentou repassar os dados obtidos ao *New York Times* e ao *Washington Post*, mas foi ignorado. Decepcionado com a imprensa tradicional, ele decidiu buscar uma mídia alternativa: o *Wikileaks*, de Julian Assange, que até aquele momento não tinha realizado nenhum grande vazamento.

Ao comparar as características dos vazamentos digitais com os analógicos apresentadas por Brevini, Hintz e McCurdy (2013), conseguimos identificar quatro categorias comuns a ambos os modelos: (1) descrição do perfil da fonte do vazamento; (2) técnica utilizada pela fonte para copiar os documentos que iria vaziar; (3) maneira como a pauta era negociada com o veículo de comunicação; (4) o impacto do vazamento na imprensa. A partir dessa categorização, elaboramos a seguinte tabela comparativa:

<sup>4</sup> A expressão “*Cablegate*” é uma união da palavra “*cable*” (telegrama) ao sufixo “*gate*” – referência ao escândalo de Watergate que, segundo Thompson (2002), já ganhou “status paradigmático”. A simples utilização dessa terminação remete o leitor imediatamente a existência de um escândalo político.

<sup>5</sup> Informações disponíveis em: <http://wikileaks.org/cablegate.html>. Acesso em 27.12. 2013.

Características	Vazamentos Digitais	Vazamentos Analógicos
Fonte	Perfil democrático. Qualquer pessoa pode ter acesso a uma informação privada/confidencial de interesse público;	Perfil elitizado. Como poucas pessoas têm acesso a informações privadas/confidenciais de interesse público, as fontes desse tipo de vazamento costumam ser pessoas com acesso ao primeiro ou segundo escalões de poder;
Técnica de cópia dos documentos/arquivos	As novas tecnologias da informação e comunicação facilitaram o processo de reprodução de arquivos e documentos, que podem ser copiados em pen drives, enviados por e-mails, gravados em CDs ou simplesmente transferidos de um computador para outro. Também ficou mais fácil produzir vídeos, gravações ou tirar fotos comprometedoras. O tempo necessário para obter essas informações também foi reduzido. Às vezes, basta sentar-se frente a um computador para, em segundos, copiar grandes arquivos.	Era quase manual, exigindo da fonte disposição para tirar fotocópias, enviar faxes ou tirar fotos (que podiam demorar dias para serem reveladas).
Negociação da pauta	Quando enviadas a sites dedicados a vazamentos de informação, é feita de maneira “mediada” ou “quase mediada” (Thompson, 2011), ou seja, utilizando-se as novas tecnologias da informação e comunicação, com a internet, os celulares ou videoconferências.	Negociada quase que exclusivamente através de interação face a face, ou seja, pessoalmente.
Amplitude da cobertura	Potencializada pelas novas tecnologias da informação, pode alcançar repercussão mundial, caso da maior parte dos vazamentos realizados pelo WikiLeaks.	Restrito a um número menor de veículos. Normalmente, é divulgado em apenas um jornal, que receberá a pauta com exclusividade, para depois repercutir no restante da imprensa.

Tabela 1 – Características dos vazamentos digitais X analógicos da informação  
Fonte: Elaboração própria

## O FOLHALEAKS

Lançado no dia 18 de setembro de 2011, o *Folhaleaks* foi criado com o objetivo de “ampliar o acesso da sociedade a informações relevantes, estreitando ainda mais a relação dos leitores com a produção de reportagens de interesse público”<sup>6</sup>. A iniciativa ganhou chamada na capa de domingo – dia nobre da circulação de qualquer jornal – e uma matéria de meia página na editoria “Poder”.

O título da reportagem de lançamento foi o seguinte: “*Folha* lança canal para que internauta sugira investigações”. Já na ocasião, o jornal se comprometia a preservar a identidade das fontes que não quisessem ser identificadas – procedimento “autorizado pela Constituição brasileira quando necessário para garantir o direito à informação”<sup>7</sup>.

Ainda segundo o veículo, as informações e documentos enviados ao *Folhaleaks* passariam por uma triagem e somente seriam publicadas as denúncias checadas e confirmadas pela equipe de repórteres do jornal. A *Folha* também se comprometia com o leitor a confirmar o recebimento das informações, por meio de um número de identificação de cada sugestão. O texto terminava com a seguinte advertência:

<sup>6</sup> Folha lança canal para que internauta sugira investigações *Folha de S.Paulo*, Folha Poder, p. A-12, 18 set. 2011.

<sup>7</sup> Ibid.

A Folha, no entanto, não se obriga a informar o andamento e a conclusão de suas avaliações, nem se publicará ou não reportagem a partir dos dados. A participação é espontânea. O jornal não remunera suas fontes de informação.<sup>8</sup>

Com o lançamento do *Folhaleaks*, a *Folha* se tornou o primeiro jornal brasileiro a abandonar uma visão meramente analógica dos vazamentos da informação. O veículo percebeu que os vazamentos do século XXI estavam ocorrendo prioritariamente na internet e decidiu se posicionar nesse ambiente, como um jornal interessado em “ouvir” o que o leitor tinha a dizer. Afinal, em tempos de vazamentos digitais, qualquer pessoa com acesso a um computador pode ter uma grande denúncia nas mãos (Brevini; Hintz; McCurdy, 2013).

A análise das diferentes fontes de evidência utilizadas comprovou que dois fatores levaram o jornal a apostar na criação desse novo canal de relacionamento com o leitor. São eles:

1. Tradição de vanguarda – historicamente, a *Folha* busca atrelar sua marca ao conceito de inovação, primando pelo pioneirismo em relação às novas tecnologias de informação e comunicação. O jornal foi o primeiro periódico brasileiro a utilizar a impressão *offset* em cores, em 1967, no Brasil. Também foi o primeiro da América Latina a informatizar sua redação, em 1987, o primeiro a ter um ombudsman, 1991, um dos primeiros a ter uma versão online, 1995, e o primeiro jornal brasileiro a reproduzir, dentro de sua redação, o modelo de vazamento de informação proposto pelo *WikiLeaks*, no ano de 2011.
2. Experiência prévia – A Folha de S. Paulo foi o primeiro jornal do Brasil e o sexto órgão de imprensa do planeta a fechar acordo de cooperação com o *WikiLeaks*. no ano de 2010, para a divulgação dos telegramas diplomáticos do *Cablegate*, já mencionados neste artigo. O veículo recebeu, com exclusividade, seis dos 1.946 telegramas relacionados ao Brasil. O material serviu de subsídio às seis reportagens publicadas pelo jornal sobre o *Cablegate* -- todas com chamada de capa – entre os dias 29 de novembro de 2010 e 07 de dezembro de 2010.

A partir dessa parceria, a *Folha* percebeu que o modelo de produção de notícias proposto pelo *WikiLeaks* era simples, eficiente e econômico. A organização de Assange conta como uma rede de colaboradores – a maioria voluntários – responsável por realizar uma triagem dos materiais recebidos, organizando-os dentro de uma lógica jornalística. Os arquivos selecionados são enviados aos veículos parceiros, que se encarregam de checar a informação, ouvir o outro lado da história, além de redigir e divulgar a(s) matéria(s).

No caso específico da divulgação do *Cablegate*, os telegramas referentes ao Brasil foram organizados por assunto pela jornalista Natália Viana. Da interior da Inglaterra, onde Julian Assange encontrava-se em prisão domiciliar, ela enviou à *Folha* seis telegramas que tratavam do assunto “terrorismo”. O jornal apurou as informações

<sup>8</sup> Ibid.



necessárias à produção das reportagens e – no dia combinado para o lançamento mundial do *Cablegate* – começou a divulgar as histórias a que teve acesso.

O que hoje parece comum, foi uma experiência inovadora para a *Folha*. Ao contrário do que acontece normalmente em vazamentos da informação e denúncias, o jornal não teve acesso à identidade da fonte primária dos documentos. Todo o processo de negociação da informação foi feita por um intermediário (o *WikiLeaks*), por meio da internet. Ou seja, o pacto de confiança que costuma conduzir o relacionamento da fonte com o jornalista foi firmado virtualmente. Era uma vivência prática da sociedade em rede, pois as novas tecnologias permitiram eliminar (ou pelo menos encurtar) o espaço e o tempo necessário à transmissão das informações entre um ponto e outro da rede, agilizando o fluxo da comunicação (Castells,1999).

De forma empírica, a *Folha* percebeu que a internet permitia construir uma nova forma de relacionamento entre a fonte e o jornalista, que prescindia de um contato mais próximo ou de qualquer tipo de interação face-a-face (Thompson, 2011). Com a vantagem de – no caso do *WikiLeaks* – as informações serem provenientes de uma fonte “tipo um”, ou seja, com histórico de confiança e conhecimento reconhecido no assunto sobre o qual está falando. De acordo com essa classificação, adotada pelo jornal, o grau de confiabilidade das fontes varia de zero a quatro. Quando mais próxima de zero, maior a probabilidade de a informação estar correta (Schmitz, 2010). Documentos, enciclopédias, vídeos e fotos, por exemplo, são consideradas fontes do “tipo zero” pelo jornal.

Sob a ótica da *Folha*, notícias escritas a partir de informações repassadas por fontes do “tipo zero” e “tipo um” teriam grandes chances de serem verdadeiras, minimizando os riscos de o jornal perder tempo e dinheiro com uma investigação que não rendesse uma boa história. Sendo assim, valeria a pena investir tanto na parceria com o *Wikileaks* quanto na criação de um canal para o recebimento de denúncias e vazamentos da informação dentro da redação do jornal.

### IMPACTOS NA PAUTA

Apesar da grande expectativa existente em torno do *Folhaleaks*, o número de matérias formalmente atribuídas ao canal foi exíguo. No período de um ano, a contar da data de lançamento do canal, foram publicadas nove reportagens que reconhecem terem sido pautadas pelo programa. Em contrapartida, o canal recebeu setecentas mensagens em apenas seis dias. Perto do segundo aniversário, esse número ultrapassava a casa dos três mil envios de informações.

Existe, portanto, um descompasso entre a grande quantidade de denúncias recebidas e o reduzido número de matérias publicadas com a rubrica do canal. Foi comprovado, ao longo do estudo de caso, que nem todas as matérias escritas a partir de mensagens enviadas ao *Folhaleaks* receberam o crédito devido.

O cruzamento dos dados extraídos da análise de conteúdo das entrevistas, somada à revisão bibliográfica, apontam para a existência de duas razões principais à publicação de matérias pautadas pelo *Folhaleaks*, sem a assinatura do canal: (1) um número não quantificado de jornalistas se recusa a dividir com o leitor-fonte a

“paternidade” das reportagens, com o objetivo de manter-se como “protagonistas” do processo de construção da notícia. É como afirma Wolf (2009: 233), apesar de as fontes [no caso o *Folhaleaks*] “serem fator determinante à qualidade da informação”, elas continuam “imprecisas na mitologia profissional, que tende, por sua vez, a enfatizar o papel ativo dos jornalistas, prejudicando a contribuição das fontes”; (2) os jornalistas não valorizam o canal e tampouco as denúncias sugeridas pelo leitor, deixando a apuração das matérias sugeridas pelo *Folhaleaks* em segundo plano. Eles não dão crédito ao canal por considerá-lo pouco relevante.

Essa resistência dos repórteres em relação ao canal é alimentada pela falta de acompanhamento e mensuração dos impactos do *Folhaleaks*. Segundo os entrevistados desta pesquisa, não existe nenhuma forma de controle do teor das mensagens enviadas ao *Folhaleaks*. Tampouco em relação à quantidade de sugestões transformadas em pauta e enviadas à redação, ao número de reportagens efetivamente publicadas ou à repercussão dessas notícias. E se o próprio jornal não investe no acompanhamento da ferramenta, é porque também não está tão interessado em fazê-lo crescer.

Ainda devido à falta de uma política consistente de monitoramento e avaliação do programa, é impossível quantificar o número exato de matérias pautadas pelo *Folhaleaks*. Temos conhecimento apenas das nove reportagens que admitem oficialmente terem sido redigidas a partir de denúncias e vazamentos enviados ao canal. Existe, no entanto, um número desconhecido de textos escritos com informações do programa, que não o reconhecem enquanto fonte.

## CONCLUSÃO

Existem dois olhares possíveis sobre a experiência do *Folhaleaks*. Os que pensarem no canal como uma réplica brasileira do *WikiLeaks*, tendem a ficar desapontados. Após dois anos de funcionamento, o canal ainda não recebeu uma grande denúncia, dessas capazes de provocar escândalos ou derrubar funcionários de altos escalões de governos. Tampouco conseguiu agendar a opinião pública ou aqueceu de forma significativa a pauta investigativa da *Folha de S. Paulo*. Mas existe um segundo olhar possível sobre o *Folhaleaks*, relacionado ao caráter inovador do canal. Mais do que um “clone”, ele é um novo e – até hoje inédito, no Brasil – canal de relacionamento entre o jornal e o leitor interessado em vazar informações ou realizar denúncias. Quando visto sob esta ótica, o *Folhaleaks* desponta como uma ferramenta de aproximação com a sociedade, capaz de ampliar o conhecimento do jornal.

A análise das nove reportagens publicadas com o selo *Folhaleaks* revela que, apesar de não contar com o apoio irrestrito da redação, o canal tem ajudado a *Folha* a identificar pautas relacionadas ao mau uso do poder político, em âmbito local (67%) e nacional (33%). As denúncias transformadas em pauta tendem a ser de média (67%) e baixa relevância (33%), afetando pessoas de todas as esferas do poder sem, no entanto, mobilizar a opinião pública.

Neste ponto da pesquisa, vale destacar: embora não adote uma política interna consistente de fortalecimento e valorização do *Folhaleaks*, a *Folha* acredita na iniciativa e quer mantê-la funcionando – fato reconhecido por 100% dos entrevistados.

O principal motivo para isso é o fato de ele trazer novas pautas e informações ao jornal, funcionando como um termômetro do que está incomodando a população. Some-se a isso, o enorme potencial do *Folhaleaks* para transformar o leitor comum em um colaborador ativo, capaz de ajudar o jornal a enxergar histórias de locais, instituições e pessoas às quais ele jamais teria acesso. Seja por estar fisicamente distante, não conhecer as fontes certas ou não possuir profissionais em quantidade suficiente para cobrir tudo o que acontece nas grandes capitais.

Um terceiro fator determinante à valorização do *Folhaleaks* pelo jornal é o fato de ele falar a língua do século XXI; a língua do mundo digital; a língua de uma nova geração que consome notícias de uma forma diferente”. Ao lançar um canal como esse, a *Folha de S.Paulo* prova – mais uma vez – estar se esforçando para entrar nesse mundo novo, mantendo-se conectada à nova sociedade em rede.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aroso, I. M. M. (2003). *A Internet e o novo papel do jornalista*. Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/roso-ines-internet-jornalista.pdf>. Acesso em 30.01.2013.
- Beckett, C. & Ball, J. (2012). *Wikileaks – news in the network era*. Cambridge: Polity Press.
- Brevini, B.; Hintz, A. & McCurdy, P. (2013). *Beyond Wikileaks – implications for the future of communications, Journalism and Society*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura*, v. 1. São Paulo: Paz e Terra.
- Hirst, M. (2011). *News 2.0: can journalism survive the internet?*. Crow Nest, Austrália: Allen&Unwin.
- Pereira, F. H. & Adghirni, Z. L. (2011). O Jornalismo em Tempos de Mudanças Estruturais. *Intexto*, 1 (24): 38-57.
- Sant’Anna, F. (2009). *Mídia das fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro*. Brasília: Senado Federal.
- Schmitz, A. A. (2011). *Fontes de notícias: ações e estratégicas das fontes no jornalismo*. Florianópolis: Combook.
- Thompson, J. B. (2011). *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.
- Thompson, J. B. (2002). *O Escândalo Político*. Petrópolis: Vozes.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo, Vol. I – Porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular.
- Wolf, M. (2009). *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Editora WMF/ Martins Fontes.
- Yin, R. K. (2009). *Estudo de caso – planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.

#### OUTRAS REFERÊNCIAS

- Folha de S.Paulo (2011). *Folha lança canal para que internauta sugira investigações*. São Paulo, 19 set. 2011. Folha Poder, p. A-12.

## A internacionalização das fontes não governamentais nos media

SÓNIA LAMY

sonialamy@gmail.com  
*Instituto Politécnico de Portalegre/CIMI*

### Resumo

Este artigo pretende refletir sobre o espaço e relevância das Organizações não Governamentais internacionais comparativamente com as ONG nacionais, como fontes de informação, na construção da atualidade. Este estudo faz parte de uma investigação mais ampla que se debruça sobre a análise das fontes não governamentais nas notícias, de imprensa escrita, Público e Agência Lusa, e audiovisual, TSF e RTP e tem por base um corpus de notícias recolhidas entre 2008 e 2011 e algumas entrevistas realizadas com profissionais da área da comunicação e jornalismo. Esta breve reflexão que caracteriza a presença de vozes não governamentais internacionais nos media, conclui que é sobretudo nas notícias sobre violação de direitos humanos que o jornalista mais contacta com ONG internacionais. E as notícias que focam os temas de pobreza e exclusão social são as organizações nacionais que são contactadas mais frequentemente como fontes de informação.

**Palavras-Chave:** Fontes de informação; jornalismo; organizações não governamentais

---

### INTRODUÇÃO

As violações de direitos humanos são o tema que mais motiva o contacto dos jornalistas com fontes não governamentais internacionais. Esta é uma das conclusões desta apresentação que se integra num estudo mais amplo sobre a análise das fontes não governamentais nas notícias, de imprensa escrita, Público e Agência Lusa, e audiovisual, TSF e RTP, que tem por base um corpus de notícias recolhidas entre 2008 e 2011.

De facto, de um total de 462 peças, verificamos que em 62 notícias sobre violação de direitos humanos o jornalista contacta com ONG internacionais. 44 destes contactos são realizados com uma ONG com sede e registo puramente internacionais, mas outras 18 têm uma representação nacional, ou seja são instituições que apesar de internacionais têm uma secção de representação em Portugal.

Por outro lado, a pobreza e a exclusão social motivam mais o contacto com ONG nacionais. Das 273 peças que analisámos, em que há um contacto com ONG nacionais, mais de 20 por cento debruçam-se sobre o tema da pobreza e exclusão social. Mas o ambiente é um dos temas mais relevantes no que diz respeito ao contato com instituições não governamentais internacionais e nacionais. No total encontramos contacto com ONG ambientais em 118 peças.

Considerando que as fontes de informação são determinantes na produção das notícias e na forma como estas refletem a atualidade, e partindo da premissa de que a notícia é uma construção social em torno de dois agentes: a fonte de informação,

com interesses na promoção e divulgação de certos factos; e o jornalista, que noticia os acontecimentos e traz à tona segredos das fontes (Santos, 2003) consideramos determinante o estudo da notícia como fruto da relação e negociação entre jornalistas e fontes, meios noticiosos, organizações das fontes e a sociedade em geral. É neste sentido que nos parece determinantemente relevante analisar os media, observando o modo como as notícias refletem as fontes não governamentais.

Assim, numa primeira fase deste artigo abordaremos a relevância dos media na construção de uma realidade da qual as ONG são parte enquanto fontes de informação.

### **AS VOZES NÃO GOVERNAMENTAIS NOS MEDIA**

Os media têm um peso significativo não só para a divulgação do trabalho desenvolvido pela ONG, mas também como recurso que muitas vezes garante o respeito pelos direitos cívicos fundamentais, nomeadamente em situações de catástrofe humanitária ou políticas. Acima de tudo, a comunidade internacional deve apoiar tanto quanto possível os media livres, democráticos, já que isso pode ser garante da credibilidade e a independência da informação. As ONG representam uma parte da sociedade civil organizada, e a sua participação nos media pode garantir a este nível o exercício da liberdade de informação e acesso a informação.

Girardet (2002) salienta a este respeito que há várias formas de informar as populações, nomeadamente as mais necessitadas. E também é importante a necessidade de uns media orientados para o serviço público, tanto local como internacional. Para servir de “cão de guarda” independente do que é basicamente uma indústria de ajuda. As iniciativas devem também decorrer de forma transparente (Girardet, 2002).

Em entrevista a Mark Thompson (2001), congressista norte-americano, a Jamie Metzler considera que “a intervenção informativa é uma forma discreta de intervenção humanitária. O âmago da intervenção humanitária é a atuação perante um país que não desiste da sua soberania, quando viola os direitos humanos dos cidadãos. Nesse caso justifica-se que a comunidade internacional seja mais agressiva, incluindo através da utilização de táticas informativas, do que noutros casos em que essa situação não se verifica. A utilização da informação de uma forma agressiva (manipuladora) é justificada pela grave violação dos direitos humanos” (Thompson, 2002: 41).

Este tipo de intervenção pró-ativa começou a ser abordada em 1997, e atualmente é um recurso utilizado pelas Nações Unidas e por algumas ONG que tentam infiltrar-se na opinião pública, através da informação cedida. A criação de estações de rádio, ou a utilização de estações de televisão, por parte das Nações Unidas (NU) ou de ONG, para tentarem “fazer passar a mensagem”, é uma das formas de intervenção humanitária utilizada aquando das intervenções destas instituições internacionais.

“Quando olhamos para situações em que a intervenção humanitária pode ser apropriada, devemos também pensar no papel que a informação tem ao sublinhar a que se dirige. Eu penso que a intervenção informativa começa na minha compreensão do que são os limites dos mecanismos de resposta aos direitos humanos existentes” (Thompson & Price, 2002: 42).

Sobre o forte papel social dos media é importante salientar a relação entre os meios de comunicação, a ação humanitária, a liberdade e a democracia, muitas vezes garantida pela participação a sociedade civil organizada no contexto mediático. Como refere Jorge Pedro Sousa (2002) é um facto que o jornalismo fornece informações e ideias ao espaço público, e se essas informações e ideias produzem efeitos nas pessoas, nas sociedades, nas civilizações e nas culturas, então importa esclarecer qual é a proveniência dessas informações e ideias, qual o processamento e enquadramento a que são sujeitas antes de chegarem ao espaço público, quais as forças que bloqueiam algumas delas ou aceleram a difusão e aumentam o impacto de outras.

As ONG tendem em ganhar influência no espaço público e isso reflete-se no panorama mediático. Ao longo dos anos as ONG, como os próprios movimentos sociais, ganharam acesso aos media (Santos, 2006: 126) muito pela especialização que estas adoptam por se aliarem a profissionais especializados em determinadas áreas. As entidades sem fins lucrativos, nacionais e internacionais marcam presença nos nossos meios de comunicação e representam uma série de valores e defesa de direitos muito próxima da sociedade civil.

Aqui tentamos perceber comparativamente como estão e são representadas as ONG internacionais e nacionais nos media, e compararemos precisamente estes dois planos – o internacional e nacional. De facto, algumas ONG internacionais têm vindo a apresentar-se mais eficientes e profissionalizadas no seu contacto com os jornalistas. E isto revela-se determinante no modo como estas aparecem nos meios de comunicação social.

Sofia Lorena, jornalista do Público, em entrevista pessoal<sup>1</sup>, refere-se a isto mesmo: “É mais fácil entrar em contacto com as ONG estrangeiras, pelo menos de acordo com a minha experiência. (...) As ONG internacionais estão altamente profissionalizadas, vão tendo uma mentalidade um pouco diferente, mas há claras diferenças entre os profissionais norte americanos, que são mais pragmáticos. Se eu precisar de uma fotografia, arranjam na hora, é imediato.” E a própria diretora de comunicação da secção da Amnistia Internacional (AI) em Portugal, Irene Rodrigues<sup>2</sup>, admite uma clara diferença de recursos humanos entre Portugal e a sede da AI, em Londres: “Aqui sou eu quem gere o departamento, a atualização do site, do *twitter* e do blog que a AI tem no site do Expresso. Sou responsável pelos contactos com as empresas de publicidade e com a imprensa. E a outra funcionária está dedicada às publicações, à revista, folhetos, portanto aquilo que tenha a ver com a produção de material impresso. Sou eu que faço a gestão de todo o tipo de campanhas, orientadas pela sede mãe em Londres. Esta aliás, uma organização muito mais complexa, com mais gente, onde muitos dos funcionários foram jornalistas”.

Cada organização define o significado para o acontecimento. Ou seja, relatam-no de acordo com as suas perspectivas pessoais e organizacionais, sempre escondendo também uma parte da informação, nomeadamente aquela que serve para

<sup>1</sup> Entrevista realizada pessoalmente, em 2012, à jornalista da editoria Internacional do jornal Público, no contexto da dissertação de doutoramento atualmente em desenvolvimento

<sup>2</sup> Entrevista realizada pessoalmente, em 2012, Diretora de Comunicação da Amnistia Internacional, no contexto da dissertação de doutoramento atualmente em desenvolvimento



manter a reputação pública. Que representatividade alcançam estas vozes não governamentais nos media nacionais? E que características tem esta relação entre os jornalistas e estas fontes de origem não governamental são os principais objetivos desta discussão.

### **A INTERNACIONALIZAÇÃO DAS FONTES NÃO GOVERNAMENTAIS NOS MEDIA NACIONAIS**

Nesta dissertação avaliamos o impacto de fontes internacionais não governamentais, nos media nacionais comparativamente às ONG nacionais. É importante compreender a origem das fontes não governamentais que o jornalismo nacional reflete e como as reflete.

De facto a maior parte das ONG que aparecem como de fontes de informação são nacionais. Os media portugueses olham sobretudo para as ONG nacionais com maior enfoque, certamente influenciados pela questão da proximidade, um dos valores notícia enunciados por vários autores (Ruge, 1965; Fontcuberta, 1993; Lage, 2002) como sendo um dos mais importantes presentes na seleção de informação produzida nos media nacionais. 276 peças recorrem a fontes não governamentais nacionais, três destas a ONG de origem nacional mas com representação internacional. Naturalmente que neste última categoria se verificam menos casos, já que o número de organizações desta natureza é também inferior.

A violação de direitos humanos motiva o contacto com fontes internacionais de carácter não governamental em 62 peças, no total, 70 por cento destes contactos são realizados com ONG apenas internacionais. Em 18 casos as ONG internacionais têm também uma representação nacional. Isto leva-nos a considerar que o tema os direitos humanos é um assunto aparentemente mais internacionalizado, ou seja, motiva muito mais um contacto com ONG internacionais do que nacionais. As ONG nacionais, por outro lado, são sobretudo fontes de informação em peças sobre pobreza e exclusão social. Em 273 peças em que há um contacto com ONG nacionais, 56 debruçam-se sobre o tema da pobreza e exclusão social, como aliás podemos verificar na tabela I.

As peças sobre igualdade de género e saúde têm, mais frequentemente, como fonte ONG nacionais. Verificámos o contacto com ONG nacionais em 27 peças sobre igualdade, e em 41 peças sobre saúde. Mas por outro lado, verificamos que quando o jornalista se debruça sobre o tema de política internacional recorre especialmente às ONG internacionais, como acontece aliás em 72 por cento dos casos.

Mas o ambiente é outro dos temas mais fortes no que diz respeito ao contato com instituições não governamentais nacionais (com mais destaque), mas também internacionais. No total encontramos contacto com ONG em 118 peças. Mais de 80 contactos com entidades não governamentais nacionais, sendo que duas destas são instituições com representação internacional, e 33 ONG internacionais. Cinco destas são instituições internacionais com representação nacional. Este é o tema mais mediático de acordo com o que apurámos, contudo são as ONG nacionais as mais contactadas enquanto fontes de informação.

TEMA DA PEÇA	Nacional	Origem nacional com representação internacional	Internacional	Internacional c representação nacional	Ambas origens	Total
Pobreza, exclusão social	56	0	8	4	0	68
Violação de direitos humanos	5	1	44	18	0	68
Igualdade	27	0	5	1	0	33
Justiça	13	0	5	1	0	19
ambiente	82	2	28	5	1	118
Catástrofes ambientais	1	0	8	0	0	9
Catástrofes humanitárias	0	0	4	0	0	4
Saúde	41	0	7	0	0	48
Cultura	3	0	0	1	0	4
Questões cívicas	15	0	0	0	0	15
Política internacional	1	0	21	7	0	29
Outros	6	0	2	2	0	10
Direitos dos Animais	7	0	3	0	0	10
Política Nacional	11	0	0	0	0	11
Crimes de guerra	0	0	6	1	0	7
Cooperação e desenvolvimento	4	0	3	0	0	7
Não se aplica	1	0	0	1	0	2
Total	273	3	144	41	1	462

Tabela I: Tema da peça e caracterização geográfica da ONG

### O TOM DAS ONG E O SEU CONTEXTO DE ATUAÇÃO

Nem sempre as ONG aparecem enquanto fonte principal da notícia. Mas em 288 casos a entidade sem fins lucrativos é procurada pelo jornalista como fonte principal de informação, sendo que em 96 casos é uma entidade internacional que assume o papel de protagonista da notícia.

	Contexto nacional	Contexto internacional	Híbrido	Total
Exposição de factos	65	36	5	106
Denúncia	30	60	1	91
Busca de Soluções	19	19	2	40
Exposição iniciativa	99	20	4	123
Apresentação de Contraditório	35	18	2	55
Protesto	13	14	2	29
Polémica	5	6	1	12
Não se aplica	4	2	0	6
Total	270	175	17	462

Tabela II: Tom que a ONG assume na notícia

Parece-nos curioso observar que a maior parte das ONG que assumem um tom de denúncia estão a atuar num contexto internacional. Já quando se trata de uma exposição de uma iniciativa esta faz parte de um contexto nacional de notícias na maior parte dos casos. Como se pode verificar na tabela II em 99 notícias em que a ONG é fonte de informação a ONG está a atuar num contexto nacional. Apenas em 20 casos em que o tom assumido pela instituição é de exposição de iniciativa está a agir num panorama internacional. Quando a entidade assume a mera exposição de factos, fá-lo sobretudo, também, num contexto nacional. Já em 74 situações em que

se verifica um tom de denúncia ou protesto a notícia tem como espaço um contexto internacional.

Aliás, como podemos observar na tabela III a maior parte das ONG internacionais, aqui identificadas como fontes de informação, assumem este mesmo tom, de denúncia. Em 48 casos é isto de acontece. Já a exposição de factos e de iniciativas parece promover mais a participação mediática no contexto das peças que buscam informação junto dos media nacionais.

Assim, parece-nos que as ONG internacionais acabam por estar mais vocacionadas para uma exposição menos consensual juntos dos media, já que de 91 casos em que a fonte assume um tom de denúncia 48 casos são protagonizados por ONG internacionais, 13 por ONG internacionais com representação nacional e apenas 30 são desenvolvidas por entidades nacionais.

	Nacional	Nacional com representação internacional	Internacional	Internacional c representação nacional	Ambas origens	Total
Exposição de factos	63	0	34	9	0	106
Denúncia	29	1	48	13	0	91
Busca de Soluções	19	2	15	4	0	40
Exposição iniciativa	101	0	14	8	0	123
Apresentação de Contraditório	36	0	14	4	1	55
Protesto	15	0	12	2	0	29
Polémica	6	0	6	1	0	12
Não se aplica	4	0	2	0	0	6

Tabela III: Tom e origem da ONG

Neste sentido, e como podemos verificar, também na terceira tabela aqui apresentada, em 65 casos em que as ONG assumem um tom de simples exposição de factos, estão a atuar num contexto nacional. E em apenas 30 dos casos de contactos foi assumido um tom de denúncia, pelas ONG que estão em atuação no território nacional. Cerca de cem contactos que verificámos no contexto nacional pretendem apenas a exposição de uma iniciativa.

Em apenas 35 contactos com ONG que atuam num contexto nacional, há um tom que se define como apresentação de contraditório. Em 65 destes contactos verifica-se a presença de declarações no sentido de ser feita uma exposição de factos.

A maior parte das peças nas quais a ONG contactada é nacional, esta assume também o papel de fonte principal da peça de informação. Em 189 casos, de 273 peças cujo contacto é feito com uma entidade nacional a fonte principal da peça é a ONG, e em 22 é a sociedade civil que assume este papel. Aqui quando nos referimos a sociedade civil referimo-nos a outros sujeitos não organizados. Em 13 e 12 casos a fontes principal da peça em que contacto com ONG nacionais, a fonte principal da notícia é governamental e o Estado, e em oito casos a fonte principal da peça é o poder local. Ou seja em 33 casos em que o jornalista entra em contacto com uma fonte não governamental, a peça tem uma instituição governamental nacional como fonte primária. Mas neste contexto importa referir, que verificamos que em 4 casos, a fonte principal da peça é um político internacional, que surge enquanto fonte

principal em 24 casos em que há também um contacto com uma ONG de origem internacional.

Apesar de verificarmos, como aliás já tínhamos referido anteriormente, que na maior parte dos casos em que o jornalista contacta com uma ONG, não há outros contactos além desse, sendo apenas identificada uma fonte nessa peça, em 62 casos em que a ONG que é fonte de informação tem origem nacional, há duas fontes de informação referidas, e quando a ONG é internacional 56 peças contactam com duas fontes. Assim verificamos que na maior parte dos casos em que a ONG tem uma origem nacional, esta é identificada como fonte principal da peça. Assim acontecem em 162 casos como podemos verificar no Tabela IV.

	Sem fontes	Uma fonte	Duas fontes	Três a cinco fontes	Mais de cinco fontes	Total
Nacional	4	163	62	38	6	273
Origem nacional com representação internacional	0	2	1	0	0	3
Internacional	2	56	56	28	2	144
Internacional e representação nacional	0	21	17	3	0	41
Ambas origens	0	0	0	1	0	1

Tabela IV: Número de fontes identificadas

No caso das ONG internacionais contactadas enquanto fontes de informação, é curioso verificar que é menos frequente a valoração desta na peça. Ou seja, há um contacto exclusivamente com instituições internacionais, em apenas 56 peças, exatamente na mesma proporção que em peças que citam duas fontes de informação, e em 28 casos entre três a cinco fontes de informação. Só em duas notícias há um contacto com mais de cinco fontes.

De facto como podemos verificar há 273 peças que têm como fonte de informação uma ONG nacional. Em 163 casos há contacto apenas com apenas uma fonte de informação. Em 62 contacta-se com duas fontes e em quase 40 há entre três a cinco fontes de informação referidas na notícia.

Como já foi referido a maior parte das ONG que estão a atuar no contexto nacional é significativo relativamente à que atuam no contexto internacional. No total há 270 peças em que as instituições não governamentais estão a agir num contexto nacional e em 74 casos destes trata-se de ONG da área do ambiente, em 51 da área da assistência humanitária. A saúde, cidadania e direitos sexuais são outras das ONG que aparecem enquanto fontes de informação em atuação no contexto nacional, em 44, 27 e 15 casos respectivamente. Ou seja, além do ambiente, estas três áreas são motivo para contacto com ONG nacionais.

As ONG relacionadas com direitos humanos são também muito relevantes neste contexto. Em 79 notícias em que é contactada uma ONG internacional de direitos humanos, esta está a atuar num contexto internacional. Isto sugere precisamente que a questão dos direitos humanos é sobretudo abordada num panorama internacional, sendo aliás neste contexto as ONG que mais motivam o contacto. As

ONG de ambiente também assumem alguma relevância, mas em menor quantidade. Em 34 casos estas aparecem como fontes de informação num contexto internacional.

	Contexto nacional	Contexto internacional	Híbrido	Total
Assistência Humanitária	51	17	2	70
Igualdade de Género	11	7	0	18
Direitos Sexuais	15	0	0	15
Discriminação Racial	6	5	0	11
Ambiente	74	34	5	113
Saúde	44	5	0	49
Cidadania	27	1	0	28
Direitos dos animais	7	5	1	13
Diplomacia Internacional Paz	1	9	0	10
Outros	5	7	0	12
Direitos Humanos	16	79	8	103
Ensino, cultura	6	1	1	8
Cooperação e desenvolvimento	4	5	0	9
Direitos da Criança	3	0	0	3

Tabela V: Caracterização da ONG e contexto em que atua

As ONG de direitos humanos são fonte de informação em 20 peças, e as ONG relacionadas com igualdade de género e direitos dos animais são contactadas em 11 peças sobre Portugal. Mas há outros países que assumem algum protagonismo. As peças que têm como origem os Estados Unidos da América e Copenhaga motivam o contacto com ONG 16 e 19 vezes respectivamente.

Outros países europeus, alguns Palop's (Angola, Guiné, Moçambique e Cabo Verde), e alguns países do Medio Oriente são também ponto de partida para um contacto relativamente frequente com fontes de informação não governamentais, mas naturalmente que Portugal é o país que surge mais vezes como palco de notícias cuja fonte de informação é uma ONG. São identificadas 56 peças com origem em países do Medio Oriente que têm como fonte de informação uma ONG. Encontrámos peças cujo país de origem da notícia identificado eram a Líbia, Síria, Afeganistão, Quirdistão, Marrocos, Egito, Iraque, Irão, Paquistão, mas o há também notícias cuja proveniência era identificada como Médio Oriente e Ásia. Muitos destes países têm vivido conflitos civis que motivam naturalmente um contacto com instituições internacionais de carácter não governamental.

### **CARACTERIZAÇÃO ESTRUTURAL DAS NOTÍCIAS**

Parece-nos importante a análise do género de peças que são realizadas tendo por base um contacto com uma ONG para que consigamos compreender o nível de aprofundamento de temas que motivam a presença de vozes não governamentais. Notamos que a maior parte das peças produzidas são publicadas no Jornal Público e difundidas pela agência Lusa e a reportagem é um género pouco frequente, surge em apenas onze por cento das peças publicadas. As ONG internacionais têm um

peso significativo enquanto fontes de informação, como já referimos. Há 53 peças com 3 a 5 parágrafos que recorrem a ONG internacionais, e 50 com mais de sete parágrafos que também o fazem. Em 20 reportagens o jornalista busca informação em ONG de origem internacional. No total as fontes não governamentais internacionais aparecem em 144 peças jornalísticas. O que nos parece significativo, como aliás podemos confirmar através da tabela VI.

	Nacional	Origem nacional com representação internacional	Internacional	Internacional com representação nacional	Ambas origens	Total
Breve	45	0	17	3	0	65
Notícia de actualidade (3 a 5 p.)	95	1	53	18	0	167
Notícia desenvolvida (mais de 7 parágrafos)	62	2	50	14	0	128
Reportagem	29	0	20	3	1	53
Entrevista	1	0	0	0	0	1
Off	1	0	1	1	0	3
Simple sem declarações	4	0	0	0	0	4
Simple com declarações	10	0	0	0	0	10
Complexa com declarações	0	0	2	0	0	2
Actualidade c/ declarações	26	0	1	1	0	28
Directo	0	0	0	1	0	1
Total	273	3	144	41	1	462

Tabela VI: Caracterização da peça e caracterização da ONG

As ONG internacionais são sobretudo fontes de informação no contexto de peças jornalísticas da imprensa escrita e da agência lusa. Na rádio e televisão estão pouco presentes, já que os *off's* e as peças simples com e sem declarações, as peças de actualidade com declarações e os directos são géneros apenas possíveis nestes dois meios de comunicação.

## CONCLUSÕES

Através deste ensaio compreendemos que hoje as ONG parecem conquistar um espaço nos media enquanto fontes de informação. As áreas de intervenção enquanto fontes de informação, contudo, variam muito de acordo com as áreas temáticas das notícias. De facto as ONG nacionais são sobretudo fontes de informação em peças sobre pobreza e exclusão social. Mas por outro lado, as fontes não governamentais internacionais são mais vezes contactadas em peças cujo tema geral são as questões de violação de direitos humanos. O ambiente, a igualdade de género e a saúde, são outros dos temas que motivam um contacto com as ONG.

Além de aprofundar informações sobre o papel que as ONG nacionais e internacionais assumem enquanto fontes, este estudo observa o tom com que as instituições se apresentam junto dos media. É interessante compreender, através deste levantamento, que as ONG internacionais aparecem nos media com uma atitude menos consensual. São as ONG estrangeiras que mais vezes aparecem nos media em notícias sobre protestos, polémicas e a denunciar algumas situações. As ONG nacionais aparecem mais no contexto de notícias que pretendem apenas expor eventos ou factos. Ou seja são essencialmente as iniciativas e campanhas que motivam um



maior contacto dos media nacionais com estas instituições. Parece haver algum esforço de consenso das instituições nacionais, contrariamente ao que acontece com as ONG internacionais.

Podemos ainda concluir que o contacto dos media com fontes não governamentais nacionais ou internacionais é muito determinado pela natureza da ONG, tema, área de atuação, mas também pela capacidade de se mobilizar e comunicar com os media. Quando há capacidade de agilizar esta aproximação com os media, há uma tendência para se criarem laços profissionais interessantes e que motivam mesmo alguma regularidade na presença das ONG nos media. Aliás este foi um dos pontos defendidos por alguns profissionais da área que acaba por se verificar no contexto do levantamento e análise das peças que realizamos.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–90.
- Girardet (2002). *Independent media and information: a key component of international humanitarian assistance*. Geneve.
- Lage, N. (2012). *Ideologia e técnica da notícia*. 4ª ed. Florianópolis: Insular.
- Fontcuberta, M. de (1999). *A Notícia*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Sousa, J. P. (s/d). *A utilização de fontes anónimas no noticiário político dos diários portugueses de referência: Um estudo exploratório*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-utilizacao-fontes-anonimas.pdf>.
- Santos, R. (2003). *Jornalistas e Fontes de Informação*. Coimbra: Cadernos Minerva.
- Santos, R. (2006). *A Fonte não quis revelar*. Porto: Campo das Letras.
- Sousa, J.P. (2007). *A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental: uma perspectiva ibérica*.
- Thompson, M. & Price, M.E. (2002). *Forging Peace - Intervention, Human Rights and the Management of Media Space*. Indiana: Indiana University Press.

## Revisão bibliográfica de artigos científicos brasileiros aponta o jornalismo de catástrofe como nova tipologia de pesquisa em Jornalismo

MÔNICA PRADO & BRUNA GOULARTE

pradoigrejamonica@gmail.com; brunagoularte@gmail.com  
Centro Universitário de Brasília (UniCEUB)

### Resumo

A primeira dimensão da pesquisa *Mudanças Climáticas: uma revisão bibliográfica da pesquisa em Jornalismo Ambiental* analisou artigos apresentados entre 1992 e 2013 em eventos científicos brasileiros de Comunicação. A revisão bibliográfica, com objetivo de conhecer o estado da arte da pesquisa em jornalismo ambiental sobre mudanças climáticas no Brasil, utilizou pesquisa documental em quatro bases de dados (Compós, ENJA, Intercom, SBPJor) e a técnica da análise de conteúdo para a análise do *corpus* da pesquisa. Como resultado da revisão bibliográfica, é possível apontar o baixo valor-notícia dado ao tema mudança do clima, em favor da atenção concentrada nas coberturas de eventos extremos. É também possível apontar o posicionamento crítico dos artigos em relação ao modo descontextualizado de como a cobertura é realizada, com predominância do factual e pouca atenção às causas e aos efeitos. Inundações e enchentes ocorridas, entre 2008 e 2011, em regiões e cidades do Brasil, ajudaram a cunhar a expressão jornalismo de catástrofe, por um lado, e por outro, a desvincular esses eventos do tema mudanças climáticas e do mundo do jornalismo ambiental.

**Palavras-Chave:** Mudanças climáticas; jornalismo de catástrofe; artigos científicos; revisão bibliográfica

---

A pesquisa *Mudanças Climáticas: uma revisão bibliográfica da pesquisa em Jornalismo Ambiental*<sup>1</sup> compreende três dimensões. A primeira, que analisa artigos apresentados em eventos científicos brasileiros de Comunicação, está concluída e é a apresentada neste artigo. Outras duas dimensões serão realizadas em 2014: dissertações de mestrado e teses de doutorado de universidades brasileiras. A primeira dimensão toma como base entidades de classe e/ou acadêmicas que promovem congressos com apresentação de *papers* na modalidade de artigos científicos. Foram selecionadas quatro entidades: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental, que promove o Congresso Brasileiro de Jornalismo Ambiental e, dentro dele, o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Ambiental (RBJA/CBJA – ENJA), e Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom)<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> A pesquisa está vinculada ao Programa de Iniciação Científica (PIC) do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB) – edital 2013 – e ao Grupo de Pesquisa Educacom do UniCEUB com registro no CNPq (<http://plsql1.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=3034609AKR1CMT>).

<sup>2</sup> SBPJor: <http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/> - Compós: <http://www.compos.org.br/> - A RBJA: <http://jornalismoambiental.org.br/a-rede> - Intercom: <http://www.portalintercom.org.br/>.

A SBPJor (Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo) existe desde novembro de 2003 e realiza encontros nacionais anuais. Os artigos científicos estão catalogados na aba Sala de Pesquisa no site institucional e é possível recuperá-los de forma integral. A Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação) existe desde junho de 1991 e realiza encontros anuais para a apresentação de trabalhos científicos. Os trabalhos estão catalogados apenas desde o ano 2000, quando foi criada a aba Biblioteca dos Anais no site da instituição. A RBJA (Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental) não possui em seu site institucional um mecanismo de busca *on line* para os trabalhos apresentados no Encontro Nacional de Pesquisa em Jornalismo Ambiental, realizado dentro do Congresso Brasileiro de Jornalismo Ambiental. Os trabalhos foram solicitados à coordenação dos Encontros, que encaminhou a coletânea dos artigos apresentados nos eventos de 2010, em Cuiabá (MT), e de 2011, no Rio de Janeiro (RJ), sendo possível, então, incorporá-los ao *corpus* da pesquisa. A Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) nasce em 1977 e realiza evento nacional anualmente. Os artigos apresentados no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação estão catalogados e se encontram reunidos na base de dados Portcom (Portal de Livre Acesso à Produção em Ciências da Comunicação)<sup>3</sup>, criado em 1981. O Portal traz cinco pastas acadêmicas para consulta *on line*. A coleta de dados para esta pesquisa foi feita na pasta Trabalhos em Eventos.

A revisão bibliográfica da pesquisa em Jornalismo Ambiental tem por objetivo conhecer o estado da arte da pesquisa em jornalismo ambiental sobre mudanças climáticas no Brasil. Buscam-se evidências que ajudem a compreender quais as práticas de produção da notícia sobre o tema e a natureza dos estudos realizados. Enfim, o que a pesquisa em jornalismo ambiental aborda e diz sobre o tema mudanças climáticas no Brasil? A pesquisa tem como corte temporal o ano de 1992, quando ocorreu a Rio-92<sup>4</sup> e se estende até 2013, ano de desenvolvimento do projeto selecionado no edital 2013 do Programa de Iniciação Científica (PIC) do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB). O corte temporal se justifica porque foi em 1992 que a Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, da Organização das Nações Unidas (ONU), foi adotada, pavimentando a base para o Protocolo de Kyoto<sup>5</sup> assinado em 1997, durante a terceira Conferência das Partes (COP 3), realizada na cidade de Kyoto, no Japão.

A metodologia utilizada para executar a pesquisa *Mudanças Climáticas: uma revisão bibliográfica da pesquisa em Jornalismo Ambiental* é a revisão bibliográfica com base em pesquisa documental em bases de dados. A revisão bibliográfica compreende tanto o sentido amplo quanto o sentido restrito apontado por Stumpf (2007: 51). O sentido amplo é o levantamento bibliográfico inerente a qualquer

<sup>3</sup> Portcom: <http://www.portcom.intercom.org.br/> e <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacao.php?option=trabalho>

<sup>4</sup> Rio-92 é como ficou conhecida a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro em 1992.

<sup>5</sup> O Protocolo de Kyoto estabeleceu metas para reduzir emissões e para créditos de carbono, vigorando até 2012, sendo o período de extensão até 2020, conhecido como segunda etapa do Kyoto.

trabalho de pesquisa científica que culmina com a apresentação de um texto sistematizado, onde é discutida a literatura, evidenciando o que pensam os autores, acrescido das considerações de autoria própria. O sentido restrito diz respeito à seleção dos documentos pertinentes para que sejam realizados fichamento e anotações para posterior utilização como parte do trabalho. A pesquisa documental serve ao pesquisador em Comunicação, pois tem como fontes acervos de publicações impressas, documentos oficiais, técnicos e pessoais. Como aponta Moreira (2007: 271-276), a pesquisa documental permite apresentar os documentos de maneira unificada e sistemática para um determinado objetivo, permitindo a contextualização de fatos, situações e momentos.

Para essa primeira dimensão – artigos científicos - foram selecionadas quatro bases de dados: Base SBPJor, Base Compós, Base ENJA, Base Intercom. A consulta às bases foi realizada a partir de palavras-chaves. Tendo em vista a variedade com que os artigos podem ter sido indexados, foi elaborado um cartão-quadro (abaixo) com as palavras-chaves Jornalismo Ambiental e Mudanças Climáticas e com palavras-chaves a elas correlatas, ou seja, de aproximação semântica com as duas ideias-núcleo da pesquisa. O objetivo foi fazer uma varredura o mais abrangente possível em cada uma das bases de dados consultadas, a fim de recolher o maior número possível de documentos.

<b>Cartão-Quadro: palavras-chaves para pesquisa em Base de Dados</b>	
Jornalismo Ambiental	Cobertura Ambiental
	Jornalismo Verde
	Jornalismo de Meio-Ambiente
	Jornalismo e Sustentabilidade
Mudanças Climáticas	Notícias Climáticas
	Alterações Climáticas (Alteração Climática)
	Aquecimento Global (Camada de Ozônio)
	Catástrofe (s) (Desastres Naturais)
	Conferência das Partes (COP de 1 a 19)
	Elevação de Temperatura do Planeta
	Eventos Climáticos Extremos (Enchente e Inundações)
	Gases de Efeito Estufa
	Mudanças ambientais (Mudança Ambiental)
	Mudança do Clima
	Redução de Emissões

Quadro 1

Da Base SBPJor foram recolhidos 3 documentos, da Base Compós 2, da Base ENJA 5 e da Base Intercom 21. Os artigos originais então foram submetidos a tratamento para pesquisa documental tendo como objetivo a constituição do *corpus* da pesquisa. O tratamento levou em conta as análises externas e internas apontadas por Ferrari (1982: 228-229) como necessárias à pesquisa documental. Na análise externa, o objetivo é comprovar a veracidade, situando o documento num contexto

mais amplo. A interna é aquela que permite ao pesquisador tomar conhecimento do conteúdo do documento, a partir de uma análise de base racional e de caráter objetivo, uma operação intelectual que busca captar as linhas do conteúdo, buscando evitar a subjetividade. Duas técnicas de trabalho são utilizadas para evitar a subjetividade: os documentos recebem tratamento de inter e intra objetividade, sendo a inter-objetividade a técnica de contrastar a análise de um mesmo documento por dois ou mais pesquisadores e a intra-objetividade a técnica de submeter o mesmo documento a duas análises pelo mesmo pesquisador com tempos diferentes, dando um intervalo entre as análises.

As análises externas e internas da pesquisa documental consolidaram o *corpus* da pesquisa em 29 documentos (Base SBPJor - 3, Base Compós - 2, Base ENJA - 5 e Base Intercom - 19). Foram descartados dois documentos recolhidos inicialmente na Base Intercom: um, porque o arquivo estava corrompido e outro porque, apesar de falar de mudança climática, seu objeto era o desenvolvimento de programas de computador para informação de desastre. Para a análise do *corpus* da pesquisa foi utilizada a técnica da análise de conteúdo quantitativa e qualitativa, tomando Bardin (2004) e Duarte (2005) como referência. A leitura de cada documento do *corpus* foi realizada separadamente pelas analistas e a extração de dados foi feita com base na ficha de tratamento de dados, especialmente construída para esta pesquisa. A ficha de tratamento contém quesitos como título e ano de publicação, palavras-chaves apontadas no resumo, objeto do estudo, natureza do estudo (estudo de caso, estudo empírico, estudo teórico, melhores práticas, relato de experiência), metodologia e técnica de pesquisa utilizadas e resultados alcançados. Nessas fichas também há campos para anotações e considerações próprias das analistas. Para cada documento do *corpus* foi elaborada uma ficha de tratamento, o que permitiu e facilitou o processamento das informações.

A leitura e a análise dos artigos apontam que a pesquisa em jornalismo ambiental sobre mudanças climáticas não aparece em grande quantidade, considerando a totalidade dos registros de cada uma das bases de dados. A título de exemplo, a Base ENJA possui 51 registros, sendo coletados cinco artigos e a Base Intercom possui 3.121 registros para Jornalismo Ambiental, na pasta Trabalhos em Eventos, sendo coletados 19 para esta pesquisa. As bases SBPJor e Compós não permitem a quantificação de registros encontrados. Quanto ao uso de palavras-chaves nos resumos dos artigos, o termo mudanças climáticas é muito pouco utilizado, aparecendo seis vezes em 29 documentos. E também aparece em menor quantidade do que o termo aquecimento global (empregado 8 vezes), confirmando o que alguns autores apontam nos artigos: os jornalistas preferem aquecimento global a mudanças climáticas pois ele é o termo que expressa maior concretude e permite uma identificação direta com o assunto – aumento de temperatura no planeta. Ressalta-se que os quatro artigos publicados em 2007, todos utilizam o termo aquecimento global como palavra-chave.

Destaca-se que a produção científica emprega a análise de conteúdo, preferencialmente, e a análise do discurso como técnicas de pesquisa. As técnicas são empregadas indiferentemente para meios impressos, televisivos ou digitais e são utilizadas para analisar a prática jornalística da cobertura. Sobre esse tópico, os artigos apresentam inundações e enchentes como tema de maior incidência, abordam a tipificação das fontes enfatizando a fonte vítima da catástrofe e criticam a cobertura dizendo que ela é apenas factual e que não considera o contexto.

Ainda que a base mais antiga consultada para esta pesquisa tenha sido criada em 1981 (Portal Portcom/Intercom), e o corte temporal desta revisão bibliográfica seja 1992, os artigos sobre mudanças climáticas apareceram somente a partir de 2004, como demonstra o Gráfico 1.



Gráfico 1

O único artigo fora do eixo de concentração (2007 – 2012) aponta que mudanças climáticas não era tema da imprensa e que o tratamento dado ao assunto era distanciado, por ser tratado como de divulgação científica. A partir de 2007, há um interesse sobre o tema mudanças climáticas, assim como interesse sobre os acontecimentos relacionados a eventos extremos ocorridos no Brasil.

De modo geral, os artigos científicos analisam a cobertura jornalística e são produzidos a partir de estudos empíricos com análise documental de revistas e jornais (meios impressos) de circulação nacional e regional, em detrimento de veículos digitais, televisivos e radiofônicos. Dos 29 documentos do *corpus* da pesquisa, 19 são de estudos empíricos, 9 de estudos teóricos e 1 de relato de experiência. Dos estudos empíricos, 14 se dedicam a meios impressos, 4 a meios televisivos e 1 a meios digitais. Os estudos teóricos abordam o Jornalismo de modo geral. O relato de experiência se baseia em profissionais do meio rádio. O estudo dedicado ao meio digital tomou por base a versão *on line* de jornais impressos de circulação nacional e regional. Os veículos impressos pesquisados são tradicionais, com larga história e consolidação de mercado, assim como o veículo televisivo. Os quatro estudos empíricos que se dedicaram a examinar telejornais, analisaram os produtos de uma mesma emissora de televisão, apesar de haver no Brasil outras três emissoras de televisão de sinal aberto, que também estão posicionadas mercadologicamente. Essas emissoras editam e veiculam telejornais de cobertura nacional, mas que, no



entanto, juntos alcançam apenas 67% da audiência da TV Globo nos seus quatro telejornais de abrangência nacional<sup>6</sup>.

A internet aparece em dois documentos dos 29 estudados como vetor de transformação para o Jornalismo e as rotinas produtivas. No relato de experiência de profissionais do meio rádio, a internet é percebida como a tecnologia que modifica a rotina produtiva em coberturas ao vivo sobre enchentes, pois permite uma cobertura instantânea via portal do veículo na web, facilitando a interação entre notícia, fontes e informação, o que culmina em ação proativa de ajuda a todos, colocando jornalismo e sociedade imbricados. No estudo empírico sobre telejornais e a cobertura de enchentes, a percepção é a de que a internet modifica como a televisão chega perto de seus telespectadores, sinalizando a tendência de humanização dos relatos e de aprofundamento da apuração, uma vez que o espectador é também um participante, ao exercer a colaboratividade que a internet permite. Além disso, o estudo aponta que a internet torna a audiência mais exigente, obrigando o telejornal a aprimorar a qualidade da informação e a manter a credibilidade como patrimônio, uma vez que na era digital o Jornalismo tende a ser o ordenador confiável dos acontecimentos do mundo, mesmo quando são abordados por outros produtores de conteúdo.

Os estudos que abordam a internet integram o conjunto de estudos empíricos e teóricos sobre enchentes, inundações e tragédias causadas pelas chuvas intensas (eventos extremos) que atingiram diversas cidades e regiões do Brasil em anos consecutivos, a partir de 2008<sup>7</sup>. Devido à quantidade de estudos dedicados à cobertura de tragédias e calamidades públicas, essa revisão bibliográfica aponta o surgimento de uma nova tipologia para os estudos do Jornalismo e da pesquisa científica na área: o Jornalismo de Catástrofe. Essa tipologia tem características peculiares e foi possível elencar algumas delas a partir da análise dos conteúdos dos artigos.

O item que aparece em todos eles é a presença do testemunho, fonte que dá o tom da história, do que está acontecendo naquele momento e que relata a experiência, a dor, o drama, a tristeza, os problemas, a morte ou a salvação, a solidariedade e a mobilização das pessoas. Outra característica apontada pelos artigos é a presença de especialistas (experts), principalmente fontes oriundas de associações profissionais, organizações não-governamentais, universidades e centros de pesquisa que ajudam a compreender o assunto, as causas e os efeitos, e a vincular os acontecimentos com a agenda nacional e internacional. A fonte - expert - funciona como aquela que provê ao jornalista o argumento para a narrativa jornalística ou como aquele que esclarece a (ir) responsabilidade do poder público. Os artigos apontam, ainda, que as fontes oficiais são desconsideradas como fontes críveis pelos jornalistas, pois se

<sup>6</sup> Em dezembro de 2013, entre segunda e sexta-feira, juntos, os telejornais da TV Globo alcançaram 56 pontos de audiência, os do SBT: 8,5, os da TV Record: 10,1 e os da TV Bandeirantes: 19. As três emissoras juntas (SBT, Record, Bandeirantes) alcançam 37,6 pontos. Dados de audiência oficiais do Ibope e fornecidos pela agência de publicidade - G3 Comunicação, por intermédio do Departamento de Mídia e da pessoa de seu diretor proprietário, o publicitário Marcelo Godoy ([www.g3.com.br](http://www.g3.com.br)).

<sup>7</sup> Em 2008: enchentes em Blumenau (SC); em 2009: enchentes no Nordeste em abril e maio, com 13 estados afetados e mais de 300 mil desabrigados; em 2010, deslizamentos em Angra dos Reis (RJ), chuvas no Rio de Janeiro, em São Paulo e em cidades do Nordeste; em 2011, foram 860 mortos, mais de 200 desaparecidos e milhares de desabrigados e desalojados nos deslizamentos ocorridos nas cidades serranas do Rio de Janeiro.

mostram dissimuladas quanto aos processos de gestão sobre os quais deveriam ter absoluto controle. Outro item que aparece nos artigos que analisaram a cobertura de catástrofes é a ausência de contextualização. Os artigos concluem que a decisão editorial é sempre pela cobertura factual e que o elemento ausente é a relação entre a ocorrência de eventos extremos (chuvas, inundações, enchentes, enxurradas, deslizamentos) e as políticas públicas (ou sua ausência) de desenvolvimento urbano quanto ao uso do solo, a ocupação irregular do território e a emissão de CO<sub>2</sub>. O enquadramento, segundo apontam os artigos, é o do drama humano, com relato de experiências de luto e desolação. A falta de contextualização, então, faria com que o público perdesse facilmente o interesse pelos temas ambientais. Outro ponto interessante e ressaltado em vários artigos é que, utilizando esse enquadramento, o Jornalismo não exerce seu papel “pedagógico” na sociedade, já que focaliza apenas a catástrofe, sem preocupar-se em ajudar a compreender os assuntos ambientais.

Dos 29 documentos do *corpus* da pesquisa, 14 deles trazem como palavra-chave o termo mudanças climáticas e/ou aquecimento global. Esses artigos apontam que o assunto, desde a divulgação do relatório do IPCC<sup>8</sup>, em 2007, recebe por parte do Jornalismo um enquadramento em tom apocalíptico e catastrófico, ainda que seja tratado editorialmente com infográficos, quadros, gráficos e boxes, elementos que ajudam a contextualizar o assunto. Os artigos sinalizam o medo como argumento das narrativas jornalísticas e que ele, ao provocar efeitos de longo prazo, pode dificultar a compreensão do tema – mudança climática/aquecimento global – levando as pessoas a uma apatia, impedindo ações e esvaziando o poder das decisões públicas cidadãs. Os artigos, ainda que de modo exploratório, apontam que o tratamento ao tema segue uma determinada linha ideológica de interpretação da realidade, na qual o consumo pode perpetuar-se e a tecnologia pode dar conta das necessidades de adaptação e mitigação que por ventura o aumento de temperatura imponha à humanidade. Foi possível perceber o discurso de alguns textos criticando a cobertura jornalística, no sentido de que ela não ajuda a refletir sobre a sociedade de consumo na qual a população está inserida, o que pode levar a população a deixar de lado seu papel transformador. Os artigos que abordam fontes jornalística para o tema - mudança climática - sinalizam que as agências internacionais são as fontes originárias para o noticiário, e os autores, então, alertam para o vazio das políticas locais e nacionais sobre o assunto nos noticiários. Apontam também que o tema aparece em diversas editoriais mostrando que, a depender do conteúdo específico, ele pode transitar entre as editoriais de política, economia, local, nacional, comportamento, tecnologia, dentre outras.

Como resultado da revisão bibliográfica de artigos apresentados, no período de 1992 a 2013, em eventos científicos brasileiros, é possível apontar o baixo valor-notícia dado ao tema mudança do clima, em favor da atenção concentrada nas coberturas de eventos extremos. Há uma fase de silêncio e de distanciamento do

<sup>8</sup> O Painel Intergovernamental sobre Mudanças do Clima (IPCC) é órgão das Nações Unidas responsável por produzir informações científicas. Em 2007, divulgou resultados que afirmam, com 90% de certeza, que os homens são os responsáveis pelo aquecimento global. O relatório é considerado um marco.

tema mudanças climáticas por parte da pesquisa em Jornalismo Ambiental entre o período 1992 a 2004 e uma fase de enquadramento apocalíptico e de fim de mundo que começa em 2007 e não foi ainda superada como apontam os artigos publicados até 2013. Também é possível apontar o posicionamento crítico dos artigos em relação ao modo descontextualizado de como a cobertura de eventos extremos é realizada, com predominância para o factual e pouca atenção às causas e aos efeitos. Inundações e enchentes ocorridas, entre 2008 e 2011, em regiões e cidades do Brasil, ajudaram a cunhar a tipologia Jornalismo de Catástrofe, por um lado, e por outro a desvincular essas ocorrências do mundo do Jornalismo Ambiental, especializado e interdisciplinar, que observa a interligação de elementos numa sociedade complexa.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bardin, L. (2004). *Análise de Conteúdo*. 3ª ed. Lisboa: Edições 70.
- Duarte, J. & Barros, A. (ed) (2005). *Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas.
- Ferrari, A. T. (1982). *Metodologia da Pesquisa Científica*. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil.
- Minayo, M. C. de S. (1994). *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. 2ª ed. Petrópolis: Vozes.
- Moreira, S. V. (2005). Análise Documental como método e como técnica. In J. Duarte (ed), *Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas.
- Souza, P. J. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Meios*. 2ª ed. Porto.
- Stumpf, I. R. C. (2005). Pesquisa Bibliográfica. In J. Duarte (ed), *Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas.

## A presença de uma Tríade Temática no jornalismo popular: um estudo de caso entre Brasil e Portugal<sup>1</sup>

RODRIGO PORTARI

rportari@yahoo.com

*Universidade Estadual de Minas Gerais*

### Resumo

O jornalismo popular tem sido considerado um fenômeno em vendas e tiragens nos últimos anos dado à quantidade de exemplares vendidos diariamente em bancas de jornais ou nas ruas. Fundamentado em notícias que valorizam o local/regional acima do nacional/global, os jornais populares do Brasil e de Portugal apresentam semelhanças que nos permitem investigar a aproximação do “modo de fazer” jornalismo entre ambos os países. Dentre essas aproximações, destaca-se a presença do que chamamos de Tríade Temática, ou seja, a repetição de temas que podem ser constatados diariamente em suas capas: o trágico, materializado especialmente no noticiário de violência e morte; o futebol, esporte considerado a paixão nacional de ambos os países; e as celebridades ou pretensas celebridades que figuram nessas publicações, muitas vezes, em poses que conotam uma relação erótico-sexual com o leitor. O presente trabalho é fruto da pesquisa de doutoramento realizada junto à Universidade Federal de Minas Gerais e pretende apontar as aproximações constatadas entre os jornais Super Notícia, sediado em Belo Horizonte e com tiragem diária média de 300 mil exemplares, e Jornal de Notícias, sediado na cidade do Porto e com tiragem aproximada de 111 mil exemplares diários. A escolha das publicações se dá pelas características semelhantes: formato tabloide, estão fora do principal polo de produção midiática, são de língua portuguesa e apresentam influências da região onde estão sediadas. Some-se a essas características o fato de que em ambas as publicações é possível constatar a presença da Tríade Temática bem como semelhanças no modo em que se aproximam de seus leitores, tendo o trágico presidindo a relação entre o leitor e os demais temas presentes na tríade. A partir das constatações levantadas durante a pesquisa é possível inferir possíveis caminhos do leitor ao tomar contato com essas notícias, bem como a reconstrução de mundo que é ofertada pelas publicações a seus leitores.

**Palavras-Chave:** Tríade temática; jornalismo popular; capas de jornal

---

O jornalismo impresso tem encontrado nos últimos anos um porto-seguro para manter sua tradição: o jornalismo popular. Com baixo custo no preço de capa, com formato de tabloide que é facilmente transportado e folheado, somados aos temas escolhidos minuciosamente para fisgar a atenção do leitor, essa ramificação do fazer jornalístico tem sido responsável por garantir a um volume cada vez mais crescente de tiragens e de público.

Esse fato é facilmente perceptível a partir da verificação dos números apresentados na tiragem dessas publicações: sempre superam a casa das centenas de milhares e, não raro, superam o número de cópias impressas diariamente dos

---

1 Artigo apresentado com auxílio concedido pelo Programa de Apoio a Evento no Exterior (AEX) da Capes

chamados jornais de “referência”, ou seja, aqueles em que normalmente assuntos como política ou economia predominam em suas capas, além de serem apresentados em um formato maior que os encontrados nos populares.

Considerados verdadeiros fenômenos de vendagem e tiragem, os jornais populares têm crescido cada vez mais a sua participação no mercado do impresso justamente por alcançarem o “gosto popular”. Nesse aspecto, verifica-se a recorrência de temas que estão presentes edição após edição em suas capas: o trágico – apresentado enquanto atos de violência e morte –; o esporte e o erotismo. Esse último simbolizado, em sua maioria, por mulheres em conotações altamente sexuais. A repetida presença desses temas nas capas dos jornais populares é chamada por nós de tríade temática<sup>1</sup> que refletem um modo de fazer típico do jornalismo popular. De todos esses temas, sobressai-se a presença do trágico, em especial pela frequência de manchetes de capa remetendo à violência e à morte, assuntos marcadamente considerados negativos por simbolizarem a degradação do humano e que, diante de sua presença, podem provocar um estado de melancolia e separação. É a partir da presença do trágico e de sua noticiabilidade que se constrói essa pesquisa. Entendido no senso comum como sinônimo de violência e morte, o trágico tem lugar cativo nas capas dos jornais populares, que utilizam esse tema como “valor notícia” de excelência e não se intimida ao provocar superexposição às mais variadas atrocidades registradas no cotidiano e que, muitas vezes, sequer ganham a atenção da mídia de referência. Ao adotar esse expediente, como o trágico passa a dialogar com o esporte e o erotismo em sua primeira página, uma vez que todos esses temas encontram-se à disposição dos olhos dos leitores, bastando que mude a direção do olhar para estar em contato com os outros temas e, não raro, há uma invasão de espaços de um tema sobre o outro? A questão nos motivou a aprofundar a atenção a fim de entender como, então, se daria a reconstrução de mundo proposta pelo jornal popular, considerando que, por se tratarem de publicações com grande circulação, esses jornais estariam apresentando a um público cada vez maior sua percepção do contexto onde tanto a publicação como leitores encontram-se inseridos.

Dessas reflexões, chegamos a outro questionamento: esse expediente notado nos jornais populares brasileiros encontraria alguma semelhança com outro país ocidental onde também se faz presente publicações de cunho popular? Motivados por essa provocação, buscamos publicações que pudessem ser observadas por suas semelhanças e encontramos, no Brasil, o jornal Super Notícia, considerado o de maior tiragem do país, e em Portugal, o Jornal de Notícias, que em 2011 aparecia como o de maior tiragem daquele país. Em comum temos o fato de ambos estarem fora dos principais polos de produção midiática de seus países, serem de língua portuguesa, em formato tabloide e se ocuparem em suas capas de manchetes que comportavam a tríade temática. Diante de tantas similaridades, elegemos a publicação portuguesa e a brasileira como objetos de estudo acerca dessa forma de fazer jornalismo. Assim, foi possível partir para questões que norteiam a pesquisa, tais como: Como o cotidiano é reconstruído para os leitores dos jornais populares na tríade temática que

se repete em suas capas? Há uma linguagem em comum dos jornais populares na forma como a morte – como parte do eixo trágico do cotidiano – é relatada? Quais são os pontos de aproximação verbais e não verbais dos jornais populares no que tange ao tratamento do trágico em suas capas?

### **O QUE NOS MOSTRA O SUPER NOTÍCIA E O JORNAL DE NOTÍCIAS?**

Se há uma palavra que permeia o vocabulário de leitores de jornais populares é o termo “trágico”. É comum, no dia a dia, pessoas dizerem que “aconteceu uma tragédia” ou o antigo bordão “seria cômico se não fosse trágico” para delimitar várias das situações vividas no decorrer dos dias, seja em casa ou no trabalho. Porém, dos mais variados usos que o termo possa permitir um deles caminha bem próximo à seguinte definição: o trágico enquanto sinônimo de violência e de morte.

Quando esses temas figuram na mídia normalmente são oriundos da violência urbana ou de fenômenos naturais cuja participação do homem, normalmente, se dá como vítima: ou é vitimado pela ação de outra pessoa ou por conta de ventanias, frio, calor, chuvas intensas e uma série de outros fenômenos que geram acontecimentos de morte e que são destacados no jornalismo. Podemos apontar que “trágico” normalmente vem associado a notícias voltadas para essa concepção que passam a fazer parte do cotidiano de leitores quando em contato com a notícia, seja em casa, nas ruas ou no trabalho. O jornalismo popular se encarrega de uma forma muito particular de colocar a violência e a morte no cotidiano de seus leitores, já que esses acontecimentos figuram com grande frequência em suas capas e, muitas vezes, são o destaque principal das edições. Basta estar diante da capa para ter seu olhar “sequestrado” pelas manchetes, normalmente grafadas em letras garrafais e acompanhadas de cores ou fotos para chamar ao máximo a atenção desses leitores.

Acompanhando esse “trágico” registrado nas ruas, o jornal popular ainda traz outros dois assuntos repetidamente em suas capas: o erotismo e o futebol. O primeiro é representado pela presença de celebridades ou subcelebridades na primeira página, normalmente com o uso de fotografias em poses erótico-sexuais e acompanhadas de informações factuais que “justifiquem” suas presenças, com grande predileção pelas mulheres em detrimento à figura masculina. Seja por causa de um “novo affair”, por participar de um programa televisivo ou por estrear capas de revistas masculinas, esses corpos têm lugar garantido nas primeiras páginas.

Fechando a composição do que chamamos de Tríade Temática temos a presença do esporte, em especial do futebol, considerado a grande paixão nacional e, portanto, digno de destaque diário. Assim como os corpos erotizados, atletas, mascotes, escudos e manchetes sobre o assunto tem lugar cativo na capa. Juntos, o trágico, o erotismo e o futebol acabam por fazer parte do cotidiano do leitor do jornal popular e, nessa repetição, é como se fosse possível antecipar a edição do dia seguinte já sabendo que esses temas estarão presentes logo na capa. Esse tipo de expediente é observado de forma clara nos dois jornais objetos dessa pesquisa: o brasileiro Super Notícias (SN) e o lusitano Jornal de Notícias (JN). Ambos, em seus respectivos



países, adotam procedimentos semelhantes na confecção de suas edições, o que nos permite observar em detalhes como se dá a representação dessas sociedades por meio da leitura de suas capas sem que precisemos detalhar como as figuras do trágico, do futebol e do erotismo são tratadas em cada uma dessas culturas.

A repetição da tríade temática na capa desses jornais passa a integrar de forma natural o “modo de vida” dos leitores e o contato diário com essas notícias garantem que sensações sejam despertadas pela composição da capa, seja a excitação ou a dor, dependendo do conteúdo e o contexto de recepção. A presença dos jornais no espaço urbano, seja nas bancas de revistas, com os vendedores na esquina ou mesmo nas mãos de outros leitores em um ônibus coletivo ou no local de trabalho, faz dos jornais populares importantes dispositivos de criação e (re)criação de narrativas inseridas no espaço público de seus leitores.

Por meio da articulação entre as manchetes, imagens e cores, somadas a estratégias mercadológicas de venda, os jornais se estabelecem como palco da sociedade e, nesse ponto, a repetição contínua da tríade temática permite-nos observar as publicações com uma visão mais aprofundada dos discursos e narrativas constituídas nas primeiras páginas. Considerando a capa a mais publicitária das páginas das publicações, é de se esperar que o produto ofertado atinja expectativas de um público alvo definido por sua natureza como popular. Essa delimitação se dá desde o valor cobrado por cada exemplar até à linguagem textual, fotográfica e visual. É na capa que se materializa boa parte das intencionalidades dos editores e ao propor o encontro das temáticas nesse espaço, o jornal pode provocar um misto de sensações, seja a efervescência de corpos seminus, a dor por uma morte ou a euforia pela vitória do time de futebol favorito<sup>2</sup>.

Partindo de Paul Ricoeur, onde temos várias vozes de “autores” e vários leitores “projetados” podemos inferir a existência de mundos distintos para autores e leitores, permitindo-nos delinear qual seria o mundo imaginado por essas publicações para seus leitores.

### **A TRÍADE TEMÁTICA**

Para que possamos entender como se dá a existência dos elementos do que chamamos de tríade temática, é preciso destacar quais aparatos teóricos sustentam essa proposição que utilizaremos durante a pesquisa para discutir a presença do trágico, do erotismo e do futebol nas capas dos jornais populares. Mais do que apenas estratégias mercadológicas, a existência dessa tríade se dá no âmbito comunicacional a fim de transmitir mensagens e atuar na percepção de mundo dos leitores.

Nessa perspectiva, em pesquisa voltada ao jornalismo popular desenvolvida primeiramente pelo professor Ricardo Duarte Gomes da Silva (2007), da Universidade

<sup>2</sup> Cabe aqui ressaltar que as sensações despertadas nos leitores podem ser as mais variadas possíveis: há quem possa se excitar com a notícia de uma morte violenta, da mesma forma que um torcedor pode se sentir deprimido ao ler sobre a derrota de sua equipe.

Federal de Viçosa, da qual passamos a integrar como pesquisador desde 2011, estabeleceu-se o enfoque no aspecto comunicacional da capa dessas publicações. Partindo inicialmente da análise do SN e “Meia Hora de Notícias”, do Rio de Janeiro, que apresenta características totalmente identificáveis como jornal popular, “com o objetivo de identificar os desdobramentos da questão – o como e o porquê da existência do comunicacional na capa desses jornais – nosso recorte ainda preliminar se deu pela perspectiva pragmática da comunicação” (Duarte & Portari, 2011).

Ao observarmos as publicações por meio do “como” ocorre a comunicação entre elas e seus leitores, os elementos nos levaram a uma comunicação possível ou tentativa, com recorrência nos encaixes argumentativos que nos mostraram indícios enquadrados pelas mesmas editorias, seja na tipografia, design do layout da capa ou na seleção das imagens para ilustrar suas capas. Por meio dessa verificação, chamamos a recorrências dos elementos e editorias em suas primeiras páginas de tríade temática, que consiste na repetição sucessiva de temáticas comuns às capas dos jornais populares:

Observamos o movimento recorrente das mesmas seções, dos mesmos temas, em encaixes argumentativos dentro dos módulos informacionais. Essa estrutura denota uma intenção de comunicação como tentativa de relação com o leitor, nisso a primeira página do periódico funciona como um espaço de constituição e organização da relação. As figuras, atreladas a um sentimento no campo do sensível, reforçam valores e revelam traços culturais da sociedade: as figuras femininas ao sentimento de “erotismo”; as figuras masculinas ao sentimento heroico e viril dos jogadores de futebol; as figuras do policial e dos suspeitos presos ao sentimento do risível, do sarcástico, da “justiça” (ou como disse certa vez Muniz Sodré, do “grotesco”) (Duarte & Portari, 2011: 4).

Partindo das verificações alcançadas por meio dessa primeira experiência com o jornalismo popular e a observância que os três temas constituintes da tríade temática ocultam o que John Dewey (1991) chama de “significado ideal”<sup>10</sup>, verificamos a necessidade de aprofundamento nos estudos, buscando as raízes históricas para a recorrência dos temas nas capas e, mais que isso, quais as significações culturais que a presença do trágico, esportes e erotismo podem provocar nos leitores que estão diante de suas capas em uma banca, em casa ou mesmo quando, acidentalmente, olham para a capa do jornal nas ruas durante um trajeto de transporte coletivo entre sua casa e o trabalho.

A fim de levar a questão mais a fundo e ao desenvolver a presente pesquisa, surgiu-se outro questionamento: as temáticas do jornalismo popular são recorrentes apenas no Brasil ou podemos verificar sua existência em outros continentes. Provocados por esse questionamento, optou-se o recorte pelo SN e JN pelas características já mencionadas anteriormente.

Notamos que a tríade temática se faz presente tanto na publicação brasileira como na portuguesa, como podemos observar nos seguintes resultados obtidos por meio, inicialmente, da observação empírica e, posteriormente, por meio da quantificação dos resultados. Para se chegar aos números que nos apresentam uma tríade temática composta pelas tragédias (marcadamente tomadas como noticiário policial),

esportes (com grande predominância do futebol) e do erotismo (com homens e mulheres seminus) nas capas, adotamos o seguinte recorte: “construímos” 30 dias da publicação a partir de dias alternativos. Iniciando pela edição do dia 1 de maio de 2011 (data em que o corpus da pesquisa foi definido), seguido pela edição de 2 de junho de 2011, 3 de julho de 2011, 4 de agosto de 2011 e assim, sucessivamente, entre o mês de maio de 2011 e março de 2013, até ao total de 30 edições de ambas as publicações, totalizando 60 capas a serem analisadas. Para chegar-se à tabela consideramos a frequência com que os assuntos da tríade temática se verificam nas capas<sup>11</sup>. Com esses dados em mãos chegamos aos seguintes totais apresentados no gráfico a seguir:

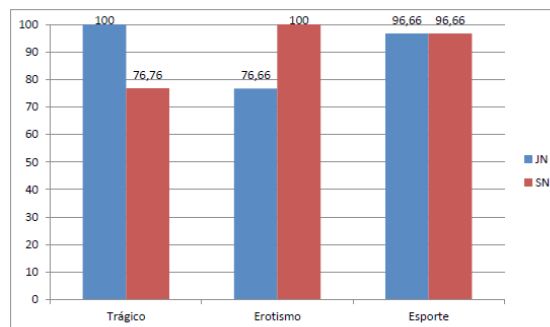


Gráfico 1 – Amostragem da presença da tríade temática nas capas do JN e SN em %

Gráfico 1

A frequência dos elementos da tríade temática nas capas dos jornais demonstra certo grau de repetição dos temas em suas capas, chamando atenção para dois dados que se revelam interessantes: no jornal de Portugal o trágico se fez presente nas 30 edições analisadas, enquanto que o SN, para nossa surpresa, demonstrou um percentual menor da presença de violência e morte em suas primeiras páginas. Da mesma forma, o erotismo se fez presente em todas as capas da publicação brasileira. A igualdade na porcentagem no que tange à presença do esporte na capa também revela comportamentos editoriais similares entre as duas publicações.

É por meio desse artifício que verificamos como a concretude do vivido social (Maffesoli, 2009) constrói-se o cotidiano dos leitores, vende-se pela primeira página o mundo em mosaico, em retalhos, onde a tríade sempre se mostra presente de forma intensa: por mais que tente se escapar dela, o simples “olhar” para a capa do exemplar já o “captura”. São a partir dessas considerações acerca da tríade temática e suas apresentações no jornalismo popular que partiremos para as análises do jornal popular. Os procedimentos metodológicos apresentados nos permitem desdobrar cada um dos conceitos de forma mais aprofundada a fim de entender como a somatória de violência e morte (materializadas como trágico), erotismo e futebol atuam no processo de produção do jornal popular e garantem a eles os títulos de líderes de venda, seja no Brasil ou em Portugal.

## O POPULAR DO BRASIL E O POPULAR DE PORTUGAL

Moisés de Lemos Martins apresenta a seguinte constatação do momento atual da modernidade: o pathos é trágico e o ethos é grotesco, invertendo a “hierarquia

de valores, rebaixa os valores tradicionais, fazendo equivaler todas as categorias – impõe o relativismo, ou seja, o ‘politeísmo de valores’ (Weber) contra o dogmatismo do dever-ser” (Martins, 2011: 226). No desenho desse quadro, o ethos é governado pelo pathos, impondo-se uma “ética da estética”. Trágico e grotesco se unem, guiam a percepção do mundo e, sendo a mídia o lugar de fala de si mesmo e reflexos da materialidade cultural da sociedade (França, 2012), é natural que também no âmbito do jornalismo impresso essas constatações se revelem ao olhar dos leitores. São a partir dessas considerações que podemos articular e tensionar os jornais populares SN e JN, considerando-se que o contexto cultural onde ambos estão inseridos carregam pontos de convergência: ocidente, língua portuguesa e países predominantemente católicos, o que pode interferir diretamente na forma como as publicações lidam com seus mortos.

Se por um lado há quem diga ter havido um afastamento da morte do cotidiano das pessoas, por outro a mídia inverte esse papel, levando os mortos diretamente para a casa dos leitores. A presença constante desse tema nas capas nos mostra isso e faz com que os leitores, diariamente, estejam em contato com ela.

Sendo o pathos o regime da atualidade, os jornais despertam sensações nos leitores. Essa é uma característica do jornalismo popular e SN e JN demonstram, dia após dia, estarem inseridos numa linguagem muito próxima no que tange à reconstrução do mundo em suas capas: a repetição da tríade temática leitor diante de um labirinto onde todo caminho o coloca diante da morte, do erotismo e do futebol.

Violência e morte são assuntos naturalmente tidos como negativos e a simples menção a um assalto ou homicídio já carrega essa condição por se opor à luta pela preservação da vida. A criação de textos culturais para tentar eternizar-se faz com que a vida seja considerada positiva acima de qualquer outra condição (Bystrina, 1995). Quando se fala em morte dificilmente se tem no assunto a “objetividade” pedida pelo realismo. A palavra desperta emoções, a “sensação” encontrada no naturalismo e, assim, e carrega consigo o status de ser notícia “quente” para o jornalismo. Carregando um “valor-notícia” primordial, a sua inserção na capa é esperada, porém, na confecção do jornal, é preciso articulá-la com elementos “vivos” e “quentes” representados pelo esporte ou pelos corpos erotizados. O contraponto à morte é dado pela representação da vitalidade total dos corpos, no desempenho esportivo ou no prazer do erotismo sugerido pelas modelos.

Adotando esta perspectiva de tensionamento as sensações no jornal são potencializadas: assuntos que provocam interesse e curiosidade e, juntos, oferecem “encantamentos frente ao desencantamento do mundo, [...] o fantástico seria acompanhado de outras formas narrativas” (Enne, 2007: 78) dentre as quais a autora destaca o melodrama e o horror.

Tradicionalmente as capas são espaços privilegiados onde se nota maior preocupação editorial em sua confecção especialmente pela função publicitária que assume de se destacar entre tantas outras publicações para despertar a atenção dos leitores. É natural que haja uma simplificação da compreensão do mundo ao se produzir essas páginas a fim de garantir uma leitura facilitada para seus receptores:

Se a mídia for priorizada enquanto aparato sócio-técnico (instância de determinação), isso nos leva a minimizar a intervenção dos interlocutores, abandonando o processo comunicativo. Desta forma, seria reduzida a apreensão da dinâmica de produção de sentidos, fechando a compreensão da extensa “prosa” do mundo que acontece paralelamente à intervenção dos meios de comunicação, marcada por eles ou à sua revelia (Antunes & Vaz, 2011: 43).

Entendemos haver uma preocupação editorial em fazer com que elementos de caráter eminentemente negativo – mortes, roubos, furtos, estupros, entre outros – não causem estranheza imediata em seus leitores, mas que, pelo contrário, os atraia. De acordo com Bystrina (1996) os textos culturais são binários, polares e assimétricos.

Para solucionar o problema da assimetria do código, o autor propõe pelo menos três estratégias: a identificação, a negação e a inversão. Se as sensações são potencializadas na junção dos elementos da tríade, teríamos então uma identificação entre os temas: no tensionamento, ambos se potencializam e o resultado se reflete no sucesso do jornalismo popular. O olhar do leitor, ao caminhar pelos diversos elementos da capa, salta de uma notícia a outra de forma que o trágico ganha contornos distintos. É o que notamos ao observar as leituras possíveis a partir da capa dos jornais, como a imagem a seguir:



Figura 1

Na perspectiva de Ricoeur (1996), Eco (2002) e Farré (2004) os textos trazem incompletudes que permitem preencher espaços vazios de sentido. Na imagem acima, as lacunas nos permitem traçar a leitura de “comemoração” pela reabertura das investigações, mas, em nível mais profundo, a vibração do jogador também assume outros papéis.

Gonzalo Abril (2007) afirma que os textos – incluindo imagens – ultrapassam seus limites semântico-simbólicos, e é o que podemos observar com a figura do jogador da equipe do F.C Sporting. Num primeiro nível de leitura temos a figura do jogador facilmente identificável pelo uniforme que veste e pela situação também apresentada pelos textos verbais. No segundo momento, identificamos o jogador como autor do gol que levou a equipe do Sporting à vitória, transformando-o em um ídolo momentâneo da torcida portuguesa dado à importância de seu feito naquela partida, assumindo um papel de euforia, efervescência para os leitores. A

terceira etapa de análise nos leva a um nível mais profundo, onde a vibração deixa de ser a do gol marcado e passa a ser a opinião do jornal (e talvez de seus leitores) pela reabertura do caso Maddie. A retomada das investigações, que apresentaram desdobramentos cerca de 40 dias depois com a notícia da possibilidade da garota ainda estar viva, seria motivo suficiente para a imprensa portuguesa comemorar, já que este caso foi, internacionalmente, uma das grandes marcas negativas da polícia judiciária de Portugal que não solucionou o misterioso desaparecimento.

A utilização do futebol como contraponto da violência e morte é uma das formas encontradas pelo jornal para cotejar os assuntos no diagrama da página. No SN, fotografias dialogam entre si e convidam o leitor a assumir que as tragédias são elementos naturais do cotidiano de seus leitores. São leituras propostas pelo jornal a serem inferidas pelos seus leitores, considerando a incompletude dos textos que permitem a produção de relações, estabelecendo conflitos e tensões acerca das mensagens propostas por meio das zonas visuais do design da capa do SN. Temos uma trajetória a percorrer com os olhos que nos permite esse estabelecimento de tensões e neutralizações diante da exposição das notícias. Esta estratégia também é verificada em outras capas do jornal, como na edição do dia 23/11/2011:



Figura 2

A repetição dos contos é evidente e salta aos olhos dos leitores. Para além da manchete principal, o trágico está presente na manchete “Preso acusado de estuprar e matar estudante”, abaixo de “Bem desinibida” e abaixo do braço da mulher. Estupro e morte carregam o trágico e o grotesco e coabitam o espaço com a excitação e efervescência da jovem que, em posição erótica, seduz o leitor. A mão ultrapassa sua manchete e encontra com a “barbárie”.

Estabelecida a tensão, a moça, o futebol e outras notícias “secundárias” e anúncios figuram ali o espaço da passagem que trazem a sensação de normalidade na vida do jornal e de seus leitores. A imagem da jovem também assume posturas para o leitor: sua própria representação (as manchetes colocam-na apenas como um objeto de conquista); a de affair do jogador Neymar; e representa a jovem indefesa, que poderia ter sido estuprada e morta. Seus braços simulam estar encostados numa



parede, e podem sugerir que ela tenta se defender, mas que é mais fraca que a tragédia que, com a sua mão esquerda, ela alcança na capa do jornal. Se o futebol não está presente em imagem ou em forma de notícia nesta ocasião, está figurado com o nome do atacante Neymar, jovem jogador da equipe do Barcelona e da Seleção Brasileira e que carrega consigo todo o status de ídolo tal como Cristiano Ronaldo em Portugal. Nessa representação, seus valores simbólicos são “emprestados” para seu affair desinibido.

Há de se destacar que os chamados Valores-Notícia podem influenciar a decisão editorial dos jornais em estampar tragédias diariamente em suas capas. Se violência e morte são valores notícia fundamentais para o jornalismo, tal como observa Nelson Traquina e também assinalam Paulo Bernardo Vaz, Elton Antunes e Bruno Leal (2011), a presença de celebridades e subcelebridades em fotografias de teor erótico também parece se estabelecer, para o jornalismo popular, como um valor-notícia fundamental de suas capas. É o encontro de Eros e Tântatos no ambiente da primeira página, da morte enquanto noticiário negativo com a eferescência e positividade estabelecida pelo erotismo e sexualidade: só se deseja o corpo, só se imagina em situações erótico-sexuais com essas mulheres quem está vivo. O erotismo se encontra com o trágico e, juntos, podem potencializar a atenção e atração do leitor por essas publicações.

Para Martins (2011) ao dar conta dos crimes, catástrofes e mortes sob os mais variados aspectos, os jornais parecem tentar eximir o humano de sua culpa, como se todos os males fossem tão apenas provocados por forças divinas. Por outro lado, a composição da tríade estabelecendo a presença quase que diária do esporte e do erotismo vem para dar aos leitores a sensação de normalidade de seus cotidianos. O jornal apresenta todos esses conteúdos em um espaço limitado à centimetragem das páginas dos tabloides como dissessem para seus leitores: vejam que, apesar das desgraças diárias, a vida continua em seu ritmo e em sua normalidade. É como se as tragédias e as mortes que tanto interessam a esse leitor não os atingissem. O indivíduo, assim, é tranquilizado “de que o fim existe, mas, midiaticizado, o leitor não está ao alcance da morte e, assim, o Outro, aquele que está lá fora, nas ruas, morre no lugar do leitor, seja num acidente de carro ou numa troca de tiros dentro de uma favela” (Portari, 2009: 49).

Nesse aspecto, uma característica marcante do SN ao produzir o encontro entre erotismo e tragédia está no fato das imagens das celebridades se destacarem e, muitas vezes, alcançarem o noticiário da morte e violência, produzindo de imediato uma relação de leitura entre os dois conteúdos, mesmo que de forma involuntária.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Se estivermos diante de um regime de crise, seja de finalidade ou de grandes narrativas o tensionamento entre esses elementos podem garantir mais atração de leitores ou ainda ofertar a possibilidade de se projetar para aqueles corpos ativos e consumíveis e absorver a morte como parte integrante de seu cotidiano.

Os caminhos de leitura das capas apresentados nesse capítulo demonstram a presença do regime do pathos por meio do trágico no âmbito do jornalismo popular ocidental. “Há quase uma linguagem em comum entre as publicações de modo que a apreensão de mundo do leitor brasileiro seja parecida com a do leitor português” (Portari, 2013). Mesmo com o grave problema econômico enfrentado pela Europa no início da década de 2010, o que força o JN a mudar seu posicionamento para dar conta da demanda de seus leitores, a morte e a violência continuam a figurar em suas capas de forma destacada, colocando seus leitores diante de um quadro onde tudo que acontece não parece ser obra dos próprios humanos, mas de forças inexplicáveis. A morte raramente é notícia por si só, com as publicações se ocupando especialmente de dar conta da forma como ela ocorreu ou materializando-a sob a insígnia do acaso: um cochilo ao volante, um acidente imprevisível, uma tragédia na rodovia.

A partir dessas constatações, vamos iniciar nosso percurso para entendermos como se dá todo o processo de construção desse noticiário e quais são as bases teóricas que regem o aparecimento do trágico, materializado na violência e morte, assim como das representações do erotismo e do futebol no âmbito do impresso. Assim, partiremos para a decodificação do uso de textos e imagens no jornal popular para que possamos nos aprofundar na tríade temática, detalhando passo a passo o que está por trás das articulações da confecção das capas desses jornais.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abril, G. (2007). *Análisis crítico de textos visuales: Mirar o que los mira*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Antunes, E. & Vaz, P. B. (2006). Mídia: um aro, um halo e um elo. In César Guimarães; Vera França (Orgs.). *Na mídia, na rua – narrativas do cotidiano* (pp. 43-60). Belo Horizonte: Autêntica.
- Bystrina, I. (1996). *Tópicos de Semiótica da cultura*. São Paulo: CISC.
- Dewey, J. (1980). *Experiência e Natureza*. São Paulo: Editora Abril Cultural
- Duarte, R. & Portari, R. (2007). O Comunicacional na Capa do Jornal Popularesco: uma Reflexão Sobre a Experiência de Leitura. *XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências de Comunicação*. Recife.
- Eco, U. (2006). *Seis passeios pelos bosques da ficção*. Lisboa: Editora Companhia das Letras.
- Maffesoli, M. (2003). *O Instante Eterno: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas*. Moema: Editora Zouk.
- Martins, M. (2011). *Crise no castelo da cultura: Das estrelas para as telas*. São Paulo: Annablume.
- Portari, R. (2013). *O trágico, o futebol e o erotismo: a presença de uma tríade temática nas capas dos jornais populares do Brasil e Portugal*. Tese de doutorado, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil.
- Ricoeur, P. (1994). *Tempo e Narrativa*. Campinas: Papirus.

## O lugar do repórter no telejornalismo reconfigurado: anotações sobre uma experiência brasileira

EVANDRO JOSÉ MEDEIROS LAIA

medeiroslaia@yahoo.com.br  
*Universidade Federal Juiz de Fora*

### Resumo

A disseminação de aparelhos técnicos que facilitam a captação e a disseminação de sons e imagens transformou cada cidadão em um jornalista em potencial. O telefone celular é um objeto de destaque neste contexto, prestando-se bem à função de acoplamento (Haraway, 2000), criando um ambiente onde não é possível distinguir o homem da máquina. Em um contexto em que o cidadão, por meio da internet, acessa a mídia massiva, a função do repórter de televisão parece estar mudando. A partir dos conceitos de rede, propomos um mapeamento deste novo lugar, numa entrada filosófica (Viveiros de Castro, 2002) que aponta para a *Simetria* (Latour, 1994) e a *Reversibilidade* (Wagner, 2010) como métodos para um trabalho antropológico-comunicacional.

**Palavras-Chave:** Telejornalismo; telefone celular; redes; antropologia

---

O conceito de *sociedade disciplinar*, de Michel Foucault, nos ajuda a entender o *modus operandi* da modernidade por meio da padronização dos comportamentos sociais, em busca da diminuição dos riscos e das incertezas, suprimindo as diferenças, numa ação empreendida pelos instrumentos criados para isso. O controle seria exercido então pelo próprio Estado e pelas suas instituições co-irmãs: a Escola, a Igreja, a Cadeia e os Hospitais (Foucault, 2000), a partir do modelo do panóptico, uma estrutura na qual, a partir de uma torre central, é possível observar o que acontece em todas as celas à volta. A marca deste modelo de organização seria o poder coercitivo, numa proposta ligada à necessidade modernista de uma *purificação* (Latour, 1994) incessante, baseada na separação fundante entre natureza e cultura, a partir do modelo filosófico aristotélico. Um observatório privilegiado de tudo isto seriam os discursos.

As coerções do discurso limitariam assim seus poderes, dominariam suas aparições aleatórias e selecionariam os sujeitos que falam (Foucault, 2000: 37), ordenado uma visão de mundo. Assim se organizam, a partir de então, as disciplinas científicas, a partir do corte epistemológico que opera por exclusão. Esta visão rompe com a lógica do saber pré-moderno, “uma mistura instável de saber racional, de noções derivadas da prática de magia e de toda uma herança cultural, cujos poderes de autoridade e redescoberta de textos antigos havia multiplicado” (Foucault, 1999: 44). É nesta lógica da exclusão que também se organizam, como discurso, outras instâncias sociais. Se para Foucault, o que define o médico é o discurso da medicina, então

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 determinadas posições 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 aos quais se dirige, os limites de seu valor de coerção (Foucault, 2000: 39).

Gilles Deleuze (1992: 215) atualiza o conceito de disciplina a partir da propagada crise da Modernidade e de suas instituições, mostrada a todo tempo com as reformas da escola, dos hospitais e até mesmo dos regimes de trabalho. O que poderia, a princípio, parecer liberdade, na verdade institui-se como nova forma de opressão. O regime disciplinar é trocado, assim, por outro tipo de exercício do poder, num contexto que ele chama de *sociedade do controle*. Nesta lógica, o poder passa a ser exercido de maneira mais sutil, porém não menos castradora.

Foucault é com frequência considerado como o pensador das sociedades da disciplina, e de sua técnica principal, o confinamento (...). Porém de fato, ele é um dos primeiros a dizer que as sociedades disciplinares são aquilo que estamos deixando para trás, o que já não somos. Estamos entrando na sociedade do controle, que funcionam não mais por confinamento, mas por controle contínuo e comunicação instantânea.

E ele dá pistas de quais seriam agora os instrumentos deste exercício a partir da definição dos tipos de máquinas que correspondem a cada uma das categorias de organização social. Nas sociedades de soberania, as máquinas simples ou dinâmicas; nas sociedades disciplinares, as máquinas energéticas; e nas sociedades de controle, um outro tipo de máquinas. “As sociedades de controle operam 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. Não é uma evolução tecnológica sem ser, mais profundamente, uma mutação do capitalismo” (Deleuze, 1992: 223).

Esta mutação põe à prova as convenções da modernidade e nos coloca a assertiva de Bruno Latour (1994), para quem “jamais fomos modernos”. A partir de um trabalho de Antropologia das Ciências, ele propõe um modelo em que as coisas aparecem em relação no mundo, em devires incessantes que ele chama de *redes*, sem a purificação clara que separa cultura de natureza. Nada é imanência, de maneira essencializada e cristalizada neste modelo que se confunde com a própria história das ciências. Latour retoma o momento em que política e ciência são separadas, constituindo domínios autônomos e mesmo antagonísticos, localizando toda e qualquer experiência científica como uma atividade possivelmente objetiva, fora dos domínios de uma ideologia, e vice-versa. Um laboratório de experiências científicas foi o lugar escolhido por ele para mostrar como a “descoberta” constituiu-se como um discurso, no qual só aparece o acerto, como se houvesse a algo encoberto pelo caos da natureza que devesse ser desvelado pela ciência, a criação humana por excelência. Este discurso só poderia sustentar-se, então, a partir da manutenção de uma divisão binária do mundo que se reflete neste contexto.

O fetichismo e o animismo, descritos pela antropologia clássica como sendo características de sociedades ditas “primitivas”, encontram paralelo no mundo ocidental, dentro dos laboratórios, na visão de Latour. Nos dois contextos a prática acaba tendo sentidos iguais, já que o cientista acredita que descobriu o que ele, de certa forma, criou, ao mesmo tempo em que, em outras sociedades, os nativos acreditam, por exemplo, que o objeto de devoção, talhado por eles mesmos, ganha vida própria. Esta incapacidade de crer na crença alheia vem desta necessidade moderna de purificação, típica do mundo ocidental. “Como poderíamos desencantar o mundo, se nossos laboratórios e fábricas criam a cada dia centenas de híbridos, ainda mais estranhos que os anteriores, para povoá-lo? (...) Nossa mitologia é exatamente a de nos imaginarmos radicalmente diferentes, antes mesmo que tenhamos procurado pequenas diferenças e grandes divisões” (Latour, 1994: 114-115). O erro dos modernos, para ele, foi terem confundido produtos com processos, olhar para os efeitos sem pensar as causas. Desta reflexão nasce o conceito de *coletivos*, nos quais natureza e cultura estão em relação, sem separação clara, num processo em rede.

Se existe uma coisa que todos fazemos da mesma forma é construir ao mesmo tempo nossos coletivos humanos e os não-humanos que os cercam. Alguns mobilizam, para construir seu coletivo, ancestrais, leões, estrelas fixas e o sangue coagulado dos sacrifícios; para construir os nossos, nós mobilizamos a genética, a zoologia, a cosmologia e a hematologia (Latour, 1994: 141).

Esta tentativa de separar claramente dois domínios diferentes é abordada também na proposta da *Antropologia Reversa*, de Roy Wagner (2010). Ele vê dois tipos de controle exercidos nas sociedades, como forma de organizar uma visão de mundo. No primeiro, no modelo ocidental, o foco da repressão está sob a natureza, como se a cultura, como criação humana, fosse o artifício criado pelo homem para dar ordem ao caos do mundo. No segundo, no modelo de outras sociedades, o foco do controle está sobre a cultura, como se a natureza garantisse que a sociedade não se perca num emaranhado de regras. Estes princípios definiriam então as formas pelas quais significados são criados através de interações com o mundo: por meio da convenção, com a criação de leis e códigos coletivos; ou por meio da diferenciação, as metáforas inventivas que inserem o sujeito num lugar mítico e exclusivo. Mas ele insiste no fato de que, independentemente da maneira como se faz o significado, ele é sempre relacional. A atenção do indivíduo pode se concentrar num modo *coletivizante*, ou num modo *diferenciante*, mas nunca passa apenas por um destes modos, sendo, a rigor, impossível definir claramente o que é a cultura, um conceito criado a partir de um ponto de vista bastante específico.

A cultura não passaria então de uma estratégia, da qual o antropólogo lança mão, como forma de entender a experiência do outro. E mais: só aparece quando ele coloca-se em confronto com o outro: seria então um tipo de precipitação, o que surge da relação, não sendo possível defini-la claramente, objetivamente, nem antes, nem depois do contato. Daí o termo *invenção*, usado no título do livro.

De fato, poderíamos dizer que um antropólogo “inventa” a cultura que ele acredita estar estudando, que a relação – por consistir em seus próprios atos

e experiências – é mais “real” do que as coisas que ela “relaciona”. No entanto, essa explicação somente se justifica se compreendemos a invenção como um processo que ocorre de forma objetiva, por meio de observação e aprendizado, e não como uma espécie de livre fantasia (Wagner, 2010: 30).

O importante é pensar que esta invenção não é exclusividade do antropólogo. O nativo também formula hipótese a partir deste encontro, e mesmo que não expresse este pensamento pelos meios acadêmicos (coisa que poderia não fazer o menor sentido no seu contexto...), também inventa o outro de alguma maneira. Este é o princípio a Antropologia Reversa, que trabalha com o outro, o nativo, como ser passível de interpretar, assim como o pesquisador. A noção ganha fôlego a partir da visão de Bruno Latour, para quem a Antropologia precisa de uma profunda transformação, já que teria sido feita, até agora, por modernos, para entender os que não o são. A Antropologia atual evita a natureza, de acordo com ele. “Ela mesma evita estudar objetos da natureza e limita a extensão de suas pesquisas apenas às culturas. Permanece assimétrica. Para que se torne comparativa e possa ir e vir entre os modernos e os não-modernos, é preciso torná-la simétrica” (Latour, 1994: 94). Latour propõe que a barreira que separa ideologia e ciência seja derrubada, desconstruindo a posição do objeto como fora do problema. Daí a proposta de uma *Antropologia Simétrica*, na qual existe a consciência de que a definição do que é científico ou não é construída, e não uma emanção. Portanto, os objetos pelos quais chegarmos às conclusões científicas também fazem parte do processo, e por vezes, cumprem papel fundamental. Ele usa o exemplo da descoberta do vácuo, por Boyle. Sem a máquina de produção do vácuo, não haveria o vácuo.

Portanto, os objetos nos fazem questionar a condição objetiva da inércia. Sem eles nem homens, nem animais produziram resultados como os que produzem. A maneira como estes híbridos são produzidos envolve uma relação real com eles: se tudo é quase-objeto, tudo é quase-sujeito também. Mas, de acordo com a Constituição moderna, os objetos continuam ocupando lugar de subalternidade, radicalmente separados do ser humano. Esta separação soa cada vez mais artificial à medida que a transição das velhas e confortáveis dominações hierárquicas deixa à mostra as novas redes que Haraway (2000: 59) chama de “informática da dominação”, quando a dominação concentra-se nas condições e na interface de fronteiras, e não mais na integralidade de um objeto ou de um sujeito essencial.

Não seria possível, então, pensar numa separação radical entre natureza e cultura, mas sim em coletivos no quais as coisas funcionam em rede. Entender isto seria a premissa para abandonarmos a visão moderna do mundo e adquirimos a capacidade de entender e ponderar sobre o que a vida nos apresenta hoje. A visão é de certa forma compartilhada com Donna Haraway, que nos apresenta um mundo no qual já não há separação entre homem e máquina, dominado por ciborgues, “um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura de realidade social e também uma criatura de ficção” (Haraway, 2000: 36), um ser já presente e espalhado por todo o mundo neste momento, levando em conta a quantidade de próteses e acoplamentos com objetos tecnológicos que realizamos todos os dias. É



deste tipo de fusão que nasce uma realidade que nos obriga a repensar o conceito de humanismo, já que o ciborgue constitui-se num tipo de repressão não-edípica, fora da lógica da sexualidade ocidental.

Com o ciborgue, a natureza e a cultura são reestruturadas: uma não pode mais ser o objeto de apropriação ou de incorporação pela outra. Em um mundo de ciborgues, as relações para se constituir totalidades a partir das respectivas partes, incluindo as da polaridade e da dominação hierárquica, são questionadas (Haraway, 2000: 41).

Com isso, de acordo com Haraway, registram-se três quebras de fronteiras cruciais: caíram as últimas fortalezas da defesa do privilégio da singularidade humana, as máquinas do nosso tempo tornaram ambígua a diferença entre o natural e o artificial e por fim, a fronteira entre o físico e o não físico é cada vez mais imprecisa. Haraway não trata o tempo todo da fusão homem-máquina. Ela usa o ciborgue como metáfora do sujeito fora da ditadura da essência, por isso mesmo, fora dos padrões de normalização. Ela diz que argumenta, assim, em favor do ciborgue como um tipo de ficção que mapeia a realidade social e corporal. Mas que funciona, ainda, como recurso imaginativo que pode sugerir alguns acoplamentos. Acoplamentos metafóricos, mas também aqueles, nos quais, de fato, homens e máquinas constituem coletivos, numa simbiose protética que dispensa qualquer holismo orgânico para imprimir a noção de totalidade, alargando a visão de humanidade para além da pele. “Não está claro quem faz e quem é feito na relação entre o humano e a máquina. Não está claro o que é mente e o que é corpo em máquinas que funcionam de acordo com práticas de codificação. (...) Não existe, em nosso conhecimento formal, nenhuma separação fundamental, ontológica, entre máquinas e organismo, entre técnico e orgânico” (Haraway, 2000: 91). A afirmativa da feminista, que escreveu o Manifesto Ciborgue no século passado, parece cada vez mais verdadeira, à medida que avançamos pelo mundo da digitalização de imagens e dos dispositivos móveis.

### **A PROLIFERAÇÃO OS HÍBRIDOS**

Apesar das tentativas incessantes de purificação, há cada vez mais híbridos, sobre os quais nada sabemos e os quais não conseguimos controlar, para usar a afirmativa de Latour, quando propõe emendas na constituição da Modernidade, com o objetivo de reabilitar a categoria dos quase-objetos, uma espécie de *trickster*, necessário, mas até agora negado, o que tem causado muitos problemas. “Estes novos não-humanos possuem propriedades miraculosas, uma vez que são ao mesmo tempo sociais e não-sociais, produtores de naturezas e construtores de sujeitos” (Latour, 1994: 110). A separação agora borrada entre sujeito e objeto é apenas uma das subversões do modelo moderno ocidental. Na imprensa, esta linha tênue está cada vez mais fraca à medida que o advento de novas tecnologias da comunicação aproximam o consumidor de informações do produtor. A informática traz a possibilidade de transformar todo tipo de informação em códigos numéricos que são recebidos e decodificados por um mesmo aparelho: o computador. Todos recebemos,

mas também produzimos material, participando da sedimentação desta informação de maneira colaborativa, num movimento em rede que aponta para a horizontalidade da informação, de maneira que subverte hierarquias. O fenômeno chamado de *Convergência Midiática* (Lemos, 2008), em suma, aponta para o fim da linha que separa emissor de receptor no processo comunicativo. André Lemos (2008: 50) divide o fenômeno em três categorias. A primeira chamada de *convergência de mídias de funções massivas* compreende ações como a criação de *websites* por empresas de comunicação, para difundir conteúdos que produzem em seus veículos de massa. A segunda, a *convergência de mídias de função pós-massiva*, engloba a reapropriação, a citação e o entrecruzamento de informações de redes sociais, blogs e outras formas de expressão na Internet.

A terceira, que nos interessa aqui, é a *convergência mista*, na qual mídias de funções massivas e pós-massivas se entrecruzam. Como exemplo, podemos trabalhar com a prática do uso de imagens feitas com dispositivos móveis, disponibilizadas posteriormente na web, e usada, em seguida, em reportagens de televisão. Um exemplo é a matéria veiculada pelo Jornal Nacional no dia 10 de janeiro de 2012<sup>1</sup>. A Polícia Militar do Estado de São Paulo entrou na reitoria da USP na tentativa de retirar estudantes que estavam acampados no local, em protesto. Durante a ação, um estudante negro foi abordado de maneira considerada agressiva e racista. Tudo foi registrado por um dos alunos, que usou um telefone celular para isso. As imagens, que mostram boa parte da ação dos militares, foram colocadas no Youtube. Eles aparecem exigindo que o estudante mostre a carteira de identificação da USP. Mas eles pedem isso somente a ele. Quando questionado, um dos policiais coloca uma das mãos sobre a sua identificação, por isso não é possível ver o nome dele.

No dia seguinte, o material foi exibido pelo Jornal Nacional. Mas ele não foi ao ar como estava no YouTube. O material foi editado, com a ajuda da narração de um repórter, que conduzia a história. Em alguns trechos, a reportagem deixa o telespectador entre ouvir o áudio original, com a fala dos envolvidos. A reportagem começa com as imagens feitas com o telefone celular. São usados 1 minuto e 14 segundos do material disponibilizado na internet, no início do videotape, que tem duração de 3 minutos e 7 segundos. A partir da passagem do repórter, o relato toma um rumo que se aproxima de uma reportagem considerada convencional no telejornalismo, no modelo consagrado nos manuais de redação: sonoras com os envolvidos no caso, com uma organização de direitos humanos e com representantes da universidade, além de imagens do campus da USP.

O exemplo é um entre muitos e chama a atenção para uso de imagens de pessoas comuns, que flagram situações como estas e postam na internet ou enviam diretamente às redações por e-mail ou via aplicativos específicos, disponibilizados pelas próprias emissoras. O fato, categoria nobre do jornalismo, passa a ser registrado não mais pelo repórter, que agora parece estar ganhando outro lugar no

<sup>1</sup> Disponível no link [www.globo.com/jornalnacional/noticia/2012/01/sp-policia-afasta-sargento-acusado-de-agredir-estudante-da-usp.html](http://www.globo.com/jornalnacional/noticia/2012/01/sp-policia-afasta-sargento-acusado-de-agredir-estudante-da-usp.html)

processo de produção da notícia. O processo vem acontecendo de tal maneira, que há organizações que já fazem frente aos grandes conglomerados de comunicação, obrigando-os a repensar os direcionamentos, a cobertura e a lógica da apuração. Um exemplo é a Rede N.I.N.J.A., sigla para Narrativas Independentes Jornalismo e ação, grupo responsável pela POSTV, um canal de mídia digital independente. O grupo nasceu há cerca de um ano e meio e está ligado ao movimento nacional Circuito Fora do Eixo. Nas recentes manifestações que se formaram nas ruas das principais cidades do Brasil, a partir de junho de 2013, o canal do grupo, na internet, teve picos de audiência de 120 mil espectadores (Lanzarotti, 2013: 1). A POSTV transmitiu, ao vivo, as manifestações, via streaming, pela internet, com a ajuda dos ninjas, voluntários, que usaram telefones celulares conectados à rede mundial de computadores via tecnologia sem fio 3G ou *wi-fi*.

A POSTV utiliza o Twitcasting, mas é possível usar também o Android, entre outras plataformas. E o trabalho é completamente *copyleft*. Em todas as praças, eles explicam como transmitem e convocam as pessoas a também serem o que chamam de “midialivristas”. Com um celular, uma banda 3G e um laptop na mochila para recarregar. A cada meia hora saem do ar, recarregam e voltam em minutos. Claros que perdem espectadores; os insistentes voltam, outros chegam (Lorenzotti, 2013: 4).

A ação dos ninjas ultrapassou os limites da internet (se é que há limites...) e chegou a um espaço nobre da imprensa massiva. Durante visita do Papa Francisco ao Rio de Janeiro, um grupo de manifestantes foi às ruas, próximo ao Palácio Guanabara, onde o pontífice se encontrou a presidente do Brasil. Houve um confronto com os Policiais Militares, mais uma vez registrado por eles. Um dos ninjas foi preso. E no dia seguinte, a matéria sobre assunto, exibida no noticiário de maior audiência do Brasil, o Jornal Nacional, da TV Globo, contou com material captado e disponibilizado pela POSTV<sup>2</sup>.

A POSTV potencializa uma tecnologia que já vinha sendo usada, mesmo pelas redes de TV massiva, como já mostrou o pesquisador Fernando Firmino da Silva (2008). Há relatos também de empresas que apostam no telefone celular e na transmissão via tecnologia 3G, como alternativa aos gastos com a estrutura de transmissão broadcast ao vivo.

Nos moldes atuais o jornalismo pode se estruturar em outras dimensões através da utilização de um ambiente móvel de produção formatado por ferramentas portáteis online como *smartphones* para processar as informações (áudio, vídeo, texto, imagem) de forma digital e transmitir em caráter instantâneo. Advém daí uma potencialização da produção jornalística baseada na capacidade de desenvolvimento de atividades como apuração, edição e publicação utilizando-se de tecnologias móveis como plataforma (Silva, 2008: 2-3).

Ele usa como exemplos transmissões, via telefone celular, na Rede Bandeirantes, de São Paulo. E vê nisso uma aproximação da mídia massiva com as ferramentas de

<sup>2</sup> Disponível em <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2013/07/passeata-termina-em-confronto-e-pm-e-criticada-por-prender-integrante-do-midia-ninja.html>

mídia pós-massiva, no sentido estabelecer diálogos com as modalidades emergentes de jornalismo digital. O telefone celular aparece como ferramenta-chave neste processo, como um dispositivo híbrido, que pelo fato de oferecer mobilidade, cumpre bem a função de acoplamento. Mas, além de uma mudança estética, também traz outras implicações em termos éticos, já que mexe com os valores-notícia, na corrida pela instantaneidade. E nos traz de volta o conceito de Sociedade do Controle, em Deleuze, a partir da assertiva de Donna Haraway (2000: 44), para quem “é precisamente a ubiquidade e a invisibilidade dos ciborgues que faz com que essas minúsculas e leves máquinas sejam tão mortais. Eles são – tanto política, quanto materialmente – difíceis de ver”. Completando esta perspectiva, para Janice Caiafa (2011: 138), “os circuitos mundiais de comunicação por computador preenchem hoje em algum grau essa função de controle. Funcionam tipicamente ao ar livre, têm uma enorme abrangência e penetração molecular”. Esta realidade nos coloca na encruzilhada de um novo modelo de produção jornalística audiovisual, que precisa ser pensado. Está colocada a possibilidade de modelos mais participativos a partir da construção coletiva.

### OS JORNALISTAS E OS NÃO-JORNALISTAS

Como fica o jornalista neste processo? Eduardo Viveiros de Castro (2002) nos mostra que é o ponto de vista que cria o sujeito. E não o contrário. A conclusão é fruto da extensa pesquisa em torno do conceito de *Perspectivismo ameríndio*, que estende o conceito de humanidade a objetos e animais. Para explicar o conceito, ele retoma a ideia de Relativismo, cara à Antropologia, para fazer uma comparação. A segunda apóia-se na implicação de uma natureza única, à qual diferentes culturas têm diferentes acessos (e os ocidentais, um acesso “privilegiado”), enquanto para a primeira, grosso modo, há uma unidade de espírito numa multiplicidade de corpos, ou seja, um mesmo cosmos compartilhado por homens, animais e o que mais há no mundo. Esta “humanidade compartilhada” aponta para o fato de que, todos, animais e coisas, podem carregar traços de humanidade. Mas alguns ela está disfarçada, sob outra pele.

Tipicamente, os humanos, em condições normais, vêem os humanos como humanos e os animais como animais; quanto aos espíritos, ver estes seres usualmente invisíveis é um signo seguro de que as ‘condições’ não são normais. Os animais predadores e os espíritos, entretanto, vêem os humanos como animais de presa, ao passo que os animais de presa vêem os humanos como espíritos ou animais predadores. (...) Em suma, os animais são gente, ou se vêem como pessoas (Viveiros de Castro, 2002: 227).

Entender o funcionamento deste sistema de pensamento nos ajuda a pensar o nosso próprio cosmos. E desnaturalizar o ponto de vista de um repórter que pesquisa mudanças na maneira como se faz jornalismo de televisão. A epistemologia baseada num modelo ocidental pós-século XVI, assume-se como melhor acesso a uma natureza dada, universal, por meio da ciência. A visão ameríndia, de acordo com Viveiros de Castro, propõe, se é que assim podemos chamar, uma outra “epistemologia”, na qual o acesso ao cosmos comum se dá não a partir da figura do cientista, mas pelo

xamã, aquele capaz de transitar entre as diferentes perspectivas sem o risco de não conseguir retomara sua própria (Viveiros de Castro, 2002: 232). Ele volta para contar como é o lugar do outro. Ou seja: contra todo senso comum ocidental, aqui não é sujeito que cria um ponto de vista, a partir de seu lugar essencial, imutável, mas justamente o contrário.

Enquanto nossa cosmologia construcionista pode ser resumida na fórmula saussureana: “o ponto de vista cria o objeto” – o sujeito sendo a condição originária fixa de onde emana o ponto de vista, o perspectivismo ameríndio procede segundo o princípio de que o ponto de vista cria o sujeito; será sujeito quem se encontrar ativado ou ‘agenciado’ pelo ponto de vista (Viveiros de Castro, 2002: 236).

Não encontramos dificuldade em estabelecer relações imediatas com a nossa pesquisa se pensarmos, a partir do ordenamento do discurso, em Foucault, que o lugar do sujeito é criado a partir de um discurso sobre este lugar. É a partir destes preceitos que pretendemos problematizar o lugar do repórter e do pensamento clássico em comunicação, desnaturalizando o conceito de jornalista, além de investigar se um novo modelo de jornalismo está se configurando a partir destas prerrogativas. O que já vem sendo feito em muitos pontos deste imenso coletivo que é a sociedade. No meio acadêmico também. Se toda identidade é uma construção, a idéia do que é ser jornalista também é. É assim, por meio da nomeação, que cria-se o limite entre o que está dentro e o que está fora do conceito. Cria-se uma epistemologia, com o rigor que deixa de fora o que não se encaixa no conceito. O discurso sobre a profissão produziria, assim, uma epistemologia que define o que é ser jornalista.

A antropologia aparece, na nossa visão, como a entrada mais apropriada neste contexto. O trabalho de acompanhar o dia-a-dia do jornalista e definir a maneira como funciona uma redação já foi feito, em outro momento. Nossa proposta é uma abordagem que congregue as noções de *Reversibilidade* (Wagner, 2010) e *Simetria* (Latour, 1994), numa perspectiva que caminhe da preocupação epistemológica, ou seja, do *modus operandi* do jornalismo, para a ontologia, a maneira como o jornalista se coloca no mundo e como este ponto de vista o constitui (Viveiros de Castro, 2002). Em suma, um mapeamento do lugar do jornalista na reconfiguração da rede que inclui novos acoplamentos a partir dos dispositivos móveis e a proliferação de imagens.

### CONCLUSÕES PRELIMINARES

A reportagem analisada neste artigo mostra a importância de imagens, que até então eram consideradas pouco adequadas para exibição em um telejornal, seja pela qualidade técnica, seja pela falta de conhecimento jornalístico, no modelo canônico, por parte de quem as produz. Mesmo com o acesso à tecnologia de captação, o material talvez não ganhasse tamanha importância, não fosse sua publicação na rede mundial de computadores. A chegada da internet, como novo ponto da rede, e os acoplamentos entre cidadão e telefones celulares, parece ter transformado cada pessoa em um jornalista em potencial. Ao mesmo tempo, o telejornalismo é ainda hoje um dos principais meios de informação de boa parte da população brasileira.

Este é um dos motivos que justificam a reflexão sobre as implicações das imagens produzidas por cidadãos comuns por meio de dispositivos móveis que facilitam o registro de fatos do dia-a-dia, aos quais o repórter nem sempre tem acesso. Na nossa visão, isso altera ontologicamente a função do jornalista, não só pela alteração técnica, mas pelas implicações no campo ético deste fazer.

As anotações apresentadas acima são os primeiros passos da pesquisa realizada no curso de Doutorado do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFRJ. O estudo foi inspirado pela nossa experiência profissional no trabalho do dia-a-dia numa redação de telejornal. A proliferação das imagens feitas com telefone celular é fato irreversível e aparece hoje como uma das maiores contribuições no fechamento dos telejornais. Mesmo em redes de televisão com muitas equipes, não é possível mapear, durante todo o dia, as imensas redes que são as cidades nas quais vivem a maior parte dos brasileiros. Por isso, também nestes contextos, as imagens feitas por telespectadores podem fazer diferença na busca pela exclusividade e da audiência.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Caiafa, J. (2011). Aspectos Múltiplos nas sociedades de comunicação. *Contracampo – revista do programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense*, 22.
- Deleuze, G. (1992). *Conversações: 1972 – 1990*. Rio de Janeiro: Editora 34.
- Foucault, M. (1999). *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. São Paulo: Martins Fontes.
- Foucault, M. (1996). *A ordem do discurso*. Loyola: São Paulo.
- Lorenzotti, E. (s/d). Ecos do protesto: POSTV, de pós-jornalistas para pós-telespectadores. In *Site do Observatório da Imprensa*. Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/postv\\_de\\_pos\\_jornalistas\\_para\\_pos\\_tespectadores](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/postv_de_pos_jornalistas_para_pos_tespectadores). Acesso em 28.06.2013.
- Haraway, D. (2000). Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In T. T. Silva (Org), *Antropologia do Ciborgue: as vertigens do pós-humano*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Latour, B. (1994). *Jamais fomos modernos*. Rio de Janeiro: Ed. 34.
- Lemos, A. (2007). Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. *Matrizes, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação*. 1 (1):121-137.
- Silva, F. F. (2008). Jornalismo livre streaming: tempo real, mobilidade e espaço urbano. *Anais do VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*: São Paulo.
- Viveiros de Castro, E. (2002). Perspectivismo e Multinaturalismo na América Indígena. In E. V. de Castro (org), *Inconstância de Alma Selvagem* (pp. 345-399). São Paulo: Cosac & Naify.
- Wagner, R. (2010). *A invenção da Cultura*. São Paulo. Cosac Naify.



## Linguagem, consumo e felicidade: relações conflituosas no discurso jornalístico

ANA MARIA DANTAS DE MAIO & MARCELO DA SILVA

anamaio@uol.com.br; marcelosilva\_rp@hotmail.com  
*Embrapa Pantanal; Universidade Metodista de São Paulo*

### Resumo

A discussão em torno do consumo e do consumismo, fenômenos que identificam a sociedade contemporânea, faz-se ubíqua nos terrenos jornalístico, publicitário, científico e político. Fundamentados na Análise de Discurso (AD) e na Análise Crítica de Discurso (ACD), elegemos para discussão dois textos jornalísticos, publicados no Brasil em 2013, que esboçam a relação entre consumo e felicidade. O primeiro avalia uma entrevista com um ministro brasileiro que, aparentemente – e apenas aparentemente – defende a necessidade de superar o modelo “sou feliz quando consumo”. O segundo é produto da comunicação organizacional e, apesar das pressões mercadológicas, os enunciadores encontraram espaço para uma análise crítica a respeito do consumo e suas conjunções com a pseudofelicidade. Nossa análise enseja descobrir as relações entre discurso e ideologia, já que inexiste discurso sem sujeito e sujeito sem ideologia. Para a análise de discurso no campo jornalístico, compreendemos que a enunciação é um componente imprescindível para o entendimento da estrutura semântica de qualquer ato de comunicação verbal e não-verbal. Se a economia consumista tem o céu como limite, emerge um impasse: a finitude dos recursos do planeta é incompatível com o consumo exacerbado. Diante dessa perspectiva, que rumo cabe ao jornalismo que mercantilha a felicidade?

**Palavras-Chave:** Jornalismo; análise de discurso; consumo; felicidade

---

### INTRODUÇÃO

A economia de mercado emergente após a Revolução Industrial propaga-se hoje diante de um tênue limite entre consumo consciente e consumismo. A satisfação de “necejos” (necessidades e desejos) estabelece a busca do bem-estar humano, o que, obviamente, leva as empresas ao lucro e à intensificação da produção.

A coisificação das pessoas, atrelada à humanização dos objetos, nos conduz a pensar a felicidade como um “objeto de análise”, que nos leva a problematizar o *modus operandi* do discurso jornalístico. Entendemos este discurso como detentor e produtor de sentidos, pois a distância física entre as instâncias de emissão e recepção condiciona formas distintas de representar o mundo – representações estas que apontam para a produção de normas, para um desejo social e para a revelação de sistemas de valores.

A publicação jornalística segue um percurso ocular pluriorientado e o que foi enunciado permanece “como um traço para o qual se pode sempre retornar: aquele que escreve para retificar ou apagar, aquele que lê, para rememorar ou recompor sua leitura” (Charaudeau, 2006: 113). Essa observação traz à tona a dialética existente entre os sujeitos do processo comunicativo, no qual predomina um sentido mutável

que se renova no tempo e no espaço e é ressemantizado em diferentes condições de produção/recepção.

Este artigo esboça uma análise de discurso que fornece subsídios para a tessitura de uma crítica à sociedade de consumo e da felicidade como produto à venda, desejoso de ser comprado, se possível com reservas prévias e ampla fila de espera.

Selecionamos duas matérias jornalísticas que se enquadram nessa temática. A primeira apresenta em seu enunciado o posicionamento de um ministro brasileiro – polifonicamente representando o poder no país – e pontua as contradições entre o discurso verbal e a ideologia dominante: a autoridade procura explicitar a preocupação com o consumo, entretanto, manifesta as implicações<sup>1</sup> positivas que a indústria automobilística representa para a economia do país. A enunciação sucumbe aos interesses do grupo poderoso.

Na segunda matéria, publicada na Revista da Cultura<sup>2</sup>, o sujeito-comunicador utiliza sua margem de autonomia na construção de um discurso crítico e esclarecedor sobre “o mal estar característico de uma sociedade asfixiada” (Souza, 2013). Embora o enunciado faça a divulgação de produtos comercializados pela empresa e defenda uma ideologia que interessa à organização, sua visão crítica é evidenciada no conteúdo e na forma que compõem a reportagem.

Concluimos que o jornalismo apresenta potencial para múltiplas performances. Pode tanto dobrar-se à ideologia capitalista que instiga o consumo e atrela a felicidade à aquisição de bens e símbolos, quanto impulsionar o senso crítico em direção oposta a esse discurso previsível. A AD (Análise de Discurso) e a ACD (Análise Crítica do Discurso) representam, neste caso, um mecanismo científico de tutela. Muito além de uma singular ferramenta metodológica, esse arsenal teórico disponibiliza um código de vigilância que nos permite esmiuçar um dos discursos mais influentes da atualidade, a saber, o jornalístico.

#### **ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS**

O discurso é um campo de negociação entre a organização – como enunciativa – e seus públicos de interesse, podendo coexistir com a manipulação, as inverdades, a sedução e os pseudoeventos; é no e pelo discurso que o homem se torna sujeito, por assumir um lugar social para garantir a propriedade do seu dizer e imprimir suas marcas e intencionalidades. Nessa linha, a AD e a ACD serão nosso campo de ancoragem teórico-metodológica para verificarmos alguns sentidos apensos na estrutura discursiva jornalística.

Sendo a linguagem organizadora do pensamento, ela nos remete a um sistema de referências que é, ao mesmo tempo, produto e processo do trabalho constante dela mesma. Trata-se, pois, de um sistema antropocultural de referências, no seio de um contexto social, cultural, político, econômico e histórico, que faz com que

<sup>1</sup> Termo utilizado por Van Dijk (2005) como contraponto à explicitação, significando, assim, aquilo que permanece subentendido.

<sup>2</sup> Publicação fruto da comunicação organizacional da Livraria Cultura, uma das mais conceituadas do Brasil.

os discursos sejam de determinada forma e não de outra, investidos de “pegadas” construídas pelo enunciador a partir de uma instituição social, uma angulação, uma posição e várias formações ideológicas.

Assim, em uma sociedade competitiva, imagética e na qual o progresso manifesta-se por meio de volumes produzidos e consumidos, consideramos que as engrenagens do discurso jornalístico nem sempre contemplam o equilíbrio. Pelo contrário, não são incomuns as situações em que o jornalismo fomenta a desordem nas práticas de consumo atuais, estimulando-as e contribuindo para a criação de um abismo onde poucas luzes esclarecem, muita pressão angustia e a felicidade surge como tábua de salvação dos leitores/consumidores.

Fundamentamos nossa análise especialmente na obra do holandês Teun van Dijk. É muito ampla a perspectiva de Análise Crítica do Discurso proposta por ele, a começar pela premissa de que ela deve ser aplicada a textos que envolvam problemas sociais. É o caso do consumo, do consumismo e da vinculação destes à noção de felicidade. Neste artigo, embora os enunciados permitam um estudo detalhado e profundo, priorizamos algumas categorias de análise expoentes, que melhor caracterizam os postulados da ACD, como a demarcação dos endogrupos e dos exogrupos, as escolhas lexicais, os tópicos e as posições marcadas, que permitem relacionar o discurso à ideologia.

A matéria “Ministro pede a superação do modelo ‘sou feliz quando consumo’” foi escolhida intencionalmente, a partir de pesquisa na plataforma de buscas Google, com as palavras-chave “consumo”, “felicidade”, “feliz” e “consumismo” em sites de notícias. Ela foi publicada no dia 23 de agosto de 2013 na versão online da revista Carta Capital, veículo fundado em 1994 pelo jornalista ítalo-brasileiro Mino Carta. Trata-se de uma revista semanal, com linha editorial alinhada à esquerda política e que vem demonstrando apoio ao governo do Partido dos Trabalhadores (2003 até a atualidade).

O texto “Divã contemporâneo” foi localizado no site da Livraria Cultura, durante uma busca por material jornalístico produzido na área da comunicação organizacional. A livraria edita a Revista da Cultura, com periodicidade mensal, nas versões impressa e digital. O enunciado, publicado na edição de setembro de 2013, encaixa-se no perfil de material procurado, pois relaciona o comportamento humano a questões como o consumo, a felicidade, a velocidade, o envelhecimento e a efemeridade das relações<sup>3</sup>.

A busca por material jornalístico produzido por uma redação e por uma empresa foi proposital, pois nossa intenção é ampliar os olhares sobre esse tipo de discurso que comumente dispõe de variadas origens e segue ordens próprias de discurso.

## **OS DISCURSOS E SUAS DIMENSÕES DE ANÁLISE**

Quando Van Dijk propõe a ACD de textos jornalísticos, ele apresenta uma série de pistas que devemos buscar nos enunciados para investigar as ideologias

<sup>3</sup> As duas matérias podem ser consultadas nos links disponibilizados abaixo, nas referências de Nardini (2013) e Souza (2013).

e relações de poder. A análise deve observar indicadores como o conteúdo e forma dos títulos e frases de destaque (que ele denomina “tópicos”), o uso de figuras de linguagem, a identificação dos sujeitos que falam e seus aliados (endogrupo), a identificação dos “outros” e dos não-aliados (exogrupo), as polarizações acentuadas (ex: bom e mau), os contextos global e local, os participantes da fala (incluindo os interlocutores), o nível de detalhamento do texto, a utilização da voz passiva (que tende a ocultar os agentes), os modelos mentais do enunciador (registro mental das experiências vividas ou lidas por quem produziu o discurso), as posições marcadas, os desmentidos, o não-dito, a ideologia do grupo enunciador, entre outros. Uma análise completa, seguindo as recomendações deste autor, permite conhecer profundamente as intencionalidades que permeiam o discurso. Seleccionamos alguns desses indicadores para nossa análise, apostando nas pistas que consideramos mais expressivas (e reveladoras).

#### *AS CONTRADIÇÕES NA FALA DO MINISTRO*

As vozes representadas no comando do discurso são aquelas que Van Dijk chama de endogrupos, ou seja, a polifonia virtuosa que compõe o “nós” do enunciado. “[...] Assistimos assim a uma estratégia de ‘auto-apresentação positiva e de apresentação negativa do outro’, em que as nossas coisas boas e as coisas más deles [exogrupos] são realçadas, e as nossas coisas más e as coisas boas deles são secundarizadas” (Van Dijk, 2005: 43).

A matéria relata uma palestra realizada pelo ministro-chefe da Secretaria Geral da Presidência da República do Brasil, Gilberto Carvalho, durante o seminário “O Brasil e os objetivos do desenvolvimento sustentável”, organizado pela revista Carta Capital. O texto é completado com uma rápida entrevista após a palestra. No título, Carvalho critica o modelo que vincula a felicidade ao consumo, mas alerta – também com destaque – que “se o carro faz o problema, a produção do veículo gera empregos”.

O endogrupo representado nesta enunciação envolve não apenas o próprio ministro, mas o governo do Brasil em sua institucionalidade, a própria figura da presidente Dilma Rousseff (representada por seu assessor), a revista, o jornalista que produziu o texto, o Partido dos Trabalhadores, enfim, várias instâncias de poder. Em um dado momento, o ministro tenta atrair para o endogrupo a classe média brasileira, ao proclamar “quem somos nós da classe média...”, colocando-se no mesmo patamar desta classe trabalhadora. Mas a mesma frase termina propondo o afastamento do ministro desta mesma categoria de cidadãos: “...para coibir o consumo dessa gente?”, quando ele denuncia sua posição por meio da escolha lexical do pronome demonstrativo. Segundo Van Dijk (2005: 254), “os pronomes e demonstrativos podem ser usados selectivamente para realçar a distância social”. Neste caso, evidencia-se a classe média “consumista” como formadora do exogrupo, composto ainda pela “oposição” e “governos anteriores”.

Interessante a construção semântica da frase atribuída ao ministro “cabe ao governo o papel de fomentar propostas”, em que ele próprio (representante do

governo) evita a proximidade de um “cabe a nós”. Podemos inferir, pelas sutilezas lexicais, que ocorre uma tentativa de isenção de responsabilidade, que deixa de ser “nossa” e passa a ser “do governo”: algo distante de quem fala.

A principal qualidade do endogrupo destacada no enunciado é a promoção da inclusão social de milhões de brasileiros. “Nós produzimos um processo de democratização do acesso aos bens que leva, contraditoriamente, a esse esgotamento” (Nardini, 2013), relata a frase atribuída ao ministro. Ao exogrupo é reservado o uso da ironia, figura de linguagem que demarca a intenção de denegrir a imagem alheia: “Nos governos anteriores não havia problemas nos aeroportos, no transporte coletivo, por haver uma enorme exclusão. Era muito fácil a vida” (Nardini, 2013).

Algumas escolhas lexicais merecem ser analisadas, desta vez pelo efeito que provocam no texto e por terem sido, deliberadamente, registradas entre aspas pelo enunciador. “Impossível”, referindo-se à vida nos grandes centros do país; “grito definitivo”, como o ministro diz que devem ser encarados os protestos ocorridos no Brasil em junho e julho de 2013; e “revolução cultural” para reduzir o “consumismo exacerbado”. São palavras e expressões fortes, selecionadas propositadamente para impactar o interlocutor e fazê-lo imaginar que providências estão sendo tomadas para solucionar o problema. No entanto, a única sugestão apresentada por Carvalho no enunciado é a de “fomentar propostas”. “É importante realçar que a seleção dos significados das palavras – feita através da lexicalização – é, provavelmente, a dimensão primordial de um discurso controlado por ideologias<sup>4</sup>” (Van Dijk, 2005: 154).

Mais do que persuadir, o discurso de Carta Capital busca marcar as posições do endogrupo (nós queremos diálogo, nós incluimos, nós criamos mobilidade social) e do exogrupo (eles são consumistas, eles excluíram). O marco ideológico que perpassa o texto explora uma adaptação do modelo “sou feliz quando consumo” para “sou incluído quando consumo”.

Tal posição ideológica do sujeito enunciador marca um esforço por não assumir seu papel no que concerne ao consumo no Brasil; os subsídios oferecidos pelo governo federal, como a liberação de crédito fácil e a suspensão de impostos sobre itens da chamada linha branca provocaram um efeito bumerangue. Na coxia de Bauman (2008: 20), o mundo sustentado e formado pela sociedade de consumidores fica dividido entre “as coisas a serem escolhidas e os que as escolhem”. Todavia, inclusão significa, necessariamente, poder de escolha e de pertença consciente?

Bauman (2008: 21) observa que “a tarefa dos consumidores, e o principal motivo que os estimula a se engajar numa incessante atividade de consumo, é sair dessa invisibilidade e imaterialidade cinza e monótona, destacando-se da massa de objetos indistinguíveis [...]”. O sujeito enunciador esconde as contradições próprias de um sistema que supostamente leva os cidadãos a uma “nova” classe social e o atira nas garras do consumismo: é o efeito toma-lá-dá-cá. Classe média? A sociedade de consumidores atua exatamente no embaçamento e na eliminação das divisões de

<sup>4</sup> Pontuamos que a ideologia é um *conditio sine qua non* para que o discurso exista; não há discurso sem ideologia, nem ideologia que se manifeste fora do discursivo.

classe tão fetichizadas pelo discurso governamental, ou seja, a crítica ensejada em relação ao ser feliz com o consumo muda, *a priori*, com o ser incluído para consumir.

*A SOCIEDADE ASFIXIADA EXPOSTA NA REVISTA DA CULTURA*

A escolha do título “Divã contemporâneo” para topicalizar a matéria da Revista da Cultura remete à ideia de um discurso acolhedor, com potencial para tranquilizar e proporcionar conforto aos receptores, trazendo à baila oximoros ligados à sociedade tecnológica atual. A reportagem apresenta alguns dos problemas que afetam o comportamento humano na pós-modernidade, como o excesso de velocidade, o consumismo, o tédio, o envelhecimento e a efemeridade das relações. O tópico – item de destaque no texto, segundo Van Dick (2005) – acolhe ainda o seguinte enunciado: “Mais veloz, o mundo de hoje impõe novas regras que impactam questões existenciais. A contemporaneidade traz embutido o mal-estar característico de uma sociedade asfixiada. Ser autocentrado, inseguro e superficial parece a única opção. Mas não é”, já indicando o percurso que o enunciador pretende percorrer.

A matéria concentra uma série de entrevistas com especialistas em psicologia, filosofia e comunicação, analisando vazios existenciais típicos da sociedade atual e indicando caminhos menos narcotizantes. Além da autora do texto, Kelly de Souza, e da ilustradora, Veridiana Scarpelli, integram o endogrupo a própria revista, a Livraria Cultura (organização responsável pela publicação), os entrevistados que se colocam no enunciado em primeira pessoa (eu ou nós), os psicanalistas em geral, a figura da mulher aparentemente crítica que observa os usuários de celulares de uma das ilustrações (Cf. Figura 1) e o Movimento Devagar<sup>5</sup>, ou seja, tal discurso é construído polifonicamente. A principal qualidade apregoada pelo endogrupo é a sua capacidade de discernimento em relação aos problemas hodiernos: nós temos consciência das causas que hoje adoecem a humanidade.

O exogrupo é constituído pelos usuários de celular da mesma ilustração citada acima (Cf. Figura 1), pelos ciclistas que aparecem na outra ilustração (pedalando sem sair do lugar), pelos seres psicopatológicos, pelas crianças entediadas e superprotegidas, usuários de mídias sociais, velhos que não se aceitam, consumistas em geral e *workaholics*. O discurso deixa entrever a ideia de que “os outros”, provavelmente alienados, se submetem à roda-viva do mundo pós-moderno e encontram-se doentes, apáticos, fragilizados e incapazes.

Muitas das escolhas lexicais expostas no enunciado estão associadas à psicanálise (e ao divã), como “mal da psique”, “sofrimentos”, “tensão”, “incomoda, impaciente e desorienta”, “dores”, “tédio”, entre outras. Essa lexicalização favorece a uniformidade do texto jornalístico, criando uma condição de coerência semântica: o título e o texto, em suas formas e conteúdos, soam como falas harmônicas, consonantes, dignas de credibilidade.

<sup>5</sup> De acordo com a matéria, trata-se de um movimento que propõe “a retomada da consciência individual na busca de uma vida mais equilibrada, com mais tempo para lazer, trabalho, estudo e melhor uso do tempo livre” (Souza, 2013).



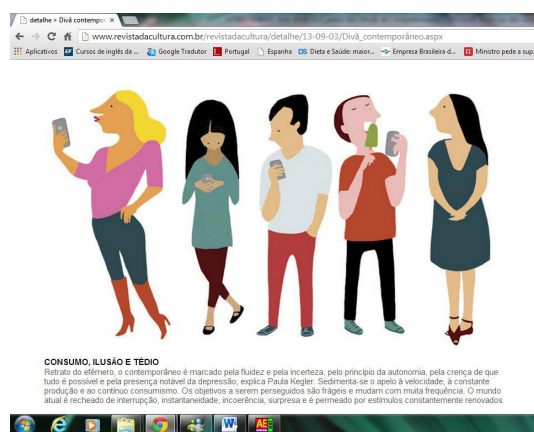


Figura 1. Uma das ilustrações da matéria “Divã contemporâneo”  
 Fonte: Revista da Cultura, edição 74, setembro de 2013

O enunciador exerce a função de propagar os produtos vendidos pela livraria, compatível com a vertente mercadológica da comunicação organizacional. Na linguagem empregada, apresenta conteúdos de cinco livros e de uma série de televisão, todos sinalizados com negrito e grifo, como forma de destacar as obras, numa espécie de *merchandising* literário.

Mesmo cumprindo a tarefa de expor as obras, o enunciador mescla em seu discurso a ideologia que interessa à organização com uma visão bastante crítica sobre a dita sociedade asfíxiada. Para isso, ele também recorre à ironia ao comparar a angústia de um personagem de Dostoiévski com a aflição de um poeta brasileiro que teria desistido do suicídio após uma sessão de comilança: “Que crise pessoal é essa que não resiste a um salamito?”

Para Silva (2007: 98), “o produtor da ironia encontra formas de chamar a atenção do enunciatário para o discurso e, por meio desse procedimento, contar com sua adesão. Sem esse mecanismo de interpelação-adesão, a ironia não se realizaria”.

Além da ironia, o discurso utiliza figuras retóricas, como a metáfora, a repetição e a antítese. Para Van Dijk (2005: 39), algumas estruturas do texto são inflexíveis, como as formas das palavras e muitas estruturas das orações, consideradas “gramaticalmente obrigatórias e contextualmente invariantes”. Já a concepção de estilo, que inclui o uso das figuras de linguagem, permite o controle do falante e seu uso ideológico. “As operações semânticas da retórica, como a hipérbole, a ironia e a metáfora, entre outras, podem ter uma relação mais próxima dos modelos subjacentes e das crenças sociais” (Van Dijk, 2005: 130).

No enunciado estudado, as figuras de linguagem tornam-se ferramentas para reforçar o tom crítico da autora – procedimento não muito comum na comunicação organizacional – em relação à perda de sentido da vida. Um exemplo está na constatação de que os problemas existenciais ganharam importância nos últimos tempos: “Fato é que a psicanálise foi parar no horário nobre da televisão” (Souza, 2013). Outro pode ser observado na seguinte construção: “Possivelmente, por ter coisas demais, fazer coisas demais e ser orientada demais, a criança não se satisfaz e não assume a própria vida em nenhum aspecto, falta-lhe autonomia” (Souza, 2013).

A questão da felicidade também está presente no discurso da Revista da Cultura, atrelada à utilização e ao consumo de bens simbólicos por meio das redes sociais digitais. “Grande parte dos usuários das mídias sociais está menos preocupada com a interação do que em aparecer perante o seu grupo de determinada maneira, de sinalizar que está feliz sem necessariamente estar [...]” (Souza, 2013). A matéria expõe a banalização do “estar feliz”.

A análise crítica do discurso nos permite, por fim, desvendar a posição marcada pelo falante: o enunciador defende que as pessoas tenham mais tempo livre (necessário, obviamente, para o exercício da leitura) e resistam ao ritmo acelerado imposto pelas tecnologias contemporâneas. A ideologia do grupo que domina este discurso evoca que a velocidade e o consumismo adoecem os indivíduos.

### **ALGUMAS PONDERAÇÕES**

Quiçá o posicionamento discursivo do sujeito do primeiro discurso escamoteie algumas distorções e perversões da essência da revolução consumista, que vêm na esteira da sociedade industrial, como o endividamento social, a fetichização pelo ter, o consumo inconsequente e inconsciente, a hipervalorização do status, a acriticidade frente ao que se quer e ao que se necessita.

O consumo e o consumismo caracterizam a sociedade contemporânea, a ponto de se confundirem com as identidades dos sujeitos. Somos reconhecidos pelo que consumimos. O vínculo do consumo com a felicidade foi observado também nos estudos filosóficos de Barros Filho e Meucci (2013: 75), que asseveram:

Nossa sociedade nos propõe o consumo de muitas coisas. Por intermédio deste consumo, uma nova identidade e posição. Quase todas são artificiais e, portanto, não necessárias. E, assim, teremos mais posses, mais coisas de que nos vangloriar, mas continuaremos tristes. Ou você realmente acha que sua vida será mais feliz com um novo celular? E outro, agora com mais recursos? E outro, mais, que fala por você quando você não está a fim... E se nem assim, a felicidade aparecer, você compra um computador de última geração para conversar com o celular. E outro...

Na sociedade de consumo a invisibilidade do sujeito – aquele que se recusa a vestir a moda contemporânea do “consumir para ser” – o leva a ser rechaçado, posto de lado ou suspeito de algum tipo de delito; Bauman (2008: 9), ao citar Eugène Enriquez, diz que “a nudez física, social e psíquica está na ordem do dia”. Isso nos permite inferir que os indivíduos equipados com confessionários eletrônicos – diuturnamente em mãos – são aprendizes treinando e treinados na arte de viver em uma sociedade calcada num modelo confessional de felicidade efêmera e lábil.

O jornalismo exerce uma função nada desprezível em relação ao acúmulo de poder. Segundo Van Dijk (2005: 22), “os grupos têm (mais ou menos) poder se forem capazes de controlar (mais ou menos) os actos e as mentes dos (membros) de outros grupos”. Embora as teorias da comunicação mais recentes rejeitem o caráter persuasivo da comunicação, reconhecendo seus limites e descartando a passividade dos receptores, “não devemos nos esquecer que a maioria das nossas crenças sobre o mundo é adquirida através do discurso” (Van Dijk, 2005: 26).

Parece-nos que as práticas de mercado, no afã de vender e incentivar o consumo, têm feito do impalpável e do imensurável algo que podemos medir pelo tamanho e profundidade de nosso bolso: eis aí a sensação de insaciedade.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nossa análise não pretende ser um fim em si mesma; esse trabalho está inserido em uma perspectiva dialética que compreende a ciência como “casa do provisório”. Podemos afirmar que a vida do homem só adquire significância quando dentro de um sistema antropocultural capaz de traduzir suas expressões, suas vontades e idiossincrasias nas interações sociais cotidianas.

Isto posto, verificamos um estranhamento na segunda matéria: uma comunicação institucional que se vale de um discurso contrário à tendência consumista atual e alerta para a fragilidade dos vínculos em tempos de redes sociais virtuais. A polifonia expõe características próprias da contemporaneidade e da sociedade de consumidores, na qual a felicidade é possível apenas e somente se houver a compra de um bem, muitas vezes ligado mais ao desejo que à necessidade.

No primeiro discurso, o sujeito assume uma posição crítica no título, mas no subtítulo e no decorrer do texto deixa vir ao lume as antinomias da nossa sociedade conectada, consumidora, financiadora, mas infeliz e endividada. Nesse sentido, questionamos: o jornalismo existe para corroborar o *status quo* e as estruturas sociais já prontas ou levar os enunciatórios a um processo de reflexão acerca da condição humana? Acreditamos que a identidade do sujeito contemporâneo sofre transformações de acordo com o contexto sócio-histórico-político e cultural, que o interpela na sua cotidianidade e interações sociais.

Parece-nos que os discursos analisados carregam no seu bojo o que Wolton (2006: 174) concebe como “comunicar para vender e fazer com que tudo se venda”, já que tudo é comercializável, inclusive os recursos psíquicos dos sujeitos. Estes concorrem para uma supervalorização dos “deuses” da sociedade capitalista, cuja ideologia impregna não apenas as práticas de consumo, mas a forma de pensá-la, de pensar a vida e as relações com os bens – simbólicos ou não. Na comunicação que se caracteriza em consumo, o jornalismo critica legitimando uma prática de mercado e a vida segue em consumo e consumismo.

Por fim, entendemos que, embora menos frequente, há espaço para a produção de um jornalismo crítico, mesmo no âmbito da comunicação organizacional. A própria ACD transforma-se num mecanismo de vigilância do discurso jornalístico e, por meio da divulgação científica, pode oferecer suporte para que a instância da recepção jornalística passe a refletir a partir de outras leituras e novos olhares.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barros Filho, C. & Meucci, A. (2013). *A vida que vale a pena ser vivida*. Petrópolis: Vozes
- Bauman, Z. (2008). *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar

- Charaudeau, P. (2006). *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto.
- Nardini, R. (2013). Ministro pede a superação do modelo 'sou feliz quando consumo'. *Carta Capital*. Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/dialogos-capitais/gilberto-carvalho-propoe-dialogo-para-que-brasil-nao-se-baseie-apenas-em-consumo-1101.html>.
- Silva, F. P. da (2007). A construção da ironia: "uma pittada de veneno?". In Maria do Rosário Gregolim; Roberto Baronas (orgs), *Análise do discurso: as materialidades do sentido*. São Carlos: Claraluz.
- Souza, K. de (2013). Divã contemporâneo. *Revista da Cultura*, 74. Disponível em [http://www.revistadacultura.com.br/revistadacultura/detalhe/13-09-03/Div%C3%A3\\_contempor%C3%A2neo.aspx](http://www.revistadacultura.com.br/revistadacultura/detalhe/13-09-03/Div%C3%A3_contempor%C3%A2neo.aspx).
- Van Dijk, T. A. (2005). *Discurso, notícia e ideologia: estudos na análise crítica do discurso*. Famação: Campo das Letras.
- Wolton, D. (2006). *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo: Paulus.

## Jornalismo infantil “lá e cá”: veículos feitos para as crianças no Brasil e em Portugal

JULIANA DORETTO

jdoretto@gmail.com  
Universidade Nova de Lisboa

### Resumo

Este artigo é parte de pesquisa de doutoramento na Universidade Nova de Lisboa, financiada com bolsa da Capes (processo 0860-13-1). O objetivo é traçar um breve levantamento histórico do jornalismo infantil português e brasileiro por meio de pesquisa bibliográfica, em perspectiva comparativa. As investigações apresentadas indicam que tanto em Portugal quanto no Brasil o jornalismo feito para as crianças vem perdendo espaço na grande mídia, como medida de fidelização do público, e ganhando mercado no apoio escolar. Com isso, afastam-se do jornalismo infantil pautas relacionadas a outros temas presentes no dia a dia das crianças e reforça-se a ênfase no conteúdo didático.

**Palavras-Chave:** Mídia; jornalismo infantil; crianças; fidelização

---

Um memorial da mídia. Um grande reservatório com todos os jornais lançados e *já encerrados* e com os que resistem; com programas de TV que foram abortados, e com os que ainda ocupam as telas; com páginas na internet que sumiram da rede e com todas as atualizações das que continuam online. Ainda não se criou nada do tipo. Cabem às bibliotecas e às hemerotecas guardar o que podem da história da imprensa. Cabem às empresas publicadoras conservar seus departamentos de documentação. E, a algumas instituições culturais, pensar numa maneira de como preservar os sites publicados hoje na internet para as futuras gerações.

Assim, para levantarmos as publicações, as produções televisivas e os conteúdos on-line que podem ser entendidos como “jornalismo infantil”, em Portugal e no Brasil, *não basta realizar uma* busca num banco de dados. Desse modo, para isso, recorreremos, sobretudo, a estudos acadêmicos que tiveram como objetos produtos jornalísticos para as crianças nos dois países. O objetivo deste artigo - parte de pesquisa de doutoramento na Universidade Nova de Lisboa, financiada pela Capes (processo 0860-13-1) - é traçar um breve histórico (possível) do jornalismo infantil português e brasileiro, não apenas descrevendo os produtos, mas, quando cabível, discutindo as análises dos investigadores.

### JORNALISMO PARA CRIANÇAS EM PORTUGAL

Em Portugal, as publicações para crianças remontam à virada do século 19 para o 20, com títulos como “Amigo da Infância”, “Ilustração da Infância”, “Jornal

da Infância” e “Jornal das Crianças”. Segundo Ponte (2013: 88), esses veículos “sem carácter noticioso de actualidade, apresentavam-se como fascículos mensais. Num tempo de valorização da educação infantil precoce e das boas maneiras, associavam ao texto a ilustração; nos seus conteúdos informativos e de conhecimentos úteis, apresentavam folhetins e concursos”. Mesmo jornais generalistas tinham seções para as crianças, como o “Diário de Notícias” e “O Século”, o que continuou nas décadas iniciais do século 20.

Na contemporaneidade, no entanto, o jornalismo para crianças em Portugal perde espaço na imprensa e ganha destaque na TV pública, a RTP (Rádio e Televisão de Portugal). Jorge (2009: 652), em análise de produtos dos *media* feitos para os que têm entre 12 e 18 anos, cita experiências portuguesas do serviço público de televisão no jornalismo para crianças que ocorrem há pelo menos três décadas – “Jornalinho” (década de 80), “Caderno Diário” (anos 90 e 2000) e “Mil Gigas” (fim da década de 2000). Além desses, houve ainda o programa “Pica”, exibido em 2010, que, segundo o site da RTP, era “um magazine cultural apresentado sob a forma de um programa de ficção. Os seus conteúdos, para além da ficção propriamente dita, centram-se na apresentação diária de notícias e reportagens com interesse para jovens (com destaque para a tecnologia, jogos, música, literatura, cinema, teatro e desporto)”.

Artigo de Cátia Candeias, publicado em 2005, debruçou-se sobre outro programa, o “Quiosque” (já extinto, exibido de 2006 a 2008), também da RTP, que visava oferecer informações e entretenimento para o público infanto-juvenil. Segundo Candeias, tratava-se de um formato interessante, que investia em linguagem adequada ao público e na escuta frequente de crianças em suas edições, apesar de exibir reduzido número de pautas com temas nacionais. Em sua análise, Candeias chamou a atenção para a necessidade de

ter em conta as opiniões das crianças em relação à forma como os *media* actuam, quer em relação a notícias sobre elas, quer em relação à informação em geral. Especialmente porque acreditamos que a forma como os *media* representam, ou ignoram as crianças, influencia o modo como elas serão vistas pela sociedade (Candeias, 2005).

Uma iniciativa mais recente da RTP (canal 2) foi o noticiário “Diário XS,” exibido entre 2010 e 2012. O programa era formado por notas cobertas (imagens e narração, sem a figura aparente do jornalista) e com poucas e curtas entrevistas. Era destinado a crianças de oito a 12 anos, tinha cerca de cinco minutos de duração e era veiculado às 17h40 e às 19h45. Sua pauta era composta por atualidade de Portugal e do mundo, explicadas com linguagem simples e estrutura didática. Dias e Borges (2013: 405), que escreveram artigo sobre o programa, tecem elogios ao noticiário: “A aposta no jornalismo infantil [...] garante a veiculação de informação de uma forma diferenciada, isto é, com um vocabulário e uma linguagem audiovisual adequados ao público”. Elas também destacam a possibilidade que as crianças tinham de interagir com a produção do programa, ainda que fosse de forma “rudimentar”, na sua página do Facebook.

Sobre o cenário do audiovisual jornalístico para crianças, Jorge afirma que “a produção de jornais ou noticiários especificamente para jovens é uma prática rara



nos sistemas mediáticos, e cada vez mais rara em condições de grande comercialização, convergência e desregulamentação”, porque são iniciativas que envolvem altos custos e que, acredita-se, dificilmente atraem a audiência necessária para sustentar o investimento. Nota-se, no entanto, que, ainda que descontinuados, programas jornalísticos voltados ao público infanto-juvenil vêm sendo uma constante na TV portuguesa, apesar da ausência de estudos sobre os programas já extintos e da falta de material sobre esses programas no acervo on-line da RTP.

A “Visão Júnior” é a única representante do jornalismo para as crianças no mercado impresso português. Destinada a crianças de 6 a 14 anos, foi publicada pela primeira vez em 2004 e, segundo o *site* do veículo, nela, “fala-se de ambiente, da natureza, de animais, de ciência, de desporto, de cinema, de livros, entre muitos outros temas. E fala-se também do que está a acontecer no mundo e no país, sejam as eleições em Portugal (explicando para que servem e porque são importantes) ou o tsunami”. Ela foi um dos veículos produzidos para o público infanto-juvenil também estudados por Jorge em seu artigo. A investigadora diz, com tom crítico, que essas publicações exploram produtos de entretenimento nacionais e globais e orientam para o consumo e para as culturas juvenis (como tribos urbanas, emos ou góticos). Mas também incitam a participação do leitor, com SMS, telefone e carta. Assim como Candeias ressalta a importância da produção de sentidos conduzida pela mídia na socialização das crianças, Jorge afirma, por meio de revisão de literatura, que

apesar de as subjectividades propostas pelos media destinados a jovens os colocarem sobretudo como consumidores e de o seu tom ser sobretudo de entretenimento; e apesar de os media noticiosos *mainstream* estabelecerem poucas ligações com os jovens, pretendemos demonstrar neste texto [...] que os jovens são capazes de negociar as posições de sujeito que lhe são oferecidas e de as adequar à sua posição social de forma criativa e positiva (Jorge, 2009: 659).

### **JORNALISMO PARA CRIANÇAS NO BRASIL**

No Brasil, considera-se que o início das publicações infantis se dá com “O Jornal da Infância”, publicada em 14 de abril de 1898 (Carvalho, 2008) – da qual não se tem muita informação –, seguido pelo semanário “O Tico-Tico”, de 1905, que se tornou mais célebre que sua antecessora. A revista encerrou-se apenas em 1958, então com periodicidade mensal. Essa publicação, *no entanto*, trazia sobretudo histórias em quadrinhos, pequenas peças literárias, passatempos e textos sintéticos de cultura geral. Além da periodicidade, portanto, não havia ali preocupações com relatos de acontecimentos ou de novidades – importante definidor das práticas jornalistas (Traquina, 2005).

O “Globinho”, de “O Globo” (Rio de Janeiro), criado em 1938, é possivelmente o mais antigo espaço para crianças vinculado a um jornal no país e a primeira publicação com caráter mais jornalístico. Surgiu como uma seção, que foi descontinuada em 1940. “Além de histórias em quadrinhos, o veículo também organizava séries de reportagens sobre grandes personalidades” (Fischberg, 2007: 37). Em 1972, voltou

na forma de uma página e, posteriormente, tornou-se um caderno. Em julho de 2013, no entanto, o suplemento deixou de ser publicado e se tornou apenas um blog ([www.oglobo.com.br/blogs/globinho](http://www.oglobo.com.br/blogs/globinho)), que se diz “um espaço para crianças, com novidades literárias, dicas e programação cultural”. Não houve justificativa pública do jornal para o fim do suplemento. Um texto da Agência O Globo publicado no lançamento do blog<sup>1</sup> sugere apenas que houve uma substituição de plataformas: “[...] E a semana termina com uma reportagem especial, como se fosse a capa do caderno, mas em versão on-line”.

Em 2007, Josy Fischberg trabalhou com recepção de textos da versão impressa do “Globinho” e também da revista “Recreio” – da qual falaremos adiante – em seu mestrado. Na época de sua investigação, o caderno tinha oito páginas coloridas, com reportagens, notícias, efemérides, quadrinhos, passatempos, desenhos e cartas dos leitores e textos sobre produtos e eventos culturais. Era feito para crianças dos oito aos 12 anos e tinha como principal proposta “cultivar desde cedo na criança o hábito de ler jornal, uma vez que o número de leitores jovens de jornais vem caindo no mundo inteiro”, segundo disse a então editora Adriana Barsotti (Fischberg, 2007: 37-38). A investigadora ouviu crianças de 11 anos, de diferentes classes sociais, e revelou que elas se diziam leitoras de assuntos ditos do mundo adulto, como esportes, fofocas, moda, comportamento e música, o que indicava que se sentiam atraídas por um espectro variado de temas, e não apenas por assuntos ditos do mundo infantil – que, contudo, parecem ser o foco do “Globinho”, tanto na fase impressa quanto na atual, online.

Outro suplemento infantil com longa trajetória é a “Folhinha”, veículo para crianças encartado no jornal “Folha de S. Paulo” e que completou 50 anos em 2013. Foi publicado pela primeira vez em 8 de setembro de 1963, sob o nome de “Folhinha de S. Paulo”, com 16 páginas, em formato tabloide (o nome “Folhinha” surgiu em 1987). Nessas cinco décadas, teve entre oito e 16 páginas – atualmente continua com oito – e conta com uma página na internet (<http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/>), com reproduções do texto do impresso e notas exclusivas do online. Costa, em sua pesquisa de mestrado, na década de 90, mostra que, no início, a “Folhinha” sugeria atividades escolares, dava descontos em eventos, ensinava etiqueta e experiências científicas e, sob a influência do regime militar no Brasil, nas décadas de 70 e 80, passou a ter um caráter mais didático, com datas comemorativas. Desde o fim da década de 80, segundo a estudiosa, o caderno preocupa-se mais em utilizar linguagem próxima do oral e busca uma linha editorial com fundamentos jornalísticos, e não apenas de entretenimento.

Na comemoração dos 50 anos de existência da “Folhinha”, em setembro de 2013, Otavio Frias Filho, diretor de redação da “Folha”, publicou um texto no suplemento em que definiu assim o projeto atual do caderno<sup>2</sup>: “[...] o jornalista tenta

<sup>1</sup> Disponível em <http://br.noticias.yahoo.com/globinho-inicia-fase-100-on-line-promove-concurso-100000068.html>. Acesso em 09.10.2013.

<sup>2</sup> Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/2013/09/1337641-o-jornalista-e-um-verdadeiro-ignorante-mas-um-ignorante-curioso.shtml>. Acesso em 12.10.2013.

achar a verdade. E são tantos assuntos! Vulcão que começa a cuspir fogo. Vacina nova contra a gripe. [...] Faz 50 anos que a ‘Folhinha’ vive nessa correria, tentando descobrir novidades úteis e interessantes para a criança que gosta de ler. E para os pais e professores dela”.

A pesquisa de Costa se baseou em dois anos de discussão da autora com crianças de 7 a 12 anos, em dois colégios particulares de São Paulo, em 1989 e 1990, e em uma pesquisa de opinião, elaborada pelo Instituto de Pesquisas Datafolha, em 1991, envolvendo crianças da mesma faixa etária, mas vindos também de escola pública. As perguntas versavam sobre o modo como as crianças liam e decodificavam o suplemento. Após a análise das respostas, Costa (1992: 227) diz que “no plano ideal, dada a diferença de repertório vocabular, deveriam existir dois suplementos infantis. Um para crianças de 7 a 9 anos e outro para as de 10 a 12 anos”.

Dois décadas depois, em nossa pesquisa de mestrado (Doretto, 2013), que investigou as falas das crianças ouvidas nas reportagens de capa da “Folhinha” e também do “Estadinho”, suplemento do jornal “O Estado de S. Paulo”, encontramos como conclusão secundária do trabalho essa mesma necessidade de divisão de cadernos, para a qual Costa chamava a atenção. O foco do trabalho, no entanto, sobre as falas das crianças que podiam ser coletadas nos textos, mostra que os cadernos infantis (reproduzindo o noticiário da imprensa para adultos) *dão muito pouco espaço para o discurso dos meninos e das meninas. A razão para essa ausência está, sobretudo, na pauta escolhida, não diversificada e bastante direcionada para o entretenimento*, sobretudo no “Estadinho”: muitas notícias sobre lançamento de produtos e atividades culturais, que, em geral, são apenas apresentados às crianças, e não debatidos por elas.

Associando as conclusões acima com as análises de Fischberg, podemos dizer que seria interessante, portanto, que os suplementos variassem os temas abordados – assim como Frias Filho parece sugerir –, trazendo mais falas e autorias de crianças, tomando o cuidado para não simplificar demais seus textos:

Elas sabem e declaram, inclusive, que esses assuntos [de que gostam] não se encontram, necessariamente, nos impressos voltados para o público infantil. Desta forma, consomem tudo aquilo que se destina a um público de faixa etária mais elevada que a sua, não apresentando dificuldades de compreensão em relação aos textos (Fischberg, 2007: 137).

O “Estadinho”, aliás, é outro suplemento infantil de referência no Brasil que teve sua vida encerrada em 2013 (em 20 de abril). O veículo ainda conserva um blog (<http://blogs.estadao.com.br/estadinho/>), mas a página não é mais atualizada (desde julho de 2013). Nesse mesmo ano, em janeiro, o suplemento havia comemorado seus 25 anos de existência. O caderno terminou em formato de meio tabloide, com dimensões parecidas com as de um minirrevista, fruto da última reforma gráfica e editorial realizada, em 2010. A cada edição, aos sábados, eram publicadas, em média, oito *páginas*.

Em 20 de abril, em texto publicado no jornal<sup>3</sup>, o “Estadão” afirmava: “[o “Estadinho”] deixará de circular semanalmente no impresso, mas seguirá nas

<sup>3</sup> Disponível em <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia-geral,estado-estrela-2-feira-a-nova-organizacao-do-jornal-impresso,151336,0.htm>. Acesso em 12.10.2013.

edições especiais”. No entanto, desde a reestruturação do jornal, nenhum projeto especial relacionado às crianças foi impresso. No mesmo texto, Francisco Mesquita Neto, diretor-presidente do Grupo Estado, afirmou que “o jornalismo independente e analítico” e a inovação têm marcado os 138 anos de história do jornal. “O [novo] projeto faz parte da visão de sustentabilidade empresarial do Grupo, de acompanhar as tendências de um mundo cada vez mais veloz e digital”. Ao que parece, o “Estadinho” não estava ligado ao projeto de “jornalismo independente e analítico”, e seu fim deve ter ocorrido para dar conta da “sustentabilidade” financeira da empresa.

Esse cenário de fragilidade estrutural, financeira e editorial dos suplementos infantis no Brasil *não é novo*. Em 2002, relatório da Andi e do Instituto Ayrton Senna<sup>4</sup> fez a primeira e única pesquisa abrangente sobre o conteúdo e produção dos suplementos infantis no Brasil, mapeando 36 veículos, de jornais de 28 cidades, em 13 Estados. A investigação mostrou que as publicações, em geral, tinham projetos editoriais pouco consistentes, não definiam bem o seu público leitor e contavam normalmente com apenas um profissional, que, sozinho, produzia a publicação. Para além das deficiências estruturais, seus editores adotavam “visão muito redutora das capacidades de ‘leitura’ dos acontecimentos e das notícias pelas crianças” (Andi; IAS, 2002: 29).

Apesar dessas deficiências, uma iniciativa diferente de jornalismo infantil na grande imprensa surgiu na década passada. O jornal “Zero Hora”, do Rio Grande do Sul, lançou em maio de 2006 uma seção praticamente diária chamada de “Para o seu Filho Ler”: são notas inseridas em textos de outras editoriais, explicando aquela notícia para as crianças, em tópicos. Há ainda (poucos) casos de notas autônomas, que não complementam uma matéria do jornal, mas trazem assuntos que o jornal considera interessantes ou importantes para a criança, com estrutura mais semelhante à de um texto destinado aos adultos, com título, *lead* e, em alguns casos, assinatura do jornalista responsável.

Machado e Borelli (2013: 226), em estudo sobre a seção, entrevistaram um dos idealizadores da iniciativa, Ricardo Stefanelli, que explicou que o “*PSFL* [Para Seu Filho Ler] surgiu justamente para fazê-las [as crianças] transitar pelas editoriais todas, sem colocá-las à parte - ao contrário, inseridas no jornal, para pegar gosto por ele também. A seção, por tabela, pode auxiliar a cativar novos leitores”. Em seu trabalho, as autoras criticam a ausência da voz infantil e da assinatura do jornalista responsável. Para elas, o jornal

determina o que e como vai ser enunciado, pressupõe seu leitor e refere algo que já faz parte do universo dessa criança. Para tal, acredita não ser necessária a nomeação dos enunciadores. O jornal, como dispositivo que faz parte de um contexto social, pode até produzir sentidos, mas, mais que isso, ratifica aquilo que crê ser do conhecimento de seu leitor (Machado e Borelli, 2013: 234).

Uma das principais implicações dessa evidência é a pouca variedade de temas abordados, já que, para o “Zero Hora”, segundo a leitura feita por Machado e Borelli (2013: 237), as crianças se interessam por curiosidade, utilidades ou matérias de

<sup>4</sup> O Instituto Ayrton Senna é uma organização não governamental brasileira que atua na área da educação.

agenda, mas não por violência sexual, esporte, política ou sustentabilidade (temas ausentes na seção).

Crítica semelhante aparece no mercado de magazines, em que a escassez de publicações não é diferente. Além da mensal “Ciência Hoje das Crianças”, o Brasil tem apenas uma única revista semanal para crianças, a “Recreio”, da Editora Abril. A primeira foi fundada em 1986, é ligada à Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência e dedica-se à divulgação de temas relacionados à ciência aos pequenos<sup>5</sup>. A segunda, fundada em julho de 1969, ficou em circulação até maio de 1982. “Nessa primeira fase, que durou 12 anos, foi um dos sucessos editoriais destinados ao público infantil e registrou alta tiragem, com histórias de grandes autores brasileiros, curiosidades folclóricas, científicas e de interesse geral, sempre acompanhada de um brinquedo”, segundo explica Ligia Stella Baptista Correia (2013: 102), que finalizou pesquisa de mestrado sobre a revista em 2010. A “Recreio” voltou a ser impressa em março de 2000 e hoje tem circulação semanal por volta de 100 mil exemplares e é direcionada para crianças entre seis e 11 anos. Em 36 páginas, apresenta textos sobre produtos culturais, como lançamentos de filmes, games, livros e desenhos animados, além de curiosidades, piadas e passatempos.

Correia, que analisou quase mil exemplares da revista, aponta que, assim como ocorre em suplementos de jornais e no “Zero Hora”, a presença das crianças nas páginas da publicação é escassa: “A Recreio da década de 70 propôs-se a estar próxima das crianças [...]. Isso não acontece com a revista atual: embora os leitores sejam convidados a enviar perguntas e desenhos, não fica claro o espaço disponibilizado para a sua participação (Correia, 2013: 103)”.

Em 2013, a investigadora Thaís Furtado defendeu tese de doutoramento também sobre a revista “Recreio”. Nessa investigação, ela mostra o quanto a circulação da revista está atrelada aos brindes que são distribuídos – são coleções de pequenos brinquedos que se sucedem, com duração de 20 semanas cada uma. Apesar disso, o discurso sobre o consumo não é o que predomina na revista. Ela conta:

No início deste trabalho, eu acreditava apenas que a revista se utilizava do brinquedo e das páginas de entretenimento e de conteúdo didático para, junto, incluir um outro discurso, o publicitário, a fim de acionar um outro desejo, o do consumo. Hoje já penso que não existe uma mão única. Esses discursos todos se misturam e acionam, sim, o desejo de consumo, mas acionam também o desejo de leitura (Furtado, 2013: 204).

Ao mesmo tempo que os veículos para as crianças publicados pela grande imprensa escasseiam, produtos alternativos surgem neste início da *década* de 2010 no mercado comunicacional brasileiro, porém, apenas no meio impresso e no on-line. *O país não tem nenhum programa jornalístico* voltado para crianças, nem mesmo na TV pública; o único telejornal para as crianças produzido no Brasil foi o “Globinho”, da TV Globo, que durou de 1977 a 1983, com Paula Saldanha na apresentação e com uma mistura de notícias e entretenimento (animações). Além disso, as novas publicações

<sup>5</sup> Como essa revista é objeto de nossa pesquisa de doutoramento, uma análise aprofundada ainda está em andamento.

se enquadram no nicho do didático, pois se dedicam apenas a explicar atualidades para as crianças – assim, não há a intenção de debater assuntos do seu cotidiano.

Em março de 2013 surgiu o “Recontando” (<http://recontando.com/>), que tem como subtítulo a frase “jornalismo na medida das crianças”. “A ideia é oferecer um espaço com o conteúdo totalmente trabalhado para as crianças e fazer, de fato, a aproximação delas com o *hard news*”, conta no site do projeto Simone Ronzani, uma de suas idealizadoras. A página produz vídeos, com presença de crianças e animações, que explicam “o os fatos mais diversos do cotidiano, de forma criativa e sempre contextualizada’ [...]”, ressaltou a jornalista.

Outro produto novo é o “Joca”, jornal quinzenal para crianças de 7 a 12 anos, vendido por meio de assinaturas. Lançada em novembro de 2011, a publicação é inspirada em periódicos internacionais, com pauta voltada para atualidades e textos de vocação didática, produzidos por jornalistas profissionais. Essa intencionalidade de apoio escolar se reflete na periodicidade – o jornal não é publicado em férias escolares – e na existência de um encarte, com textos e exercícios dedicados a pais e professores. Além disso, “com intuito de auxiliar pais e professores”, o veículo adianta a pauta da próxima edição com posts em seu site ([jornaljoca.com.br](http://jornaljoca.com.br); que traz também notas diárias).

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelo levantamento realizado nesta investigação, conclui-se que o jornalismo para crianças em Portugal tem se desenvolvido mais no meio televisivo do que no impresso, por iniciativa da RTP. O canal público, apesar de descontinuar programas, tem produzido, desde 2006, formatos jornalísticos dirigidos a crianças. O meio impresso e digital, contudo, tem apenas a revista “Visão Júnior” como representante.

No Brasil, por outro lado, não há produções com formato jornalístico para crianças na TV, e dois dos veículos impressos das grandes corporações de mídia no Brasil perderam suas páginas. Porém, nota-se que surgem iniciativas novas no setor do didático. Além disso, em estudos sobre os produtos já extintos ou ainda em circulação, com já alguns anos de vida, percebe-se que as falas das crianças costumam não aparecer com evidência nos textos (ou seja, a participação dos meninos e meninas é bastante reduzida) e que as redações que preparam essas publicações sofrem com a falta de estrutura. Nos dois países, portanto, há oportunidades para o desenvolvimento de produtos voltados para as crianças, com diferentes orientações editoriais – e estratégias comerciais.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andi; IAS (2002). Esqueceram de mim. *Pesquisa Andi/IAS*, Brasília, 6 (10).
- Candeias, C. (2005). Cuándo niños son el público: analizar la información de Quiosque. *Comunicar*, 25.
- Cardoso, A. E. (2008). Le Petit Journal Illustré de la Jeunesse: A verdadeira origem francesa d’O Tico-Tico. In *Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*.



- Correia, L. S. B. (2010). *O consumo serve para pensar: revista Recreio, crianças e alternativas para a formação de cidadãos*. Dissertação de mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Correia, L. S. B. (2013). A mídia, as crianças e a produção de conteúdo cultural. *Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano*, 1, 97-108.
- Doretto, J. (2013). *Pequeno leitor de papel*. São Paulo: Alameda
- Fischberg, J. (2007). *Criança e jornalismo: um estudo sobre as relações entre crianças e mídia impressa especializada infantil*. Dissertação de mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.
- Furtado, T. H. (2013). *O jornalismo infantil e o desejo de consumo: o discurso da revista Recreio*. Tese de doutoramento. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Furtado, T. H. (2012). Quem é a criança leitora imaginada pela revista *Recreio*. In *Anais do 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. Curitiba.
- Jorge, A. (2009). Consumir ou participar: análise dos produtos mediáticos para jovens 12-18. In *Actas das IV Jornadas Internacionais de Jornalismo*. Porto.
- Machado, L. N. & Borelli, V. (2012). As estratégias 'para o seu filho ler': estudo do contrato de leitura da seção infantil da *Zero Hora*. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 9 (2).
- Ponte, C. (2013). *Crianças e media: pesquisa internacional e contexto português do século XIX à actualidade*. Lisboa: ICS.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular.

## Jornalismo e crimes de proximidade: uma desconfiança metodológica complexa

CARLOS ALBERTO DE CARVALHO

caco5@uol.com.br

*Universidade Federal de Minas Gerais*

### Resumo

Os crimes de proximidade contra mulheres têm sido estudados a partir não somente das motivações mais gerais da violência – como o seu aumento especialmente em ambientes urbanos e por razões como uso de drogas, assaltos e outras tradicionalmente associadas às altas taxas de criminalidade – mas tem-se buscado compreender quais são as variáveis de gênero que auxiliariam na compreensão dessa modalidade de crime. Se é fato que acontecimentos dessa natureza possuem forte apelo para as coberturas jornalísticas, não são tão evidentes questões teóricas e metodológicas que envolvem as investigações dos modos como as mídias os abordam. O artigo tem como objetivo indicar um conjunto de desafios teóricos e metodológicos que envolve duas dimensões: aquelas implicadas nas definições dos crimes de proximidade para além da sua face mais evidente, qual seja, a de violências físicas e simbólicas praticadas em relações de parentesco e predominantemente nos lares das vítimas, e a própria cobertura midiática.

**Palavras-Chave:** Jornalismo; acontecimento; crimes de proximidade; feminicídios

---

### INTRODUÇÃO

A cobertura por diversas mídias jornalísticas brasileiras impressas e eletrônicas (internet, rádio e televisão) dos crimes de proximidade cometidos contra mulheres constitui do ponto de vista analítico um conjunto complexo de desafios teóricos e metodológicos. A primeira questão a enfrentar está na definição dos crimes de proximidade, uma vez que eles implicam componentes misóginos e de violência específica de gênero que têm sido tratadas, em determinadas circunstâncias, como feminicídios (Pasinato, 2011). Em tais condições as relações de gênero e suas hierarquizações a partir das pressuposições da superioridade masculina (Butler, 2008) são componentes que permitem melhor identificar a natureza e as motivações que levam aos crimes contra mulheres pela simples condição do feminino. A proximidade, na maioria das vezes identificada com o parentesco – maridos, filhos, irmãos, tios, primos –, pode ser repensada, quando de um viés sociológico mais amplo, para a noção de relações de confiança socialmente estabelecidas, o que incluiria, por exemplo, motoristas de ônibus, patrões, entregadores de pizza e outros profissionais que rotineiramente entram em contato com mulheres a partir da pressuposição da confiança institucional e que podem se tornar seus algozes. Trata-se, no entanto, de um desafio imposto a pesquisas dessa ordem e um dos objetivos da reflexão aqui proposta está em buscar contornos que tornem mais preciso – teórica e metodologicamente – o

conceito de crimes de proximidade e suas implicações para coberturas jornalísticas, ao menos para os desafios específicos da pesquisa em curso.

A natureza desafiadora e complexa dos crimes de proximidade se torna mais intrincada quando de sua apreensão como acontecimento que alimenta os noticiários. Desse modo, uma segunda ordem de “desconfiança metodológica complexa” se coloca: como ler as narrativas sobre crimes de proximidade coletadas em mídias noticiosas a partir dos desafios heurísticos desse tipo de acontecimento, acrescido da necessidade de também escrutinar os sentidos daquilo que alguns autores denominam acontecimentos problemáticos (Quéré, 2005). Essa segunda ordem de desafios nos leva à necessidade de definir o que são acontecimentos problemáticos, mas também nos impõe compreender como a materialidade jornalística sob análise está configurada como narrativas dotadas de especificidades em função de sua produção e circulação em dispositivos noticiosos que possuem características que nos fazem retornar à problemática anterior. Em outros termos, ao lidarmos com as narrativas jornalísticas temos a oportunidade de tensionar as próprias noções de crimes de proximidade. Trata-se de um exercício reflexivo no qual conceitos independentes e situados em campos de preocupação distintos – crimes de proximidade e cobertura jornalística – serão acionados em mútuo tensionamento que, esperamos, seja capaz de lançar luzes sobre seus contornos teóricos e metodológicos, em suas especificidades e em suas possíveis interconexões.

Denominada *Narrativas de um problema cotidiano: o testemunho jornalístico e a violência de gênero*<sup>1</sup>, a pesquisa que alimenta as reflexões aqui apresentadas tem como um dos seus objetivos identificar os modos como ocorre a cobertura noticiosa de acontecimentos que envolvem crimes de proximidade contra mulheres. A coleta de dados encontra-se em fase final, com previsão de uma última etapa no início de 2014, de modo que os dados parciais já permitem indicações bastante precisas daquilo que ao final teremos constituído como um *corpus* e suas questões. A tabela 1 apresenta a quantidade total de narrativas sobre os acontecimentos investigados, discriminados por modalidade de mídia noticiosa, correspondendo a coletas realizadas ao longo de uma semana em cada um dos meses de maio, julho, agosto, setembro, outubro e novembro de 2013. A escolha das mídias considerou duas variáveis quanto ao alcance: mídias regionais de importância em Minas Gerais (rádio *Itatiaia*, jornais *Estado de Minas* e *Super Notícias* – atualmente o periódico de maior tiragem média diária no Brasil –, o portal de notícias e variedades *UAI* e os telejornais *Jornal da Alterosa 2ª Edição* e *Balanço Geral*, da Record) e mídias de alcance nacional (*Jornal Nacional*, da TV Globo – telejornal brasileiro de maior audiência – e portais de notícias e variedades *UOL* e *G1*). A variedade de mídias inclui perfis populares e jornalismo de referência, permitindo um retrato o mais variado possível dos modos como são narrados acontecimentos que envolvem crimes de proximidade contra mulheres e uma noção aproximada do problema no Brasil.

<sup>1</sup> Desenvolvida com financiamento do CNPq e da Fapemig e bolsas da Capes por um grupo de docentes e discentes do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais.

Mídia	Rádio	TV	Jornal Impresso	Portais de Internet	
<b>Total por Mídia</b>	Itatiaia: 17	Balanço Geral: 57 Jornal da Alterosa: 37 Jornal Nacional: 11	Estado de Minas: 34 Super Notícias: 36	G1: 141 UAI: 101 UOL: 56	
<b>Totais Gerais</b>	17	104	70	298	489

Tabela 1: Totais de crimes de proximidade por mídias noticiosas  
Fonte: Pesquisa *Narrativas de um problema cotidiano: o testemunho jornalístico e a violência de gênero*

Sobre os resultados até aqui obtidos uma análise de viés mais quantitativo do que qualitativo – a última consiste precisamente na etapa que deverá se seguir aos esforços de delimitação teórica e metodológica propostos neste artigo – alguns dados são relevantes. Por exemplo, era esperada uma maior quantidade de notícias sobre crimes de proximidade na rádio Itatiaia do que os verificados (17), pois a emissora tem como característica conteúdo jornalístico predominante em sua programação, marcada editorialmente por temáticas de apelo popular, como o são crimes de forma geral. Não surpreende, por outro lado, que o programa *Balanço Geral* tenha liderado, dentre os programas de televisão, na quantidade de narrativas sobre crimes de proximidade (57) em comparação ao *Jornal da Alterosa 2ª Edição* (37) e ao *Jornal Nacional* (11), pois trata-se de jornalístico no qual as notícias sobre crimes – com forte acento sensacionalista predominam – adicionadas a matérias ao estilo “curiosidades bizarras”. A posição intermediária do *Jornal da Alterosa 2ª Edição* tem ao menos duas razões mais visíveis: sua duração é menor e trata-se de noticiário com maior variedade temática. O total de notícias do *Jornal Nacional* foi o esperado, por tratar-se de telejornal de abrangência nacional, portanto, com menor espaço para crimes de proximidade como os investigados, geralmente cobertos a partir também de uma lógica de “proximidade geográfica”, a ser ainda melhor explorada.

A pouca diferença entre os jornais impressos *Estado de Minas* (34) e *Super Notícias* (36) chama atenção, pois o segundo tem linha editorial popularesca, com a quase totalidade de suas chamadas de capa envolvendo variados tipos de crimes, enquanto o primeiro dedica-se a gama mais diversa de acontecimentos dos universos da política, da economia, da cultura e da cidade, dentre outras temáticas que tradicionalmente compõem o cardápio de jornais de referência. Sobre os números dos portais da internet não havia, a princípio, uma expectativa quanto aos totais de notícias que cada um apresentaria, ficando as explicações parciais pelo fato de o G1 (141) estar ligado a um grande conglomerado de empresas de comunicação, que engloba emissoras de rádio (uma delas a CBN, dedicada exclusivamente ao jornalismo) e de televisão (a TV Globo, com expressiva equipe de jornalismo, e a Globo News, especializada em jornalismo) e jornais impressos (dentre eles *O Globo*, de repercussão nacional). Os dados até agora obtidos sobre a cobertura do UAI (101) surpreendem pelo fato de ele ultrapassar o UOL, pois enquanto o primeiro é regional, ainda que contando com material de outras mídias (rádio Guarani, TV Alterosa e jornal *Estado de Minas*, dentre outras), o segundo tem alcance nacional e está ligado a um dos mais importantes jornais brasileiros, a *Folha de S.Paulo*, levantando

indaga es sobre a cobertura bem menos expressiva dos crimes de proximidade quando em compara o com os demais.

### **O QUE DEFINE O CRIME DE PROXIMIDADE?**

A primeira dificuldade teórica e metodológica na defini o dos crimes de proximidade está na escassez, ao menos no Brasil, de estudos voltados para a sua caracteriza o sociológica mais precisa. Talvez muito mais pela pouca preocupa o até o momento em identificar suas especificidades que por qualquer outra razão, os crimes de proximidade são ainda muito associados aos crimes passionais, estes investigados de forma mais detida.   assim que encontramos essa associa o em estudo de Paulo Vaz e Ga lly Rony sobre os modos como a cobertura midiática de crimes aciona lógicas de medo e compaixão com o objetivo de promover a identifica o com o sofrimento de estranhos:

O crime de proximidade, entre conhecidos, usualmente por razões passionais e que ocorre em espaços privados, como agressões entre cônjuges, não tende a gerar medo e, assim, não afeta a sociabilidade nas metrópoles (Rony & Vaz, 2008: 2).

  importante destacar que o fato de não gerarem medo individual e social, como o pânico frente a outras modalidades de crimes, como assaltos com armas, tiroteios e demais formas de violência largamente disseminadas, d  uma pista sobre a contradi o a que todo crime de proximidade está sujeito:   cometido por quem deveria proteger, particularmente por laços sentimentais. Não deixa de ser ingênuo, no entanto, esse ponto de vista quando a mesma defini o indica os crimes passionais como o exemplo mais comum dos crimes de proximidade,   medida que a passionalidade quase sempre está associada às hierarquiza es derivadas das rela es de g nero em sociedades machistas e misóginas, nas quais prevalecem pressuposi es da superioridade masculina sobre as mulheres, incluindo suposta condi o de submissão sexual e menor força física, que as tornaria vítimas mais fáceis. Parece-nos, assim, que a carência de reflexões mais aprofundadas sobre os crimes de proximidade   indicativa de dificuldades que não se encontram apenas na superfície do fen meno, mas que apontam para a necessidade de questionamentos, por exemplo, sobre o próprio significado historicamente atribuído aos crimes passionais, na maioria das vezes esvaziado da sua historicidade, ou em outros termos, da sua ótima conexão com as questões de g nero. Embora instigante, essa questão escapa aos objetivos desse artigo, razão pela qual limitamo-nos a indic -la.

Em texto jornalístico que não faz parte do nosso *corpus* encontramos a defini o policial para os crimes de proximidade como aqueles que resultam de “discussões entre vizinhos, confusões no trânsito ou conflitos dentro de casa que acabam em morte. Esses homicídios, causados por motivos banais, são chamados pela polícia de crimes de proximidade” (G1 PE: 2013). Se aqui a associa o com os crimes passionais não   feita diretamente, a no o de banalidade na motiva o   o elemento que pode contribuir para que sejam obscurecidas motiva es que não devem ser naturalizadas, como a crença na banalidade sugere. Antes de “naturais” os exemplos

apontam para a necessidade de melhor compreender quais são as dinâmicas que, afinal, estão por trás de desentendimentos de vizinhança, de querelas no trânsito e de desarmonias no lar. Certamente, além dos componentes de gênero – aqui com a outra face da moeda, qual seja, a de que ser homem é demonstrar força e poder – estão implicadas variáveis como uso de drogas, alcoolismo e outras que devem ser melhor matizadas para que da noção de banalidade se procure como historicamente as sociedades têm convivido com os problemas derivados do uso e abuso de drogas, álcool e todas as consequências das posições de gênero.

A necessidade de não negligenciar a historicidade das formas de violência física e simbólica implicada nos crimes de proximidade quando estes incidem exclusivamente sobre as mulheres, portanto, leva à exigência teórica e metodológica de investigar como as relações de gênero têm papel preponderante para o desencadeamento dessa modalidade de acontecimento. Nessa perspectiva são esclarecedores os estudos que indicam como as relações de gênero implicam modos de ser mulher a partir das hierarquias que pressupõem, mais do que a superioridade masculina, a inferioridade feminina (Butler, 2008, dentre outras referências). Mas não se pode negligenciar que as relações de gênero apresentam também componentes misóginos, que vão muito além do “ódio às mulheres”, que pode facilmente ser limitado a componentes psychologizantes, deixando de lado relações sociais bem mais complexas (Bloch, 1995; Fonseca, 2009). Se nos limites deste texto não nos é possível desenvolver conceitualmente todas essas variáveis – tarefa a ser enfrentada no desenrolar da pesquisa – o conceito de femicídio merece um pouco de atenção, à medida que aparece a partir de reflexões sobre crimes praticados contra mulheres nos quais consequências das relações de gênero misóginas estão fortemente presentes.

O femicídio é descrito como um crime cometido por homens contra mulheres, seja individualmente seja em grupos. Possui características misóginas, de repulsa contra as mulheres. Algumas autoras defendem, inclusive, o uso da expressão generocídio, evidenciando um caráter de extermínio de pessoas de um grupo de gênero pelo outro, como no genocídio (Pasinato, 2011: 230).

Mais do que uma definição conceitual de um problema verificado em diversos países – o assassinato, muitas vezes coletivo, de mulheres – o esforço de definir o femicídio tem sido o de politizar as discussões em torno de um problema que, segundo Wânia Pasinato, deve ainda ser visto como o que extrapola as relações de gênero, raça e cor. Busca-se, ainda, não apagar na generalidade dos casos de femicídio as particularidades envolvidas em tais crimes, permitindo avaliar variáveis das pessoas envolvidas e das sociedades nas quais eles ocorrem. Se até aqui temos um conjunto de questões teóricas e metodológicas que, *grosso modo*, gravitam em torno das relações de gênero e da ideia de que os crimes de proximidade são aqueles cometidos por pessoas conhecidas, especialmente do círculo familiar ou de vizinhança, as narrativas coletadas impuseram o desafio adicional de acrescentar a essas variáveis a perspectiva de que a proximidade, em sociedades de sociabilidades complexas e variadas como as nossas, deve incluir as relações de confiança socialmente estabelecidas.



Trata-se de um exercício reflexivo por aproximação, pois como indicamos, há carência de estudos mais detalhados sobre as reais dimensões teóricas e metodológicas implicadas no conceito de crimes de proximidade. Nossa proposta, sujeita a incompletudes e equívocos, é de que os crimes de proximidade – livres dos determinismos e reducionismos que os associam, naturalizando, a crimes passionais e por motivações banais – não ocorrem apenas em círculos familiares e de vizinhança, mas englobam também aqueles crimes cometidos contra mulheres em circunstâncias nas quais relações de confiança preexistentes por condições de sociabilidade específicas indicavam não tratar-se de possibilidade de vitimização física e/ou simbólica. O exercício teórico e metodológico exige dialogar com as tradições sociológicas que tratam das sociedades de risco e da confiança em sistemas peritos, trabalhadas especialmente pelos sociólogos Ulrich Beck e Anthony Giddens. O desenvolvimento conceitual da sociedade de risco dá-se a partir da constatação de que as sociedades industriais, em seu processo de desenvolvimento, criaram, contraditoriamente, novas condições de vida e as condições de destruição dessas mesmas condições, a princípio favoráveis. Beck foca sua atenção especialmente nos riscos associados ao aquecimento global, mas suas análises não excluem a possibilidade de verificação do risco em outras condições da existência social, particularmente para as formas de violência. Pensar as sociedades de risco é estar atento ainda aos reflexos da racionalidade que orientou o projeto de modernidade.

Na sociedade de risco, o reconhecimento da imprevisibilidade das ameaças provocadas pelo desenvolvimento técnico-industrial exige a auto-reflexão em relação às bases da coesão social e o exame das convenções e dos fundamentos predominantes da “racionalidade”. No autoconceito da sociedade de risco, a sociedade torna-se reflexiva (no sentido mais estrito da palavra), o que significa dizer que ela se torna um tema e um problema para ela mesma. (Beck, 1997:19, com destaque no original)

Os chamados crimes de proximidade, desse modo, ao mesmo tempo em que se inscrevem nas “consequências” da sociedade de risco, constituem um elemento a ser reflexivamente compreendido como parte constituinte dessas mesmas sociedades, o que em nossa pesquisa buscamos por meio dos modos como eles são jornalisticamente narrados. Mas o risco não pode ser aqui compreendido simplesmente como a exposição às contradições sociais, uma vez que, ainda na tradição dos estudos sociológicos, a noção de sistemas peritos (também chamados sistemas abstratos), desenvolvida por Anthony Giddens (1991) constitui outro diálogo que nos parece esclarecedor, à medida que aponta para a necessidade que temos, nas sociedades contemporâneas, de recorrermos a diversas especialidades para a solução de problemas cotidianos, da mobilidade pelos transportes a serviços como entregas de comida em casa, consertos diversos e outras especialidades. Se nas reflexões de Giddens os sistemas peritos são importantes para desvendar relações sociais na modernidade, quando estão perdidas formas de comunhão pré-modernas que garantiam outras modalidades de segurança e confiança, nos interessa aqui tomar do conceito, a partir de uma condição inevitável da nossa existência, qual seja, a de

que nossa confiança nos sistemas peritos e em seus representantes nos trazem a sensa o de que recorrer a eles não nos oferece riscos.   a partir dessa perspectiva que somos expostos a pessoas que não fazem parte de círculos próximos de relacionamento, mas das quais não esperamos atitudes de violência.

Por meio desse diálogo com as no es de sociedade de risco e de confiança em sistemas peritos tentamos mostrar outras variáveis importantes para a no o de crimes de proximidade, indicando que eles não resultam somente das violências físicas e/ou simbólicas praticadas por pessoas cujo convívio foi estabelecido nas rela es de parentesco ou de vizinhança. As rela es de confiança socialmente construídas – e necessárias – nas sociedades modernas para além daquelas que temos com parentes e vizinhos, propomos, devem também compor as condi es para compreensão teórica e metodológica dos crimes de proximidade, o que aumenta o alcance dessa modalidade de violência, particularmente quando de sua incidência sobre mulheres, como consequência das rela es de g nero. São crimes com tais características que constituem os acontecimentos jornalisticamente narrados que compõem o *corpus* da pesquisa que nos leva a este exercício de reflexão sobre as dimensões teóricas e metodológicas nele implicadas.

#### **NARRAR JORNALISTICAMENTE ACONTECIMENTOS PROBLEMÁTICOS**

As dificuldades teóricas e metodológicas que buscamos evidenciar na caracteriza o dos crimes de proximidade indicam estarmos diante de modalidade de acontecimentos cuja apreensão narrativa pelas mídias jornalísticas não   tranquila, por razões diversas, dentre as quais aqui destacaremos duas, a serem trabalhadas no desenvolvimento da pesquisa, inclusive em suas variáveis: 1) a forma de colocar em trama os casos particulares relatados sem perder a dimensão de historicidade que liga cada crime às condi es mais gerais nas quais estão inscritos, o que implica verificar em que medida vozes sociais são convocadas; 2) a caracteriza o dos acontecimentos problemáticos como categoria também ela a exigir uma mirada sobre a sua historicidade e seu enredamento em disputas de sentidos que, como já indicamos, são controversos.

Tomamos aqui o problema das narrativas a partir das proposi es de Paul Ricoeur de que narrar   articular tempo e arma o da intriga (1994; 1995; 1997), motivo pelo qual toda narrativa pressupõe verificar a historicidade nas quais são tecidas e lidas (2007). Como toda narrativa tende a dizer sobre alguém no mundo, envolvido em algo,   também importante verificar como as identidades são narrativamente construídas (1991), o que nos permite investigar, no caso das narrativas jornalísticas, a quem   dada voz para dizer sobre os crimes de proximidade. Por exemplo, as leituras até o momento feitas das narrativas coletadas indicam que antes da violência física, quase sempre radicalizada no assassinato, há violências simbólicas, como ameaças, que se levadas a sério por autoridades policiais, poderiam evitar o desfecho trágico. Em tais circunstâncias coloca-se a necessidade teórica e metodológica de verificar em que medida considerar ou não as mulheres envolvidas

nos crimes de proximidade nas coberturas noticiosas aponta para um modo não somente jornalístico – mas amplamente disseminado socialmente – de dar voz ou silenciar as vítimas em suas reivindica es de prote o. Em síntese, trata-se de escrutinar os modos como estes acontecimentos são jornalisticamente narrados, evidenciando a capacidade de dar conta das complexas rela es entre narrativas, historicidade e identidades construídas nas e pelas formas de narrar.

Inscritos em campo controverso, os crimes de proximidade podem ser definidos como problemáticos, tal como sugestão de Louis Quéré (2005). Desse modo, as análises que empreenderemos do conjunto de narrativas deverão dar conta da verifica o dos níveis de disputa de sentidos em torno de tais crimes. Tal como indica Quéré, acontecimentos problemáticos são ainda dotados de poder hermenêutico, pois exigem interpreta o, ao mesmo tempo em que o gesto interpretativo   parte de sua coloca o em perspectiva histórica, dada a necessidade de verificar em que medida eles representam continuidades ou rupturas, instauram algo novo no mundo ou auxiliam na compreensão de determinadas regularidades. Acontecimentos assim são permanentemente submetidos ao que o autor denomina de enquetes, melhor compreendidas como esforços de atribui o de sentidos. Como foi possível notar, os crimes de proximidade têm sido ora interpretados em seus sentidos como quase equivalentes aos crimes passionais, ora vistos como gestos de violência derivados de situa es banais, como discussões de trânsito, brigas entre vizinhos e outras modalidades. Ao sugerirmos a amplia o da abordagem dos crimes de proximidade pela incorpora o de outras categorias sociológicas estamos alertando para o fato de que os significados dessa modalidade de violências físicas e simbólicas não são assim tão pacíficos como parece em uma primeira visada. Por exemplo, conforme indica a tabela 2, em todas as mídias encontramos prevalência da violência física sobre a simbólica, mas fica uma questão a ser trabalhada: nas próprias narrativas não estariam indícios de que medidas preventivas poderiam diminuir o número de agressões físicas mais sérias ou mortes?

M�dia	Rádio	TV	Jornal Impresso	Portais de Internet
<b>Violência física</b>	16	90	57	234
<b>Violência simbólica</b>	1	15	11	68

Tabela 2: Modalidades de violência por mídias noticiosas

Fonte: Pesquisa *Narrativas de um problema cotidiano: o testemunho jornalístico e a violência de g nero*

O desenvolvimento da pesquisa terá que se haver com este conjunto de questões teóricas e metodológicas aqui rascunhadas, no que nos parece uma alternativa mais profícua para lidar com as múltiplas dimensões do problema.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Beck, U. (1997). A reinven o da política: rumo a uma teoria da moderniza o reflexiva. In U.Beck; A. Giddens & S. Lasch, *Moderniza o reflexiva: política, tradi o e estética na ordem social moderna*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista.

- Bloch, R. H. (1995). *Misoginia medieval e a invenção do amor romântico ocidental*. Rio de Janeiro: Ed. 34.
- Butler, U. (2008). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Fonseca, P. C. L. (2009). Vozes da misoginia medieval: Aristóteles disseminado em Santo Isidoro de Sevilha, Santo Anselmo e São Tomaz de Aquino. *Notandum*, 21, 22-29.
- G1 PE (2013). *Crimes de proximidade são os mais difíceis de evitar, diz policial de PE*. Disponível em <http://g1.globo.com/pernambuco/noticia/2012/03/crimes-de-proximidade-sao-os-mais-difceis-de-evitar-diz-policial-de-pe.html>. Acesso em 17.01.2014.
- Giddens, A. (1991). *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista.
- Pasinato, W. (2011). 'Femicídios' e as mortes de mulheres no Brasil. *Cad. Pagu*, 37.
- Quéré, L. (2005). Entre o facto e sentido: a dualidade do acontecimento. *Trajectos – revista de comunicação, cultura e educação*, 6, 59-75.
- Ricoeur, P. (1991). *O si-mesmo como um outro*. Campinas: Papirus.
- Ricoeur, P. (1994). *Tempo e narrativa – Tomo I*. Campinas: Papirus.
- Ricoeur, P. (1995). *Tempo e narrativa – Tomo II*. Campinas: Papirus.
- Ricoeur, P. (1997). *Tempo e narrativa – Tomo III*. Campinas: Papirus.
- Ricoeur, P. (2007). *A memória, a história, o esquecimento*. Campinas: Editora da Unicamp.
- Vaz, P. & Rony, G. (2008). Experiência urbana e narrativas de crime. *Revista E-Compós*, 11 (1).

## El feminicidio en el Estado de México y su construcción en El Sol de Toluca

MARÍA DEL ROSARIO DEL VALLE SILVERIO

sitara\_qtzl@hotmail.com  
*Universidad de Ixtlahuaca CUI*

### Resumen

El género es uno de los temas que los medios retoman y recrean a través de sus discursos, a partir de ellos se ha construido y legitimado el papel de la mujer. Uno de los temas de importante reconsideración dentro de los medios, en relación al género, es el feminicidio.

En la presente ponencia se analizan las representaciones que sobre el feminicidio hace “El sol de Toluca”, diario de circulación local en la capital del Estado de México, para mostrar cómo ha invisibilizado feminicidio como problema social mediante de su discursiva periodística.

**Palabras Clave:** Feminicidio; espacio público; invisibilización; discurso periodístico

---

### INTRODUCCIÓN

En el texto *Femicide: The Politics of Woman Killing* (Feminicidio. La política del asesinato de las mujeres), la estadounidense Diana Russell definió al feminicidio como el asesinato de mujeres por parte de hombres, en tanto manifestación más extrema de la violencia contra las mujeres donde hay que tomar en cuenta los actos violentos, los motivos y el desequilibrio del poder, por ello mismo ve al feminicidio como un crimen de naturaleza política. Para poder entender la representación social que la sociedad hace del feminicidio, es importante analizar el discurso de los medios periodísticos y los periodistas manejan al respecto.

La agenda mediática coloca los temas que le son relevantes y con ello va construyendo representaciones sociales, es decir, esas ideas, creencias y valores con respecto a los acontecimientos sociales. Especialmente en México, el feminicidio ha logrado colocarse en la agenda mediática debido a las leyes y al intento de alertas que se han generado sobre el mismo. Sin embargo, en el trabajo cotidiano del ejercicio periodístico los feminicidios siguen apareciendo como un acontecimiento que concierne al espacio privado. De ahí que el objetivo del presente trabajo es analizar las representaciones que sobre el feminicidio hace “El sol de Toluca”, diario de circulación local en la capital del Estado de México (entidad en la que el número de feminicidios es alto y se ha intentado generar la alerta de género), para mostrar cómo ha invisibilizado feminicidio como problema social al posicionarlo como un acto de vandalismo, delincuencia, venganza o crimen pasional.

Además de reflexionar sobre las representaciones que se hace del feminicidio, se recupera la importancia de la relación que guardan los medios informativos para colocar en la agenda mediática las cuestiones de género, que hoy en día van cobrando mayor importancia en la agenda pública.

### **ESTADO DE MÉXICO: EJE SOCIOPOLÍTICO**

El Estado de México es uno de los más representativos dentro de la República Mexicana debido a su economía, política, y diversidad cultural. La economía mexicana ocupa el segundo lugar nacional del producto interno bruto (PIB) del país, que representa al 10 %. Su economía lo coloca a la par de otras grandes economías latinoamericanas.

El Estado de México presenta ventajas estratégicas debido a su cercanía con la capital, en la cual se encuentra una de las zonas industriales que aportan realce a la economía mexicana. Sobre todo debido a la fuerte presencia de inversión, desarrollo industrial y turístico, así como a la importancia del Estado en relación a la política mexicana, ya que municipios como Atlacomulco y Huixquilucan han sido cuna de la clase política en México.

Sin embargo, desde el eje social, cuestiones como la pobreza, la falta de acceso a servicios públicos, la migración, el desempleo, entre otras problemáticas presentes en los municipios mexiquenses han generado que la mujer actual comience a tener una mayor participación social, política y económica.

Muchas de las mujeres mexiquenses se han convertido en el sostén de sus hogares, lo cual implica que muchas de estas abandonen prematuramente la escuela para insertarse al campo laboral. Esto coloca a la mujer en un espacio público, lugar que por mucho tiempo (y justificado por el patriarcado) perteneció al hombre.

Es entonces cuando el empoderamiento de la mujer coloca al hombre en una situación de “vulnerabilidad” social, ya que ahora ya no es el hombre el que toma las decisiones importantes, o el que tiene los puestos más elevados, sino es ahora la mujer. De acuerdo a Nelson Arteaga (2010), en la violencia contra la mujer intervienen procesos simbólicos debido a que dicha violencia se revela como resultado del proceso de construcción de la mujer como sujeto, ya que se niega la subjetividad de la ésta. Dicha construcción de la mujer como sujeto y no como objeto despiertan en el varón dominante un sentido de inferioridad, ya que en el momento en que la mujer se construye simbólicamente como sujeto, el varón deja de tener todo control sobre ésta, la mujer deja de estar en una condición de subordinación y dependencia ante el hombre se vuelve independiente.

La mayoría de las mujeres ha sido víctima de la violencia ya sea en el ámbito privado o en el público. La violencia generada a raíz de una construcción simbólica de la mujer que “atenta contra la masculinidad” de varón o que puede reconfigurar su masculinidad y ponerlo en un estado de inferioridad ante la mujer.

La inserción de la mujer al ámbito público la hace propensa a ser víctima de violencia de género y más aún de un feminicidio.



## ANTECEDENTES. ESTADO DE MÉXICO: CONTEXTO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO Y EL FEMINICIDIO

En el Estado de México, la problemática del feminicidio ha reflejado un importante crecimiento durante la primera década del siglo XXI. Esta situación se ha venido registrando a partir del 2000. En Julio del 2011 la revista *Proceso*<sup>1</sup> publicó un reportaje en el cual se mostraban cifras sobre el feminicidio en el Estado, de la cual se retomaron algunos datos.

Desde 2006, se encendieron los focos rojos por el aumento de los feminicidios en la entidad. En febrero de ese año, la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Relacionados con los Homicidios de Mujeres de la Procuraduría General de la República (PGR) reportaba 379 feminicidios en Toluca, lo que situó a la capital mexicana en primer lugar en feminicidios, aun por encima de Ciudad Juárez, Chihuahua.

En abril de 2006 se reportaron siete homicidios en los límites de los municipios de Chimalhuacán y Nezahualcóyotl. En ese entonces, el Instituto Ciudadano de Estudios Sobre la Inseguridad (ICESI) informó que, según sus estudios, en Toluca se cometían 12.2 homicidios dolosos por cada 100 mil mujeres y en Naucalpan 7.3, mientras que en Ciudad Juárez la media era de 4.3.

La dependencia estatal reconocía en ese momento 0.76 homicidios dolosos por cada 100 mujeres. Sin embargo, un estudio elaborado por la Cámara de Diputados confirmó que entre 2006 y 2007 el Estado de México fue la entidad federativa con más crímenes contra mujeres, con un total de 299. Lo siguieron el Distrito Federal (244), Michoacán (202), Guerrero (120), Veracruz (135), Jalisco (119) Puebla (109), Baja California (105), y el resto con menos de 100, incluyendo a Chihuahua (84).

En 2009 las tendencias cambiaron. La Procuraduría General de Justicia del Estado de México reveló que de enero a agosto de ese año alrededor de 75 menores de edad habían sido asesinadas y que hasta el día 4 de este último mes se reportaron 108 homicidios dolosos de mujeres. Así, la cifra de feminicidios en lo que iba del sexenio se elevaba a 664, la mayoría cometidos en Ecatepec, Nezahualcóyotl, Chimalhuacán, Cuautitlán Izcalli, Tlalnepantla, Atizapán, Valle de Chalco y Toluca.

Ante datos oficiales en el Estado de México se cometieron 922 homicidios dolosos entre enero de 2005 y agosto de 2010. Varios de estos de manera violenta, ya que presentaban huellas de tortura y de abuso sexual. En 9 de cada 10 asesinatos no se ha hecho justicia (89% de los casos) pues sólo 76 homicidas han sido sentenciados. El 54% de esos crímenes se concentró en 10 de los 125 municipios del estado.

Las cifras anteriores hacen evidente que en el Estado de México, el acceso efectivo a la justicia no es una garantía, en muchas situaciones de violencia, las víctimas mujeres no obtienen un acceso a recursos judiciales aptos y efectivos al denunciar los hechos sufridos, permaneciendo la gran mayoría de estos incidentes en impunidad.

Es por esto que investigadores y Organizaciones no Gubernamentales consideran a la violencia contra la mujer y en especial el feminicidio es una violencia institucionalizada, pues a pesar de que se cuenta con los marcos legales, las autoridades

<sup>1</sup> Revista mexicana semanal de análisis político y social.

cometen acciones que desfavorecen la vigencia y el respeto de los derechos de las mujeres.

De acuerdo con el Informe sobre el Estado de México en el sexenio 2005-2011, se establecieron ciertos parámetros para el análisis de los feminicidios en el Estado. “El análisis de esta problemática se abordó desde tres dimensiones, mismas que permiten la práctica del feminicidio:

1. Discriminación de género presente en los homicidios dolosos de mujeres.
2. Discriminación de género en los operadores de justicia en el Estado de México.
3. Acciones/omisiones en la impartición de justicia en el caso de feminicidios en el Estado de México.

Desde esta dimensión se toman en cuenta variables que permiten analizar los rasgos de los homicidios dolosos contra mujeres para poder suponer que reúnen los rasgos de un feminicidio, a partir de: a) causa de muerte; b) lugar de hallazgo del cuerpo; c) la relación de la víctima con el victimario; d) motivo del asesinato”.<sup>2</sup>

Mismas que serán consideradas para el Análisis Crítico de Discurso.

## **2011: SE TIPIFICA EL FEMINICIDIO**

En el 2006 la Convención para la eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres (CEDAW) señala en las “Observaciones finales del Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer: México”, la necesidad de tipificar al feminicidio. Así mismo el Comité de Derechos Humanos y la Organización de Naciones Unidas (ONU) exhortaron a las autoridades mexicanas la necesaria tipificación del feminicidio.

Ante estos hechos, a inicios del año 2011 se emitieron iniciativas en la LXI (sexagésima primera) Legislatura para tipificar el feminicidio, cuatro de las cuales fueron presentadas durante los meses de febrero y marzo del mismo año, en la Cámara de Diputados Federal para la tipificación del feminicidio o la violencia feminicida, las cuales fueron presentadas por Diputadas integrantes de diversos grupos parlamentarios.

El 17 de marzo del 2011, la reforma a los códigos Penal y de Procedimientos Penales mexiquenses, aprobada por el Congreso definió el feminicidio como “privación de la vida, asociada a la exclusión, subordinación, discriminación o explotación; cuando ocurra con una persona con quien se haya tenido una relación sentimental, afectiva, o de confianza laboral o escolar; cuando el agresor haya ejecutado conductas sexuales crueles o degradantes o mutila a la víctima, o cuando existan con antelación actos que constituyan actos de violencia familiar del ofensor hacia el ofendido”.

Sin embargo, especialistas opinan que la tipificación deja a la interpretación de los jueces si el asesinato fue por razones de género, es decir si hubo subordinación,

<sup>2</sup> Informe sobre el Estado de México durante el sexenio 2005-2011: La violación sistemática de derechos humanos como política de Estado. editado por el Centro de Derechos Humanos Miguel Agustín Pro Juárez, A.C. México, D.F., septiembre de 2011.

exclusión, las cuales son condiciones difíciles de probar, pues no se tiene el testimonio de la víctima.

Esta fecha tiene una importancia fundamental en la presente investigación, ya que se tomó como pauta para el análisis del discurso periodístico ejercido por el *Sol de Toluca*, en relación a los feminicidios.

### **MÉTODO Y CORPUS DISCURSIVO**

Para el análisis de las noticias referentes al feminicidio se utilizó el Análisis Crítico del Discurso ya que según Ruth Wodak (2010) el Análisis Crítico del Discurso (ADC) interpreta el discurso como una práctica social, y como tal plantea una relación entre el discurso, los actores sociales, las situaciones, las instituciones y las estructuras que componen la sociedad. La importancia entonces de analizar el discurso desde una perspectiva crítica radica en tomarlo como un factor social.

El discurso como práctica social puede influir en la ideología de los actores sociales. Mediante el discurso se puede contribuir a erradicar las desigualdades sociales o bien reproducirlas, el ACD plantea una mirada hacia el discurso en favor de las minorías o de los grupos oprimidos, es por ello que en esta investigación se utilizará el ACD para analizar la representación social del feminicidio que hace el *Sol de Toluca*.

Como objeto de estudio se tomó al *Sol de Toluca*, ya que de acuerdo a encuestas sobre la prensa escrita, uno de los diarios más consumidos es el *Sol de Toluca*, al ser uno de los periódicos con mayor antigüedad en la capital del Estado de México y con un precio más accesible.

Durante la investigación se revisaron 211 periódicos correspondientes a los meses de diciembre del 2010 a junio del 2011, tomándose tres meses antes de la tipificación del feminicidio y tres meses después. De los 211 periódicos revisados, se encontraron 23 notas de feminicidio, de las cuales se tomaron diez notas como corpus discursivo, en función de su relevancia.<sup>3</sup>

### **RESULTADOS**

De las diez notas revisadas, las víctimas aparecen en lugares públicos y en su mayoría aparecen con el cuerpo descubierto, esto hace evidente el afán de exhibir a las víctimas. El feminicidio no se hace evidente si se realiza en un lugar privado, en cambio si las víctimas aparecen los lugares públicos, este fenómeno se hace visible.

“Rastrean la zona boscosa... hace días en la carretera de Tenancingo-Malinalco fue encontrado el brazo de una mujer” (Rodrigo Miranda, Magdalena Santiago, 2010), “El hallazgo fue realizado ayer por los vecinos de la zona que descubrieron el cuerpo al costado del río” (Rodrigo Miranda, 2011), “Las dos presentan huellas de haber sido atacadas sexualmente; se encontraban semidesnudas y devoradas

<sup>3</sup> Se consideró la relevancia a partir de factores como la sección en la que aparecieron las noticias, la posición de la noticia dentro de la página, el título y el seguimiento noticioso.

por la fauna silvestre. Fueron halladas en la carretera, Chalco-Tlahuac” (El Sol de Toluca, 2011)

En cuanto a la relación de las víctimas la mayoría guardaba algún tipo de relación con su homicida.

“Su novio la mató” (El Sol de Toluca, 2010), “El presunto asesino es familiar del alcalde de Atlacomulco, donde laboraba la víctima” (El Sol de Toluca, 2011).

En el primer caso el discurso justifica el acto, porque Karla le pertenecía al novio ya que guardaban una relación de noviazgo. De acuerdo al orden de las palabras, el adjetivo posesivo “su” hace referencia a que la persona que antecede a él, le pertenece. Novio indica una relación de noviazgo, el pronombre “la” indica a una tercera persona de género femenino, en el título la víctima se invisibiliza, ya que no se utiliza el nombre de la víctima.

En cuanto a la causa en los discursos periodísticos se justifica el acto debido a cuestiones como el crimen pasional, un engaño, a vandalismo o al crimen organizado.

“Lo engañaba con otro” (El Sol de Toluca, 2010). “Aparentemente la mujer había asistido a un baile público y posteriormente apareció en este lugar” (El Sol de Toluca, 2011). “De acuerdo con información preliminar, se trata de una venganza del crimen organizado” (El Sol de Toluca, 2011)

Las víctimas en su mayoría eran jóvenes de entre 15 a 30 años, solo 4 de las víctimas eran de más de 35 años. La edad se convierte en un factor importante de la visibilización.

Otro de los resultados arrojados corresponde al seguimiento de las noticias, sólo en dos casos existió un seguimiento. Los casos de Karla Rueda y Sara Guadarrama fueron los únicos que tuvieron relevancia en este tipo.

El primer caso se hizo evidente debido a que ante el caso de Karla (estudiante de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM)), se generaron movilizaciones exigiendo el esclarecimiento del homicidio de la víctima, por lo cual la Procuraduría General de Justicia del Estado de México (PGJEM) inició las investigaciones necesarias para la detención del homicida.

En el feminicidio de Sara Guadarrama, la evidencia se hizo debido a que su homicida era familiar del Alcalde en turno del municipio de Atlacomulco (municipio importante dentro de la política mexiquense), la importancia de esa nota recayó en el homicida, la relevancia de la víctima desapareció en el discurso.

Cabe mencionar que de las notas analizadas, estas dos recobran importancia en relación a que fueron las únicas que aparecieron en la primera plana del diario.

De las diez noticias analizadas, sólo en dos se enuncia al fenómeno como feminicidio. “Van tres feminicidios” (El Sol de Toluca, 2011). “Dos más a la lista de feminicidios” (El Sol de Toluca, 2011), aunque los títulos denotan que anteriormente existieron más feminicidios, en las otras noticias no se abordan como tal. La primera nota apareció en el mes de febrero, un mes antes de la tipificación y la otra noticia apareció el 18 de marzo, un día después de la tipificación del feminicidio como

delito, después de esa fecha, no hay noticias en las que se hable concretamente del fenómeno social como feminicidio en los titulares ni en el cuerpo del texto.

En la mayoría de las notas analizadas, el feminicidio queda invisibilizado. No se habla de este como tal ni se dan explicaciones que posicionen al feminicidio dentro de la opinión pública.

“Registran 10 municipios 50% de asesinatos de mujeres: AC”, en la cual dan a conocer las declaraciones del entonces procurador Alfredo Castillo Cervantes ante el fenómeno feminicida, el cual dice que “los crímenes han estado asociados a drogas, delincuencia, maltrato intrafamiliar, móvil pasional, riñas, robo, secuestro, venganza y violación principalmente (...) no se registró ningún asesinato doloso contra una mujer o un feminicidio (...) muchos de los casos de violencia contra la mujer no tienen nada que ver con su situación de género, sino con otros elementos como la descomposición social” (El Sol de Toluca, 2011).

Resulta crucial esta noticia debido a las declaraciones citadas en ella, en las cuales se dice que en el estado no existe feminicidio, pese a que el mismo diario ha documentado el fenómeno. La noticia no concluye con una crítica o análisis de lo planteado, simplemente se limita a reproducir el discurso emitido por el funcionario.

Las notas de feminicidio se tornan un espacio de denuncia ciudadana, no se esclarecen las causas, ni recomendaciones, ni se hace un seguimiento, lo cual deja a la ciudadanía con un concepto muy pobre del feminicidio. Se representa al feminicidio como una consecuencia de la delincuencia en el país, no se hablan de cuestiones de género ni se hacen investigaciones más profundas de los hechos.

## DISCUSIÓN

Dentro del Estado existen Instituciones que contribuyen a reproducir las inequidades de género, una de estas Instituciones son los medios de comunicación. Es por ello que uno de los desafíos en la prensa, es etificar el tratamiento de la violencia a través de su discursiva.

No deben vincularse el morbo con la violencia en los medios de comunicación, ya que esto solo satiriza la información. En cuestiones de género como lo es el feminicidio se debe esclarecer que se tratan de cuestiones genéricas, se debe abordar desde una perspectiva de género y no como un resultado de la delincuencia actual, ya que esto pone en un segundo plano al feminicidio.

Si se sigue abordando al feminicidio como un crimen pasional, la discursiva justifica los actos violentos contra las mujeres, es por ello que se debe tener un cuidado especial para tratar estos temas. Los reporteros deben tener un bagaje cultural amplio sobre los temas que abordan en los medios para sensibilizar a la ciudadanía, sino la representación que se le crea es una trivialización de la violencia de género.

Sin embargo, en esta tarea de etificación del tratamiento de la violencia, no sólo están implicados los medios, sino también los receptores. Este trabajo se vuelve mutuo, ya que se debe vincular a la ciudadanía para generar un mejor periodismo. El ciudadano debe tener una participación en el tratamiento de la información, se debe generar una educación en torno al periodismo cívico ya que sólo así se podrá

generar una opinión pública a través de los temas que interesan a la población para erradicar la opinión pública a través de los medios de comunicación.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arteaga, N. (2010) *Por eso la maté. Una aproximación sociocultural a la violencia contra las mujeres*. Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México.
- Bonilla Vélez, J. I. (1995). *Violencia, medios y comunicación: otras pistas para la investigación*. México: Edit Trillas.
- Colorado, C. (2010). Una mirada al Análisis Crítico del Discurso. Entrevista con Ruth Wodak. *Discurso & Sociedad*, 4 (3), 579-596.
- Ferrer Pérez, V. (2005). Introduciendo la perspectiva de género en la investigación psicológica sobre la violencia de género. In *Anales de Psicología* 001, vol 2.
- Gomes Pereira, P. P. (2008). Reseña de "Violencia y género en la sociedad patriarcal: Las estructuras elementales de la violencia: ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos" de Rita Laura Segato". *Avá. Revista de Antropología*, 12, 162-163.
- Lagarde, M. (2006). Del femicidio al feminicidio. *Desde el jardín de Freud*, 6.
- López Ríos, A. A. (2007). Representaciones sociales: otra perspectiva de estudio de la violencia. *Revista Colombiana de Psiquiatría*.
- Rondoletto, M. (2001). Sujeto y discurso Periodístico. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Jujuy*
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta de Moebio en línea*, 41, 207-224
- Serrano, M. (1986). *La producción social de la comunicación*. España: Edit Alianza.
- Van Dijk, T. (2000). *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Gedisa editorial, Barcelona, España.

### OTRAS REFERENCIAS

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (2007) En línea. [Acceso el 14.11.2012].
- El Sol de Toluca (2011) Presentaron al asesino de la joven de Atlacomulco. *El Sol de Toluca*. 4 de marzo del 2011, 13/A.
- El Sol de Toluca (2011) Encobijada y muerta en Tlalnepantla. *El Sol de Toluca*. 10 de abril del 2011, 8/A.
- El Sol de Toluca (2011) Hallan cadáver de mujer en San Francisco Acuatla. *El Sol de Toluca*. 37 de mayo del 2011, 11/A.
- Miranda, R. (2010). Su novio la mató. *El Sol de Toluca*. 11 de diciembre del 2010, 4/A.
- Miranda, R. (2011). Golpeada, mancillada y violada en Calixtlahuaca. *El Sol de Toluca*. 23 de enero del 2011, 13/A.



- Miranda, R. (2011). Van tres feminicidios. *El Sol de Toluca*. 3 de febrero del 2011, 4/A.
- Miranda, R. (2011) Violó, asesinó y arrojó a su novia a una barranca. *El Sol de Toluca*. 27 de febrero del 2011, 4/A.
- Miranda, R. (2011). Dos más a la lista de feminicidios. *El Sol de Toluca*. 18 de marzo del 2011, 17/A
- Miranda, R. (2011). Ejecutaron a mujer en Zinacantepec. *El Sol de Toluca*. 9 de mayo del 2011, 13/A.
- Santiago, M. (2010). Confesó homicida de Karla Rueda. *El Sol de Toluca*. 13 de diciembre del 2010, 4/A.
- Santiago, M. (2011). Registran 10 municipios 50% de asesinatos de mujeres: A.C. *El Sol de Toluca*. 17 de febrero del 2011, 12/A.
- Vergara, R. (2011). Indolencia ante la ola de feminicidios. *Proceso*, 4 de julio de 2011- reportaje especial.

## Outro valor da notícia? Reflexão sobre as tensões entre a organização de mídia e o jornalista profissional

SONIA VIRGÍNIA MOREIRA & EMERSON DOS SANTOS DIAS

soniavm@gmail.com; emerson.dias@gmail.com  
*Universidade do Estado do Rio de Janeiro*

### Resumo

A crise da mídia tradicional e a ampliação do poder de corporações virtuais e de segmentos diversos do entretenimento envolvem discussões sobre jornalismo, produção de conteúdo e mensuração do valor da notícia neste século. Para amparar nossa proposta de análise, cruzamos três relatórios com fatos de 2013 envolvendo mídias tradicionais e digitais, entre eles a absorção da revista *Newsweek* pela empresa de notícias on-line *IBT Media* e a compra do *The Washington Post* pelo fundador da Amazon. Observando tal cenário, percebemos que o jornalismo segue capaz de catapultar empresas paralelas ao segmento e de atrair a atenção/consumo de um público em busca de informações diversas. O quadro mostra a demanda por ações de reformulação das organizações jornalísticas para equalizar respeito, referência e resultado, dentro e fora do ambiente virtual, com base no jornalismo de qualidade, em meio ao "oceano do infotainment" (Dejavite, 2006). Uma maneira de atrair o público seria reformular o conceito de valor assimilado pelos consumidores de conteúdo (Picard, 2013). Nesse ambiente de mudanças estruturais no campo da atividade jornalística, este artigo parte das análises do jornalismo pós-industrial (Anderson, Bell e Shirky, 2013) e do conceito que segue atual de valor-notícia (Galtung, Ruge, 1965/1999) para analisar as tensões entre organizações midiáticas.

**Palavras-Chave:** Conglomerados; organização de mídia; jornalismo; valor-notícia

---

### INTRODUÇÃO

Na linha do tempo das organizações produtoras de notícia e de entretenimento, o ano de 2013 marcou três movimentos de peso no âmbito da indústria de mídia norte-americana: 1. a venda a Jeff Bezos, fundador e *CEO* da gigante do comércio eletrônico Amazon, do jornal *The Washington Post*, diário comandado pela família Graham há oito décadas; 2. a aquisição da revista *Newsweek* por Etienne Uzac, cofundador e diretor executivo da empresa de notícias on-line *IBT Media* (*International Business Time Media*); 3. a compra do *The Boston Globe* por John W. Henry, o principal proprietário da equipe de beisebol *Boston Red Sox*. As três transações haviam sido precedidas, em 2012, pela compra da maioria das ações da Media General Inc. por Warren Buffett e sua holding multinacional de conglomerados Berkshire Hathaway Inc.

Da negociação que resultou na venda do *The Washington Post* é importante destacar o perfil das empresas: o jornal foi um dos clássicos da produção impressa centrada na credibilidade jornalística conquistada por ações históricas, como a série de reportagens iniciada em 1972 sobre o escândalo Watergate, que culminou na saída de Richard Nixon da presidência dos Estados Unidos em agosto de

1974. A Amazon, por sua vez, tornou-se referência na oferta de conteúdo editorial e de produtos de consumo em ambiente virtual, com faturamento que no segundo trimestre de 2013 chegou a US\$ 15,7 bilhões – 22% superior aos índices no mesmo período do ano anterior.

A crise da mídia tradicional e a ampliação do espaço de corporações virtuais no ambiente do jornalismo envolveu principalmente a produção de conteúdo informativo. Entre as perguntas em aberto nesse contexto uma se destaca: por que uma empresa virtual do porte da Amazon, dirigida por empresário conhecido pela visão de longo prazo no mundo das comunicações, compraria a estrutura completa de um jornal em meio às profecias que anunciam o fim iminente, e rápido, das publicações impressas diárias? Depois da negociação entre Bezos e a família Graham, oficializada em 5 de agosto de 2013, muito se escreveu sobre a crise das mídias tradicionais e a ampliação do poder de corporações virtuais no ambiente da comunicação, envolvendo principalmente produção de conteúdo jornalístico, literário, enfim: de informação.

Alguns autores acreditam que se trata de uma inevitável adaptação e, principalmente, reformulação das organizações jornalísticas, uma forma que equalize respeito, referência e resultado dentro e fora do ambiente virtual com base no jornalismo de qualidade: “Estamos repetindo aqui nossa tese inicial de que a indústria jornalística está morta, mas que o jornalismo segue vivo em muitos lugares”, afirmam os pesquisadores C.W. Anderson, Emily Bell e Clay Shirky no relatório *O Jornalismo Pós-industrial* (2013), do Tow Center for Digital Journalism na Columbia Journalism School (CJS)<sup>1</sup>.

Dentre as alternativas para sobreviver às instabilidades do início do século XXI, um recurso para atrair o público pode ser a reformulação do conceito de valor assimilado pelos consumidores de conteúdo, uma vez que “o bom jornalismo sempre foi subsidiado, o mercado nunca foi capaz de suprir o volume de informação que uma democracia exige” (Anderson, Bell & Shirky, 2013: 69).

Sob este aspecto, reiteramos aqui a pertinência dos 12 critérios<sup>2</sup> de Johan Galtung e Mari Ruge (1965 e 1999), que determinam o valor-notícia, ou seja, as probabilidades de um fato adquirir capacidade de notícia. Para Nelson Traquina (2008), que traduziu e analisou os critérios de Galtung e Ruge, “os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável” (Traquina, 2008: 63). Jorge Pedro Sousa destaca o fato de estes critérios sobreporem à subjetividade do jornalista enquanto o mesmo estrutura a reportagem com as informações que possui. “Por outras palavras, Galtung e Ruge desviaram as atenções do processo de *gatekeeping* em si mesmo para a questão bastante mais complexa da noticiabilidade, isto é, das qualidades que permitem que algo se torne notícia” (Sousa, 2008: 18).

<sup>1</sup> Utilizamos a tradução de Ada Félix para o português, mas o relatório original está disponível em <http://towcenter.org/research/post-industrial-journalism/>

<sup>2</sup> Em análises e pesquisas posteriores, os critérios ganharam outros termos ou sinônimos, mas basicamente são os seguintes: 1) frequência; 2) amplitude ou intensidade; 3) clareza; 4) relevância; 5) consonância ou proximidade; 6) imprevisibilidade ou o inesperado; 7) continuidade; 8) composição ou equilíbrio do conteúdo noticioso; 9) referência a nações de elite; 10) referência a pessoas de elite; 11) personificação; 12) negatividade.

Outro viés importante tem sido a valorização da produção noticiosa local, ambiente no qual vários critérios do valor-notícia ganham fôlego, a começar pela “proximidade”. É bem verdade que muitos jornais de pequeno porte estão perdendo fôlego em investimentos publicitários, mas pesquisas recentes, como a de Novais e Ferro (2013) para ficarmos no exemplo português, mostram que o declínio do jornalismo impresso segue em velocidade lenta em relação às mídias que diluem a informação jornalística em outras produções (como TV e publicações impressas focadas no entretenimento).

Sobre a relevância do localismo, vale citar as negociações ocorridas recentemente, como a do investidor do setor financeiro norte-americano, Warren Buffett, que comprou vários jornais interioranos nos EUA. Entre o fim de 2012 e julho de 2013, Buffett adquiriu 28 publicações de pequenas cidades.

Aqui retomamos a pergunta inicial, agora envolvendo pequenas e aparentemente limitadas estruturas jornalísticas impressas: por que e para que comprar um jornal local que ainda se utiliza de papel e de rotativas em meio aos arautos que profetizam o fim dessa mídia no embate com as plataformas digitais?

O que estão em jogo, portanto, não são apenas os critérios de noticiabilidade que exibem o “valor-notícia” de um fato, mas uma informação que possa ser mensurada socioeconomicamente. Não apenas contabilizando custos, despesas e vendas de edições, mas sim algo que dilua valores social, funcional e econômico da notícia, equilibrando o valor do jornalista com o valor de consumo atribuído pelo cidadão espectador, leitor e/ou ouvinte. “As percepções de valor dos consumidores são cruciais, porque o valor econômico é mais contingente do que determinante e os indivíduos avaliam os fatores de contingência no processo de determinação de valor” (Picard, 2013: 56). Este equilíbrio é tarefa difícil na sociedade midiaticizada e inundada pelo “infotainment”<sup>3</sup>.

Para colaborar no debate propomos neste artigo examinar relatórios recentes (produzidos entre 2012 e 2013) sobre a crise nas empresas jornalísticas, sejam elas tradicionais (redução de espaço e de recursos) ou virtuais (superficialidade da informação e concentração em estruturas enxutas). As pesquisas do Reuters Institute for the Study of Journalism, da Columbia Journalism School (CJS) e da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em parceria com a Federação Nacional dos Jornalistas, mostram as reações possíveis das organizações centradas no jornalismo de qualidade: todas precisam rever o relacionamento com o público intermediado pelo profissional de imprensa.

Também apresentamos aqui duas frentes de ação possíveis para as organizações jornalísticas hoje: 1. O conceito de valor da informação jornalística com base em demandas sociais recentes e nas condições de obtenção de notícias direcionadas a leitores, ouvintes, telespectadores e usuários passa por um círculo vicioso

<sup>3</sup> A expressão “infotainment” deriva do original em inglês *infotainment* e usualmente se refere, no jornalismo, ao espaço destinado a matérias que pretendem informar e divertir – como, por exemplo, textos sobre estilo de vida, focos ou notícias de interesse humano – que geralmente atraem o público. O termo sintetiza de maneira clara e objetiva a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, como assinala Dejavitte (2006: 72).

(informação digital superficial consumida por ser gratuita; gratuidade que não incentiva ou oferece subsídios para aprofundar e melhorar a notícia produzida). Em seguida usamos os relatórios de três instituições para reforçar o entendimento de que o foco das empresas jornalísticas deve ser o jornalismo investigativo e analítico, de modo a superar o crescimento da informação amparada no “infotimento” e no factual efêmero da comunicação virtual. Essa afirmação parece óbvia e de fácil solução à primeira vista, mas acaba por desaguar na seguinte situação: se a produção jornalística de qualidade tem um custo alto e por isso deve ter um preço, qual o valor dessa informação? E, mais importante: pensar “quanto cobrar” e o “como cobrar” é convencer o espectador a buscar uma informação não gratuita no ambiente digital? 2. Com base nessa formulação, referendamos as análises de Anderson, Bell e Shirky (2013), Mick (2013) e Picard (2013), cujos resultados mostram o processo de revalorização das organizações jornalísticas da base para o topo: o retorno do bom e eficiente jornalista investigativo e analítico debruçado sobre temas de interesse público + o entretenimento.

Este texto está vinculado a pesquisas desenvolvidas pelos autores (orientadora e orientando) no Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, que incluem a observação da atividade jornalística no recente sistema público de comunicação, oficializado com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) entre 2007 e 2008<sup>4</sup>. Não vamos detalhar aqui o processo de formação do campo da radiodifusão pública no Brasil, mas utilizaremos na análise autores que argumentam como esse sistema, mesmo em dificuldade em vários países europeus, ainda é opção para experiências e construção de projetos jornalísticos de valor.

#### **INSTITUIÇÃO, VALOR JORNALÍSTICO E RELAÇÃO COM A SOCIEDADE**

No relatório *O Jornalismo Pós-industrial* os pesquisadores afirmam que a Internet avançou rápido demais a partir da virada do milênio e, na mesma velocidade, tecnologia (condições físicas de produção) e técnica (condições profissionais de coleta de dados e de informação) evoluíram juntamente com uma sociedade crescentemente voraz por notícias. Mas a velocidade não se repetiu no processo de seleção, decantação dos fatos e análise com resultado final jornalisticamente satisfatório.

Nesse lugar estão as produções locais que se mantêm engajadas com a comunidade que, por sua vez, reconhece a pequena mídia como guardiã e ouvidora das aspirações da população. O investidor norte-americano Warren Buffett resume a relevância do jornalismo local: “Não há nenhum substituto para um jornal local que esteja fazendo um bom trabalho” (Buffett cit. em Lins da Silva, 2013: 12). A afirmação de Picard (2013) também pode surpreender alguns teóricos do campo:

<sup>4</sup> A EBC foi criada em outubro de 2007 por meio da Medida Provisória nº 398, assinada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Em 2008, a MP foi aprovada pelo Congresso Nacional e convertida na Lei nº 11.652, oficializando assim a criação do sistema público de radiodifusão nacional. Disponível em <http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/o-que-e-a-ebc/2012/09/historico>

ainda há espaço para a mídia tradicional. O professor do Reuters Institute for the Study of Journalism argumenta que os meios tradicionais precisam dar maior valor ao conteúdo que produzem, inclusive com a cobrança pela informação disponível em outras plataformas.

O mesmo movimento dinâmico que afeta os jornais impressos e a mídia audiovisual (esta amparada na distribuição de acordo com grades de programação para consumo de massa) agora escolhe alguns veículos tradicionais como referência, em meio à avalanche de eventos audiovisuais. É preciso compreender que esses meios carregam uma condição (positiva) que segue incrustada nas organizações: no decorrer da história se transformaram em “instituições”, com estrutura definida para atender demandas sociais básicas, com caráter de relativa permanência e identificável pelo valor dos seus atos e códigos de conduta.

Mesmo que as empresas de mídia virtuais estejam estabelecidas em definitivo no contexto econômico e das estratégias de negócio, elas ainda não reúnem as características sólidas de uma “instituição” – pelo menos de instituição noticiosa ou jornalística. Os pesquisadores da CJS reforçam os sinais de novas instituições em formação no ambiente digital, mas que sua consolidação é difícil, a começar pelo custo de pessoal. Entre as particularidades institucional está o custo da redação, que pode oscilar com mudanças pontuais na equipe, mas permanece estável na média histórica.

Uma das marcas de uma instituição é poder enfrentar idas e vindas de pessoal sem o risco de extinção organizacional. Como isso ocorre, e como uma organização jornalística emergente vira uma instituição, é uma das questões centrais diante do jornalismo nessa transição para a era digital (Anderson, Bell & Shirky, 2013: 56).

Em levantamento feito nos EUA, Picard (2013) aponta um dos principais erros da mídia tradicional (e também de alguns meios digitais): “

Organizações noticiosas fornecem algo para todas as pessoas, mas pouco para cada pessoa (...). Assim, uma grande quantidade de conteúdo produz um valor limitado e gera audiências que, por vezes, estão dispostas a abdicar do consumo (Picard, 2013: 94).

A melhor maneira de voltar a atrair o público seria então repensar o conceito de valor junto aos consumidores de conteúdo – e par essa reorganização são necessários os jornalistas, mediadores reais entre as organizações e o seu público.

A parte positiva do fosso entre jornalistas e público, especialmente aqueles fora da audiência regular das notícias, parece advir do fato de os jornalistas valorizarem as notícias e informações em si e por si, enquanto os leitores, ouvintes e telespectadores valorizam o uso das notícias e de informações. Dessa forma, auxiliar os consumidores a compreender o seu significado, ver a sua relevância para si próprios como indivíduos e entender como usá-las são fatores importantes para a criação de valor (Picard, 2013: 118).

Tanto Picard quanto a pesquisa da CJS sinalizam a mediação feita pelo jornalista entre o público e a organização como uma das premissas elementares na reformulação do valor da notícia. Esse é fator a influenciar o processo de produção da informação, que deve estar dividido em dois ambientes: o processo de construção



(apuração e redação da reportagem no ambiente físico ou virtual) e o processo que configura outra mediação envolvendo a organização e a fonte.

Exemplo recente que confirma tal condição foi a relação entre o informante Edward Snowden<sup>5</sup> e o jornalista Glenn Greenwald, do britânico *The Guardian* envolvendo monitoração e vigilância eletrônica de líderes de vários países, inclusive a presidente brasileira Dilma Rousseff<sup>6</sup>. As investigações surgiram do contato iniciado junto a Greenwald com base na credibilidade do profissional e no distanciamento político, ideológico e até mesmo físico em relação aos EUA (o jornalista mora desde 2005 no Rio de Janeiro). Em entrevista à *Revista Imprensa* (2013), Greenwald detalha o trabalho complexo para obter documentos, incluindo uma viagem a Ásia para encontrar seu informante: “Primeiro tive uma reunião com o *The Guardian*, porque sabia que precisaria de apoio institucional e queria que fossem tão confiantes quanto eu estava. Foi apenas meia hora de conversa até eles dizerem ‘Você vai amanhã para Hong Kong’” (Demário, 2013: 31).

Esse relato reforça a importância da mediação entre fonte e organização. O jornalista citado observa, porém, que o “apoio institucional” é necessário para bancar informação de qualidade e de muita demanda. Ainda que a referência seja ao *The Guardian*, o peso da institucionalidade também pode ser aquilo que a Amazon encontrou no *The Washington Post* ou que a IBT Media identificou na *Newsweek*. O poder da instituição, já materializado pela mídia impressa, foi bastante usado na primeira década deste século pelo site Wikileaks. O observatório digital alcançou o auge em novembro de 2010 ao divulgar, em parceria com jornais da Europa e das Américas, 251 mil documentos oficiais de diversos governos. Esse exemplo mostra como o predicado institucional dos jornais tradicionais foi importante para potencializar as informações.

Outro dado enfatiza as limitações da mídia tradicional: entender que um *site* como Wikileaks é também uma organização de notícias, que se posiciona para além da condição de fonte. Foi o que percebemos na entrevista com o porta-voz da organização, o jornalista islandês Kristinn Hrafnsson (na época o segundo na hierarquia do Wikileaks) durante o 1º Encontro Mundial de Blogueiros em Foz do Iguaçu:

Publicações disseram que somos uma estrutura secundária de informação, mas nós afirmamos que chegamos de igual para igual. Alguns disseram que somos apenas fonte de informação e não gostaram da nossa exigência de saber como a informação seria entregue [ao público]. Não significa que estamos fazendo pressão na linha editorial. Todos têm liberdade. O que pedimos é que tenhamos participação na decisão final de como será a divulgação. Isso, para nós, significa espírito de compartilhamento real (Hrafnsson cit. em Dias, 2011: 3).

<sup>5</sup> Edward Joseph Snowden trabalhou como analista de inteligência da agência norte-americana National Security Agency (NSA) e tornou público os detalhes de programas de espionagem e de vigilância eletrônica mantidos pelos governos dos Estados Unidos e da Inglaterra.

<sup>6</sup> Especificamente, a espionagem americana envolvendo a presidente Dilma Rousseff teve repercussão na ONU, depois que ela abriu a Assembleia Geral das Nações Unidas em 24 de setembro de 2013. A presidente falou exatamente sobre as responsabilidades dos EUA no caso e pediu aos países membros para trabalharem em conjunto e discutir leis internacionais que evitem tais atitudes. Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2013-09-24/dilma-diz-que-vai-redobrar-esforcos-para-protoger-pais-de-espionagem> (Acesso em 27.01.2014).

A fala de Hrafnsson coloca em risco o debate sobre a preservação das fontes e também reformula o conceito de pirâmide invertida (entendimento clássico da construção de um texto jornalístico) para o de 'pirâmide deitada', de Canavilhas (2007). Ao desconstruir o conceito de produção de texto jornalístico baseado na sequência tradicional (fonte > confronto e verificação das informações > produção da reportagem > divulgação da notícia), o posicionamento do representante do Wikileaks expõe outras dificuldades enfrentadas pelo jornalista profissional – como integrar-se aos processos modernos de difusão da informação do tipo *crowdsourcing* (o público como fonte da notícia ou o conteúdo produzido por usuários) apresentado por Briggs (2007).

Sobre os 'amadores' atuando colaborativamente na produção de notícias, Anderson, Bell e Shirky (2013: 43) defendem que “o jornalista não foi substituído – foi deslocado para um ponto acima na cadeia editorial”. Os autores enaltecem a ação de cidadãos conectados, mas reforçam que o jornalista “já não produz observações iniciais, exercendo agora uma função cuja ênfase é verificar, interpretar e dar sentido à enxurrada de texto, áudio, fotos e vídeos produzida pelo público” (citado: 43). Estariam os jornalistas preparados para atender a essa demanda no momento em que enfrentam a aglutinação extrema do trabalho dentro e fora das redações – a exemplo do Mojo, Movement Journalist (“jornalista em movimento”), profissional equipado para viajar e produzir textos, fotos, vídeos e audiocasts – conforme a definição de Crucianelli (2010)? E qual é o impacto desse tipo de desempenho nas organizações de mídia?

Outra amostra da estreita linha que separa o “jornalista multimidiático” do “jornalista acumulador de funções” está no levantamento de Jaques Mick (2013) sobre os fotojornalistas brasileiros: menos de 2% dos profissionais afirmam ter registro como repórter fotográfico, mas 35,4% responderam que produzem fotografias para a sua organização de mídia. Na extensa pesquisa – que tem origem na parceria entre a UFSC e a FENAJ para analisar 2.731 questionários entre os mais de 5 mil preenchidos pelos profissionais – estão explícitas as condições precárias para o exercício da profissão no Brasil, disfarçadas em termos como empreendedorismo, jornalismo colaborativo ou jornalismo digital. Segundo o professor (Mick, 2013: 72) um em cada quatro jornalistas tem mais de um emprego na área e apenas 11,6% atuam na carga horária estabelecida por Lei Federal (jornada de 5 horas diárias ou 30 horas semanais). Outros 43,3% trabalham entre 5 e 8 horas, enquanto 40,3% exercem diariamente a profissão em jornadas que vão de 8 a 12 horas. Também há exemplos interessantes de jornalismo público ou de jornalismo “fora da mídia”, caso das assessorias de imprensa e das agências de comunicação (não de notícias). Nesses espaços é valorizado o desenvolvimento crítico e a formação acadêmica além da graduação em Jornalismo. Segundo Mick (cit.), aqueles que trabalham na mídia têm mais formação (66%) em Jornalismo do que os “fora da mídia” (51%). Mas os “fora da mídia” formam o maior grupo com pós-graduação (quase 50% contra pouco mais de 30% daqueles que atuam na mídia convencional).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos relatórios analisados, as mudanças nas condições para o exercício do trabalho profissional indicam que a maioria dos jornalistas concorda em reduzir a qualidade da notícia que produzem por limitações técnicas ou de repertório. O cruzamento das três pesquisas mostra que o jornalista se tornou refém de uma cadeia de produção que – em tese – dependeria do conhecimento e da habilidade prática do profissional como elementos fundamentais para a manutenção da credibilidade das instituições jornalísticas e para a reformulação / adaptação do valor da notícia.

Nesta análise comparativa dos resultados de coleta de informação junto a profissionais em países distintos fica evidenciado que o conceito de valor-notícia precisa ser harmonizado com o processo de criação de valor e com a adaptação das organizações de mídia para novas formas de apuração e distribuição de notícias. Outras informações nos relatórios analisados tangenciam elementos adicionais, a começar pela compreensão estrutural e espacial da imprensa (local ou global) – como os escritos de Andrew Pratt (2007) sobre a importância do movimento econômico das indústrias culturais com base na geografia dos meios de comunicação. Todos estes aspectos identificam no Jornalismo pós-industrial o ambiente no qual as instituições “terão que explorar novos métodos de trabalho e processos viabilizados pela mídia digital”, pois “nessa reestruturação, todo aspecto organizacional da produção de notícias deverá ser repensado” (Anderson, Bell, Shirky, 2013: 38). De qualquer forma, a previsão é de maior integração e melhor aproveitamento de recursos em vários aspectos: profissionais, máquinas e público – este último não mais passivo diante da notícia, mas crítico, colaborador e exigente por conteúdo de qualidade, disposto a valorizar uma informação segura e real.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, C.W.; Bell, E. & Shirky, C. (2013). O Jornalismo Pós-Industrial – adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM / Columbia Journalism Review* 2 (5), 30-89.
- Briggs, M. (2007). *Jornalismo 2.0 - Como sobreviver e prosperar*. Maryland University: Knight Center. Disponível em [https://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo\\_20.pdf](https://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf).
- Canavilhas, J. (2007). Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada In S. Barbosa (Org), *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã: BOCC/UBI. Disponível em [http://www.livros-labcom.ubi.pt/pdfs/20110824-barbosa\\_suzana\\_jornalismo\\_digital\\_terceira\\_geracao.pdf](http://www.livros-labcom.ubi.pt/pdfs/20110824-barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf).
- Crucianelli, S. (2010). Ferramentas Digitais para Jornalistas. Austin, Texas: Knight Center of Journalism. Disponível em [https://knightcenter.utexas.edu/hdpp\\_pt-br.pdf](https://knightcenter.utexas.edu/hdpp_pt-br.pdf).
- Demário, C. (2013). Vista privilegiada – entrevista com Glenn Greenwald. *Revista Imprensa*, 26 (292), 28-32.
- Dejavite, F. A. (2006). *Infotimento: informação+entretenimento no jornalismo*. São Paulo: Paulinas/Sepac.
- Galtung, J. & Ruge, M. H. (1999). A estrutura do noticiário estrangeiro. In N. Traquina (Org), *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Veja.

- Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of International Peace Research*, 2 (1), 64-91.
- Lins da Silva, C. E. (2013). Jornalismo local confirma relevância. *Revista de Jornalismo ESPM / Columbia Journalism Review*, 2 (5), 10-13.
- Mick, J. (2013). *Perfil do Jornalista Brasileiro*. Florianópolis: Insular/UFSC.
- Novais, R. A. & Ferro, H. (2013). Media Startups in a Creative Destructive Scenario. In *Conference Proceedings "International Conference on Communication, Media, Technology and Design"* (pp.138-141).
- Picard, R. G. (2013). *Criação de valor e o futuro das organizações jornalísticas*. Porto: Editora Media XXI.
- Pratt, A. (2007). *An economic geography of the cultural industries*. Londres: LSE Research Online. Disponível em <http://eprints.lse.ac.uk/855/>
- Sousa, J. P. (2008). *Os Estudos Jornalísticos após 1950: a consolidação de um campo científico*. Porto: BOCC/UBI. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-estudos-jornalisticos-apos-1950.pdf>
- Traquina, N. (2008). *Teorias do jornalismo*. Florianópolis: Editora Insular.

#### **OUTRAS REFERÊNCIAS**

- Dias, E. S. (2011). Wikileaks volta a atuar, afirma porta-voz. *Folha de Londrina*, 27, 3.

# As 1as páginas dos jornais portugueses e a cobertura às Capitais Europeias da Cultura, Porto 2001 e Guimarães 2012

MARIA JOÃO CENTENO

mcenteno@escs.ipl.pt

*Escola Superior de Comunicação Social*

## Resumo

Portugal acolheu, nos últimos 13 anos, duas edições do evento Capital Europeia da Cultura, Porto 2001 e Guimarães 2012; o que pretendemos ilustrar nesta comunicação é a cobertura que a imprensa portuguesa (jornais diários Público, Diário de Notícias, Correio da Manhã e Jornal de Notícias, newsmagazine Visão e semanário Expresso) realizou a cada um desses acontecimentos, e que nos permite definir as etapas que marcaram cada um deles, os padrões de atuação, os grandes protagonistas, o tipo de planeamento e as especificidades da programação. Esta comunicação apresenta os contornos da informação que a imprensa portuguesa veiculou ao longo dos dois anos em que decorreram as últimas edições da Capital Europeia da Cultura em Portugal, nomeadamente o facto de a cobertura jornalística se ter desviado da divulgação da programação dos eventos para a sugestão de roteiros de visita e pouco ou nada questionar o papel que as cidades, ao promover iniciativas deste tipo, têm enquanto lugares de inovação em termos de políticas culturais, de produção e inovação artísticas. As técnicas da análise de conteúdo realizada às referências de 1ª página e respetivos desenvolvimentos no interior das edições mostram como a imprensa é fundamental à promoção das cidades enquanto destinos culturais/turísticos, com a possível terrível consequência de transformar o jornalista da área da cultura em agente de promoção não tanto cultural mas turística.

**Palavras-Chave:** Cobertura jornalística; eventos culturais; destinos turísticos

---

## INTRODUÇÃO

O Conselho de Ministros da Cultura da União Europeia tem vindo a eleger cidades dos diferentes estados membros que se tornam, durante o período de um ano, Capitais Europeias da Cultura, com o intuito de “contribuir para a aproximação dos povos europeus” (nas palavras de Méline Mercouri, ministra da cultura grega que, em 1985, propôs ao Conselho de Ministros da Cultura das Comunidades Europeias o lançamento desta iniciativa) e ainda incentivar a apresentação, nesses espaços urbanos, de novos paradigmas culturais. Na génese deste modelo está o vetor da descentralização cultural, a possibilidade de cidades de média dimensão financiarem obras públicas, restaurarem património e promoverem-se em termos turísticos; o grande objetivo é dar visibilidade a cidades periféricas afastadas dos grandes centros de distribuição das indústrias culturais e criativas (Ribeiro, 2004).

Desde 1985, todos os anos, tem sido realizado, na Europa, um evento desta natureza (50 no total), elegendo-se, para o efeito, uma ou mais cidades europeias.

Portugal já acolheu três edições: Lisboa 94, Porto 2001 e Guimarães 2012.

Apesar do financiamento europeu, são os responsáveis locais que desempenham um papel crucial quer no financiamento, quer na gestão destes eventos. A própria candidatura ao título de Capital Europeia da Cultura é da responsabilidade das autoridades locais; são elas que determinam o modelo de gestão do evento e acompanham todas as etapas de implementação.

### **PORTO 2001**

Em 1998, foi atribuída à cidade do Porto, simultaneamente com a cidade de Roterdão, o título de Capital Europeia da Cultura 2001.

Nesse mesmo ano, foi criada uma Sociedade Anónima de capitais públicos, designada Porto 2001, S.A. (sendo acionistas o Estado e o Município do Porto), que iria gerir o evento e que definiu como áreas de intervenção prioritárias: a música, o audiovisual e multimédia, as artes de palco e a requalificação urbana.

O planeamento do evento assentou em dois grandes princípios: “cruzar localismo e internacionalização” na organização de um leque de manifestações culturais; e capitalizar o evento a favor da cidade, da sua população e da sua cultura, “toda a cidade é cidadã” (Silva, 2003: 134), aproximando-a dos cidadãos através da renovação urbana e da revitalização económica e habitacional (esta última parte não foi atingida).

Os protagonistas do evento foram o Presidente da Câmara do Porto, Nuno Cardoso, a Vereadora da Cultura, Manuela Melo, a Presidente da Sociedade Anónima, Maria Teresa Lago e os programadores, Paulo Cunha e Silva e Pedro Burmester.

Em termos de programação cultural realizaram-se 450 eventos (apesar de só estarem previstos 398), realizados entre 13 de janeiro e 22 de dezembro de 2001 e dispersos entre: música; audiovisual e multimédia; animação da cidade; artes de palco (teatro, dança, marionetas e circo); pensamento, ciência, literatura, projetos transversais em articulação com Roterdão; artes plásticas, arquitetura e cidade; envolvimento da população.

A programação cultural captou cerca de 1,2 milhões de espetadores/visitantes. As atividades mais procuradas foram as Artes Plásticas e Arquitetura que, no conjunto, captaram 37% do total dos espetadores/visitantes.

O projeto da Porto 2001 foi, no entanto, insuficientemente planeado e orçamentado, uma vez que o primeiro orçamento, de 1999, previa 182,3 milhões de euros e, na última revisão, em Abril de 2001, foi corrigido para 226 milhões de euros, mais 24% do que o inicialmente orçamentado.

Este acréscimo no orçamento não teve uma relação direta na prossecução dos objetivos. A intenção de gerar uma nova dinâmica na vida cultural da cidade e criar marcas que se propagassem além de 2001 não foram totalmente atingidas (Balsas, 2004).

A aposta numa programação extensa e variada não foi suficiente para desencadear um aumento acentuado do turismo na cidade do Porto que, atendendo ao ano anterior, apenas cresceu cerca de 3%.



O evento foi realizado sem se poder usufruir do conjunto das intervenções efetuadas no âmbito dos equipamentos culturais; uma parte delas só foi concluída no segundo semestre de 2001, e, outra, apenas nos anos seguintes, como é o caso da Casa da Música.

As obras de requalificação urbana não beneficiaram, antes pelo contrário, prejudicaram o evento, ao dificultar a captação de públicos à cidade e, como tal, não contribuíram para que o Porto oferecesse aos seus visitantes a imagem de uma cidade renovada e cativante, como se pretendia inicialmente (Relatório de Auditoria à Casa da Música/Porto 2001, S. A., 2004).

“Foi maravilhoso como animação da cidade, que bem carecida estava de um empurrão cultural; foi extraordinário do ponto de vista da requalificação urbana e muito digno pela qualidade da programação. Mas nem tudo foram rosas, claro. As acusações de elitismo e o caos urbano em que mergulhou a cidade durante o próprio ano do evento, não ajudaram. Sobraram excelentes equipamentos culturais, com a emblemática Casa da Música à proa, mas sobraram, também, equipas extremamente profissionais capazes de reproduzir e melhorar toda a aprendizagem que uma iniciativa desta magnitude permite” (Carmo, 2005: 4).

## **GUIMARÃES 2012**

Em 2009, e depois de ter sido aprovada a candidatura de Guimarães a Capital Europeia da Cultura, o Município de Guimarães constituiu a Fundação Cidade de Guimarães, pessoa coletiva de direito privado de utilidade pública.

A Fundação teve como objetivos principais: a conceção, planeamento, promoção, execução e desenvolvimento do programa cultural do evento; foi um projeto centrado na proteção dos valores patrimoniais (Guimarães faz parte da lista de Bens Património Mundial da UNESCO) e no investimento em produção cultural com dimensão contemporânea, focada na relação entre a criação e a cidadania. Participação – e não envolvimento – esteve no centro do evento: participar implica as duas partes e uma possível sujeição ao confronto, à tentativa e erro, ao imprevisto, enquanto envolver remete para o esforço de uma das partes em levar a outra, passiva, a agir em conformidade com algo, sustenta um ponto de vista soberano que não é a forma de cativar visitantes.

O projeto pode ser dividido em três áreas: regeneração social (trazer novas competências aos cidadãos e comunidades locais), regeneração económica e regeneração urbana (a aposta recaiu na reabilitação de espaços antigos e não na construção de novos equipamentos; a cidade do Porto precisava de novos equipamentos, Guimarães, em tempos um centro industrial, dispunha de inúmeros edifícios abandonados). Mas o grande objetivo foi ajudar os cidadãos a estar mais despertos e implicados, ou nas palavras de Francisca Abreu, então Vereadora da Cultura da Câmara Municipal de Guimarães, “cidadãos com forte ‘patriotismo de cidade’, orgulhosos da sua memória e identidade” (Abreu, 2013).

João Serra, Presidente da Fundação, reflete desta maneira sobre o projeto: “A ampliação da cidade não se limitou porém à dimensão estrutural. Também se

traduziu em novos usos ou novas combinações de usos dos seus espaços de encontro social e cultural” (Serra, 2013).

### COBERTURA MEDIÁTICA

Os resultados das técnicas de análise de conteúdo à cobertura que a imprensa portuguesa (jornais diários Público, Diário de Notícias, Jornal de Notícias e Correio da Manhã, jornal semanário Expresso e revista semanal Visão) realizou aos dois eventos Capital Europeia da Cultura realizados em Portugal no arranque do século XXI, nomeadamente Porto 2001 e Guimarães 2012, mostram uma quebra na centralidade deste tipo de eventos na agenda mediática, na medida em que se a cobertura, no primeiro caso, contempla 81 ocorrências na 1ª página ao longo do ano de 2001, no segundo caso, a cobertura fica-se pelas 37 ocorrências, o que representa menos de metade das referências sobre o tema ao longo de um ano.

Nos dois anos em análise, 2001 e 2012, há aspetos coincidentes, nomeadamente, a altura do ano em que a cobertura é maior, referimo-nos concretamente ao arranque (janeiro) e ao término (dezembro) do evento; as práticas jornalísticas são marcadas pela atualidade e pelos momentos distintivos como o início e o fim.

Quer na cobertura da Porto 2001, quer de Guimarães 2012, o Jornal de Notícias e o Público são os suportes que mais vezes evidenciam o tema na 1ª página (quadro 1). O Jornal de Notícias foi oficialmente o jornal da Porto 2001, o que justifica o maior número de ocorrências de 1ª página nesse suporte e confirma o peso das parcerias institucionais na determinação das escolhas editoriais. Em Guimarães 2012 tal não aconteceu, mas como é um jornal maioritariamente dirigido à zona norte do país, este facto justifica a posição dianteira assumida também em 2012.

De salientar o facto de o jornal Correio da Manhã não ter realizado uma única peça na 1ª página sobre o tema no ano de 2012.

	2001		2012	
	Frequência	%	Frequência	%
Jornal de Notícias	43	53,1	20	54,1
Público	24	29,6	10	27,0
Diário de Notícias	5	6,2	4	10,8
Expresso	4	4,9	2	5,4
Correio da Manhã	3	3,7	-	-
Visão	2	2,5	1	2,7
Total	81	100,0	37	100,0

Quadro 1. Ocorrências na 1ª página de acordo com os suportes  
Fonte: Elaboração própria

Outro dos aspetos que denota a quebra de centralidade do tema Capital Europeia da Cultura é o tipo de destaque que os suportes dedicam ao evento na 1ª página. A cobertura aos dois eventos culturais não vive de manchetes mas de chamadas de 1ª página. De 2001 para 2012, o número de manchetes cai para metade; representando, em 2001, 32% do total de ocorrências e em 2012 apenas 16%. É nesse ano que as manchetes são ultrapassadas pelas remissões para suplementos, o que mostra como o tema tende a deixar de ocupar as páginas interiores do suporte

e é deslocado para os suplementos (não só de cultura, mas de lazer, como é o caso do *Fugas* no jornal Público).

As instituições públicas, enquanto protagonistas eleitos para dar conta do acontecimento Capital Europeia da Cultura, cedem o lugar aos indivíduos. A cobertura da Porto 2001 é marcada maioritariamente por aspetos relacionados com a Sociedade Anónima e as instituições públicas responsáveis pelo evento (o que ocupa os artigos de 1ª página são maioritariamente as áreas temáticas – música, literatura, dança, teatro, cinema... - em que as propostas programáticas se inserem e não tanto os próprios acontecimentos ou quem os apresenta). Guimarães 2012 é dada a conhecer através dos testemunhos de individualidades (músicos, responsáveis políticos, atores, programadores), são eles que celebrizam o acontecimento.

O Jornal de Notícias é o suporte que, na abordagem à Capital Europeia no Porto, aposta em dar a conhecer intervenientes no processo, as pessoas e os balanços da sua atividade mas sempre na 1ª pessoa, escolhe maioritariamente políticos e personalidades como José Sampaio, Ministro da Cultura, e Teresa Lago e programadores como Pedro Burmester. O jornal Público aposta na divulgação da programação. E o Diário de Notícias é o suporte que assume a vertente mais política do acontecimento, dando voz a protagonistas como Rui Rio, então candidato a Presidente da Câmara Municipal do Porto e Paulo Cunha e Silva.

Mais de 60% das peças da 1ª página são acompanhadas de imagens, quer na cobertura da Porto 2001, quer na de Guimarães 2012, tratando-se maioritariamente de fotografias de lugares no primeiro caso (a afirmação da cidade em detrimento de outros aspetos) e autores individuais no segundo. O que mais uma vez vem reforçar a aposta da cobertura mediática, em 2012, nos indivíduos e, como vamos ver pela análise aos desenvolvimentos nas páginas interiores, na obra que produzem.

Sendo as Capitais Europeias da Cultura eventos que permitem promover, em termos turísticos, as cidades que os acolhem, quer pela dotação de novos equipamentos culturais, quer pelo restauro de património, mas acima de tudo por se poderem posicionar como lugares de produção e inovação artísticas (Richards and Wilson, 2004), podemos concluir que, com a diminuição do número de peças de um evento para o outro, a cobertura se deslocou da intervenção das instituições responsáveis pelo evento para a obra individual, assiste-se à substituição do coletivo pelo individual.

Esta perspetiva não se altera muito quando analisamos os desenvolvimentos realizados nas páginas interiores ao destaque da primeira página. O Jornal de Notícias continua a ser o que mais artigos publica sobre o tema da Capital Europeia da Cultura (quadro 2).

	2001		2012	
	Frequência	%	Frequência	%
Jornal de Notícias	61	50,8	25	49,0
Público	42	35,0	18	35,3
Diário de Notícias	5	4,2	4	7,8
Correio da Manhã	4	3,3	-	-
Expresso	4	3,3	4	7,8

Visão	4	3,3	-	-
Total	120	100,0	51	100,00

Quadro 2. Artigos por suporte  
Fonte: Elaboração própria

Em termos de género jornalístico (quadros 3 e 4), a cobertura à Capital Europeia da Cultura no Porto foi realizada maioritariamente através de notícias com desenvolvimento e reportagens (em que predominam os estilos discursivos opinativo e descritivo), enquanto no caso de Guimarães, é realizada maioritariamente pelo género reportagem<sup>1</sup> (estilos discursivos interpretativo e descritivo). E de que tipo de reportagens estamos a falar? Aquelas em que o jornalista faz o roteiro (género que não existia em 2001), em que promove um percurso e incita à visita: “A Fugas de hoje mostra-lhe tudo o que não pode perder na cidade-berço” (jornal Público *Fugas*, 14 de janeiro de 2012: 3); o que nos interpela sob o ponto de vista de qual é a sua missão: divulgar informação sobre o acontecimento para poder num momento ulterior conduzir a crítica aos acontecimentos ou funcionar como agente promotor de eventos, numa lógica em que a cultura serve o turismo e o jornalista o entretenimento?

Deslocando esta análise para a questão dos efeitos dos media, mais especificamente da imprensa, somos tentados a inverter o percurso que caracteriza esta área de estudos e falar da passagem de efeitos a nível de quadros mentais e de universos cognitivos dos indivíduos a efeitos concebidos em termos de atitudes ou comportamentos. A imprensa, com esta índole de incitar à ação mais do que à reflexão, ultrapassa o papel de mediador da relação com o mundo que nos rodeia ao constituir a agenda pública e fixar o interesse dos leitores, e assume-se como formadora de opinião e de atitudes perante os assuntos em questão. Tal como McCombs alertou, em 1998, fazendo referência a uma nova dimensão de efeitos do *agenda-setting*, “os meios de comunicação não podem dizer-nos apenas sobre o que pensar, mas também nos podem dizer como pensar e, talvez, também, possam dizer-nos o que fazer” (Esteves, 2012: 131). Em termos da cobertura a grandes eventos como as Capitais Europeias da Cultura é exatamente isso que passou a acontecer.

O género jornalístico entrevista, fundamental à exposição da visão do mundo do outro, cai para metade de uma edição para outra, o que contribui para a promoção de um determinado *lifestyle* sugerido pelo jornalista e não por outros agentes sociais.

A tendência observada de deslocar a cobertura ao tema das páginas interiores do jornal para suplementos é outro dos fatores que contribui para a alteração no estilo discursivo dominante, é nos suplementos que o estilo se assume como predominantemente interpretativo. Aliás, quando cruzamos os dados do género jornalístico com os artigos por suporte sobressai o jornal Público, por ser aí que, em 2001, o estilo opinativo se sobrepõe aos restantes, contrariamente ao Jornal de Notícias em que

<sup>1</sup> Apesar de o jornal Público não ser o que apresenta maior número de artigos sobre a cobertura à Capital Europeia da Cultura em Guimarães é o que tem um maior número de reportagens (11 num total de 24), superando o Jornal de Notícias.

predomina o estilo descritivo. Por sua vez, em 2012, o estilo interpretativo destaca-se no jornal Público mas não no Jornal de Notícias, onde prevalece o estilo opinativo.

	Público	DN	JN	CM	Expresso	Visão	Total
Notícia com desenvolvimento	7	1	24	3	2	1	38
Reportagem	10	0	15	1	0	1	27
Entrevista	8	3	8	0	0	1	20
Crítica	9	0	5	0	0	0	14
Artigo de opinião	2	0	5	0	1	0	8
Editorial	4	0	0	0	0	0	4
Notícia	0	0	3	0	0	0	3
Depoimentos	0	1	1	0	0	1	3
Breve	1	0	0	0	0	0	1
Não jornalístico	1	0	0	0	0	0	1
Total	42	5	61	4	3	4	119

Quadro 3. Género Jornalístico × Suporte (2001)

Fonte: Elaboração própria

	Público	DN	JN	Expresso	Total
Reportagem	11	3	10	0	24
Notícia com desenvolvimento	3	0	7	1	11
Crítica	2	1	0	2	5
Notícia	0	0	4	0	4
Entrevista	1	0	2	1	4
Depoimentos	0	0	2	0	2
Roteiro	1	0	0	0	1
Total	18	4	25	4	51

Quadro 4. Género Jornalístico × Suporte (2012)

Fonte: Elaboração própria

A recorrência a fontes é igualmente diversa; no caso da Porto 2001, os jornalistas recorrem maioritariamente a uma única fonte (ligada ao setor público, na medida em que os grandes protagonistas são as instituições públicas), o mesmo não acontecendo em Guimarães 2012, onde recorrem a mais do que uma fonte (divididas entre os setores privado e público, sendo os grandes protagonistas já não instituições mas indivíduos), na medida em que o género maioritário é a reportagem. Esta análise acentua a passagem da prática jornalística de uma consulta a fontes institucionais para fontes não institucionais, deslocando a ênfase do trabalho coletivo para o trabalho individual.

A maior amplitude de artigos sobre a Porto 2001 reflete-se também na maior amplitude temática que foi contemplada (quadro 5); Manuela Melo, Vereadora da Câmara Municipal do Porto, manifesta, em entrevista publicada no jornal Público no dia 16 de fevereiro de 2001, o importante papel reservado à comunicação social na divulgação da programação: “a informação essencial está a passar, até por via da comunicação social”.

Maria João Centeno

	2001		2012	
	Frequência	%	Frequência	%
Capital Europeia da Cultura	62	52,1	42	82,4
Inauguração	23	19,3	6	11,8
Conflito	12	10,1	2	3,9
Estreia	5	4,2	-	-
Espetáculo	4	3,4	-	-
Lançamento	2	1,7	-	-
Congressos	2	1,7	-	-
Protocolo/contrato	2	1,7	-	-
Outros	2	1,7	-	-
Exposições	1	,8	-	-
Demissão	1	,8	-	-
Homenagem	1	,8	-	-
Na/Nd	1	,8	1	2,0
Total	118	100,0	51	100,0

Quadro 5. O que é notícia?  
Fonte: Elaboração própria

Há, no entanto, um aspeto que contraria esta tendência decrescente de 2001 para 2012, o espaço que os artigos ocupam nas páginas dos jornais (quadro 6). Em 2001, a maioria dos artigos ocupa uma página (exceto no jornal Público em que ocupa mais do que uma página) e, em 2012, apesar de em menor número, ocupam maioritariamente mais de uma página (mais uma vez é o jornal Público o que mais contribui para esta circunstância, na medida em que no Jornal de Notícias, os artigos ocupam maioritariamente uma página). O facto de se tratarem maioritariamente de reportagens justifica a maior área reservada à cobertura do acontecimento.

	2001		2012	
	Frequência	%	Frequência	%
Uma página	37	31,1	18	35,3
Mais de uma página	37	31,1	20	39,2
Meia página	34	28,6	10	19,6
Um quarto de página	11	9,2	3	5,9
Total	119	100,0	51	100,0

Quadro 6. Espaço ocupado pelos artigos  
Fonte: Elaboração própria

A temática da Capital Europeia da Cultura é maioritariamente abordada por jornalistas da secção de cultura, no entanto, como no caso da Porto 2001 foi realizada uma ligação entre o evento e a Sociedade Anónima responsável pelo mesmo, também houve jornalistas de outras secções dos suportes a escrever sobre o tema, nomeadamente jornalistas de política.

Tal como na primeira página, também os artigos no interior dos suportes se fazem acompanhar de imagens, maioritariamente fotografias. No caso da Porto 2001, os referentes fotográficos são maioritariamente lugares (principalmente no Jornal de Notícias), autores e obras, enquanto, em Guimarães 2012, as obras trocam de lugar com os autores e ganham primazia (principalmente no Jornal Público), não conseguindo ultrapassar os lugares. O que os referentes fotográficos nos mostram,



de forma concordante também com as imagens que ocupam as 1as páginas, é que no caso da Porto 2001, as imagens se centram maioritariamente nos responsáveis políticos do evento, enquanto, em Guimarães 2012, a centralidade recai na obra produzida, quer por programadores, quer por artistas.

Se atendermos ao género dos protagonistas fotográficos, a distância entre o masculino e o feminino é maior quando nos deslocamos de 2001 para 2012, para esse facto contribuem os nomes de Manuela Melo e Teresa Lago no primeiro caso e a ausência de mulheres nos cargos diretivos da fundação responsável por Guimarães 2012.

### NOTAS FINAIS

Através da análise de imprensa é possível verificar o papel que este meio de comunicação tradicional desempenha na construção da perceção dos eventos e na existência simbólica e material de cada uma das cidades.

A cobertura mediática desviou-se da divulgação da programação dos eventos para a sugestão de roteiros de visita e pouco ou nada questiona o papel que as cidades, ao promover iniciativas deste tipo, têm enquanto lugares de inovação em termos de políticas culturais, de produção e inovação artística, na requalificação urbana e ambiental, na revitalização económica, na formação e criação de novos artistas e novos públicos.

Os responsáveis locais e os programadores enfatizam precisamente a possibilidade que estes eventos representam de regenerar as cidades, no entanto, este processo de regeneração está ausente da cobertura jornalística. As duas dimensões comunicativas não coincidem; pelo contrário, divergem. Os responsáveis enfatizam o facto de ao dinamizarem políticas culturais, contribuírem para a transformação urbana, não só durante o ano em que decorre o evento, mas daí por diante. A cobertura jornalística centra-se no presente e tende a oferecer produtos fáceis de consumir.

Os resultados da pesquisa mostram que a imprensa, enquanto construtora social da realidade, contribui para enformar o impacto que estes eventos culturais têm na imagem das cidades, perspetivadas em termos locais, mas sobretudo em termos nacionais, ao estimular o consumo entre os residentes, mas acima de tudo ao atrair visitantes. A cobertura que a imprensa realizou a estes grandes eventos, apesar de “catalisadores dos processos de regeneração das cidades na medida em que misturam estratégias para o turismo com planeamento urbano e podem aumentar a confiança e o orgulho das comunidades locais” (García, 2004: 104), circunscreve-se à promoção das cidades que os acolhem enquanto destinos culturais/turísticos, pouco contribuindo para o empoderamento local.

O que nos leva a refletir sobre as condições de mediação social da própria relação que as pessoas estabelecem com os media, pessoas que têm de ser, pelo menos, separadas entre os visitantes e os residentes. Para a circunstância de se tornar visitante é imprescindível a visibilidade que a imprensa atribui a determinada matéria informativa e a capacidade que daí advém de fixar o interesse. Por

outro lado, os atributos sociais e psicológicos dos residentes contribuem para que os poderosos efeitos dos media saiam esbatidos, o grau de experiência e implicação com o assunto diminui os efeitos da informação mediática, “embora cada vez mais os media nos nossos dias se apresentem como fontes primárias de experiência social, ainda assim parece que lhes continua a caber um papel secundário, pelo menos em termos cognitivos, sempre que os mesmos não se encontram sozinhos no terreno – quando não são a única fonte de experiência e, mais em especial, quando se encontram em concorrência com fontes de experiência primária diretas (quaisquer formas de contacto sensorial mais imediato estabelecido com os diversos elementos do mundo envolvente)” (Esteves, 2012: 122).

A imprensa, ao demitir-se de refletir sobre o papel que estes eventos podem ter em desenvolver nas cidades práticas culturais continuadas e ao reduzir-se à promoção ocasional de roteiros turísticos de práticas de lazer, teima em cumprir objetivos de satisfação imediata e não a promoção cultural.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balsas, C. (2004). City centre regeneration in the context of the 2001 European Capital of Culture in Porto, Portugal. *Local Economy*, 19 (4), 396-410.
- Carmo, T. M. (2005). Capitais europeias da cultura: um balanço. *Janus*. Disponível em [www.janusonline.pt](http://www.janusonline.pt).
- Esteves, J. P. (2012). Agenda-setting e efeitos dos Media: o desenvolvimento paradoxal da teoria e o regresso a uma perspetiva comportamentalista. In Isabel Ferin; Ana Cabrera; Jorge Pedro Sousa (Orgs), *Pesquisa em Media e Jornalismo – Homenagem a Nelson Traquina* (pp. 108-137). Covilhã: Livros LabCom.
- García, B. (2004). Urban regeneration, arts programming and major events, Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004. *International Journal of Cultural Policy*, 10 (1), 103-118.
- Reason, M. & García, B. (2007). Approaches to the newspaper archive: content analysis and press coverage of Glasgow’s Year of Culture. *Media, Culture & Society*, 29 (2), 304-331.
- Richards, G. & Wilson, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 41 (10), 1931-1951.
- Silva, P. C. (2003). Cidade e programação cultural. O caso do Porto em 2001. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, 13, 131-137.

#### OUTRAS REFERÊNCIAS

- Abreu, F. (2013). Entrevista com a autora. 05.07.2013.
- Decreto-Lei nº 202/2009 de 28 de agosto in DR, 1ª série, Nº 167.
- Relatório de Auditoria à Casa da Música/Porto 2001, S. A. do Tribunal de Contas. (2004).
- Ribeiro, A. P. (2004). ‘Lisboa 94, 10 anos depois’. *Jornal Público*, 03.01.2004.
- Serra, J. (2013). ‘Guimarães 2012, a cultura, a cidade e o futuro’. *Jornal Público*, 05.07.2013.

## Os movimentos sociais na capa da Veja: uma análise ao longo da história da revista

AIRTON DONIZETE DE OLIVEIRA & SERGIO MARILSON KULAK

donijornalismo@gmail.com; sergiokulak@gmail.com  
*Universidade Estadual de Londrina*

### Resumo

Este artigo é parte de um trabalho que analisa a representação dos movimentos sociais na capa da Veja, de 1968, ano da fundação da revista, a 2012. Nele, analiso uma capa da Veja publicada em 19 de junho de 1985, com os dizeres: “Reforma agrária: Os fazendeiros se armam – ‘invasor que pisar aqui leva chumbo. Vem que tem’, Trajano Bicalho, guardião da fazenda Camarões no Norte de Goiás”. Em seu conselho aos editores, (Scalzo, 2009:64) afirma: “Olhe para a capa não como um belo quadro, uma obra de arte, mas como um elemento editorial, que tem a função estratégica de definir a compra de seu produto pelos leitores em potencial”. Para analisar a presente capa é utilizada a metodologia Análise do Discurso (doravante AD). Nesta capa há uma relação de poder entre os fazendeiros, que se defendem com jagunços armados, e os Sem-Terra, que promovem ocupações de terra e forçam a realização da reforma agrária. Em 1984, um ano antes da publicação da capa em questão, nascia o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST), que começava a realizar ocupações de terra. Na mesma época surgia a União Democrática Ruralista (UDR), cujo objetivo era combater os Sem-Terra.

**Palavras-Chave:** Imagem; jornalismo; MST; revista Veja

---

### INTRODUÇÃO

Este artigo é parte da dissertação de mestrado do referido autor: “Os movimentos sociais na capa da Veja: uma análise ao longo da história da revista”, que analisa 20 capas da Veja, entre 1968, ano em que foi fundada, e 2012. Neste trabalho, por questão de espaço, será analisada uma capa da Veja publicada em 19 de junho de 1985 com os dizeres: “Reforma agrária: Os fazendeiros se armam – ‘invasor que pisar aqui leva chumbo. Vem que tem’, Trajano Bicalho, guardião da fazenda Camarões no Norte de Goiás”. As capas de revistas semanais, a exemplo de Veja, estampam imagens e pequenos textos sobre os mais diversos assuntos. Ao retratar os Sem-Terra em suas capas, Veja expõe sua posição sobre o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST). O objetivo geral deste trabalho - investigar os efeitos de sentido na capa em questão - é seguido de objetivos específicos: Analisar elementos que formam a imagem exposta nesta capa da Veja sobre o MST; realizar análise de tal capa com base na história da Veja e do MST e detectar efeitos de sentido presentes nesta capa.

Os ataques de Veja ao MST são permanentes e revelam o claro propósito da revista em destruir a identidade do movimento. Uma das principais organizações surgidas no Brasil pós-ditadura militar, os Sem-Terra talvez sejam a única entidade

civil que consegue pressionar o Governo Federal e mostrar à sociedade que o Brasil precisa realizar a reforma agrária. Uma reivindicação antiga. A concentração de terra no Brasil vem desde os tempos da Colônia e está ligada à falta de cidadania, que também perdura desde aquela época. (Carvalho, 2001) lembra que um traço marcou durante séculos a economia e a sociedade brasileiras: o latifúndio monocultor e exportador de base escravista. Diz (Carvalho, 2001: 18): “Formaram-se ao longo da costa núcleos populacionais baseados nesse tipo de atividade que constituíram os principais polos de desenvolvimento da colônia e lhe deram viabilidade econômica até o final do século XVII, quando a exploração do ouro passou a ter importância”. Se outrora era assim, não interessa ao Estado e à classe dominante que haja mudanças. Uma de suas armas é a grande mídia, um dos aparelhos ideológicos de Estado. Conforme descreve (Althusser, 1974:45):

“Podemos constatar que enquanto o aparelho (repressivo) de Estado, unificado, pertence inteiramente ao domínio público, a maioria dos Aparelhos Ideológicos de Estado (na sua dispersão aparente) releva pelo contrário do domínio privado. Privadas são as igrejas, as famílias, os sindicatos, algumas escolas, a maioria dos jornais, as empresas culturais, etc. etc”.

Para analisar a presente capa de Veja sobre o MST, o autor recorreu à AD e a preceitos de outras ciências da linguagem.

### **A REVISTA VEJA**

A imprensa se alastrou pelo Brasil, mas não mudou seu perfil editorial. Ou seja, não deixou de ser comandada pela classe dominante. Passou pela ditadura do Estado Novo (1937 a 1945), período em que jornais e revistas foram fechados por determinação do Governo Federal. A ditadura civil/militar (1964/1985) deu outro golpe na imprensa. Jornais, revistas, rádios e canais de televisão passaram a conviver com a censura. Mas o golpe fatal veio em 1968 com o decreto que impôs o Ato Institucional Cinco, o AI 5. A censura endureceu. Neste cenário surgiu a revista Veja, criada em 1968, pelos jornalistas Victor Civita e Mino Carta. Publicada pela Editora Abril, substituiu a revista Realidade, que saiu de circulação em 1976.

No começo, Veja teve dificuldades. Lutou contra a censura do Governo Militar até acertar sua fórmula. As vendas começaram a se expandir quando a revista passou a ser vendida por assinatura, em 1971. Hoje, cerca de 80% da sua tiragem, cuja média é um milhão de exemplares, correspondem a assinaturas. Segundo (Scalzo, 2009: 31), para formar a primeira equipe de Veja, a Editora Abril selecionou em todo o país e treinou durante três meses, 100 jovens com formação superior, dos quais 50 foram aproveitados na Redação. Era o primeiro curso de jornalismo da empresa, e também o primeiro a falar sobre jornalismo em revista. Tal prática é mantida até hoje. Os jornalistas que atuam nas revistas do grupo Abril são selecionados por meio de treinamento promovido pela Editora Abril.

O leitor de Veja se assemelha ao da revista Visão que, lançada em 1952, tinha linha editorial voltada para um público formado por empresários, executivos e

homens da classe média. Visão aproveitou a consolidação de uma sociedade urbana e industrial no país, na década de 1950, e criou um modelo de jornalismo que privilegiava a análise, a clareza das informações e a capacidade de síntese. Daquela década em diante, a chamada grande imprensa tem tido um papel político central na história do Brasil. A partir dali, segundo Silva (1995), os veículos de imprensa passaram a se vender como “informativos” e não mais como “opinativos,” que seriam apenas os jornais vinculados aos partidos políticos. “Nesse período também se dissemina a ideia de que a imprensa seria o “quarto poder”, acima dos demais vigiando. Mais um motivo para sua atuação política ficar ainda mais protegida”, acrescenta Silva (1995).

### **MST: HERDEIRO DE LUTAS HISTÓRICAS**

Um rápido olhar pela historiografia brasileira revela os levantes e revoltas de movimentos sociais que apregoavam mudanças na condução política do país. Canudos (revolta no sertão baiano entre 1896 e 1897, que causou a morte de 25 mil pessoas), Guerra do Contestado (conflito que se deu na divisa entre Paraná e Santa Catarina, em 1913, que teria provocado a morte de 20 mil pessoas), Revolta de Palmares (ataque das forças governistas contra o Quilombo dos Palmares, na Serra da Barriga, interior de Alagoas, que culminou com a morte de Zumbi dos Palmares) entre outros, demonstram descontentamento com a concentração de poder nas mãos de um Estado que sempre deixou o povo em segundo plano. A luta desses movimentos não cessou. Ela continua viva e, hoje, tem no MST seu legítimo representante. Portanto, a reforma agrária é uma reivindicação antiga. A concentração de terra no Brasil vem do período colonial e está ligada à falta de cidadania, que também perdura desde aquela época.

“Ao proclamar sua independência de Portugal em 1822, o Brasil herdou uma tradição cívica pouco animadora. Em três séculos de colonização (1500-1822), os portugueses tinham construído um enorme país dotado de unidade territorial, linguística, cultural e religiosa. Mas tinham também deixado uma população analfabeta, uma sociedade escravocrata, uma economia monocultura e latifundiária, um Estado absolutista. À época da independência, não havia cidadãos brasileiros, nem pátria brasileira” (Carvalho, 2001: 17-18).

Em 1500, os portugueses chegaram ao Brasil e encontraram aquele imenso território. Eram cerca de 5 milhões de índios, que foram submetidos ao modo de produção, às leis e à cultura portuguesa. Toda a terra brasileira passou a ser propriedade da Coroa Portuguesa. Os que aqui chegaram receberam concessão de uso. Um direito hereditário, ou seja, os herdeiros dos grandes fazendeiros podiam continuar com a posse das terras e sua exploração.

Em 1850, a Coroa, sofrendo pressões inglesas para substituir a mão-de-obra escrava pelo trabalho assalariado, com a conseqüente e inevitável abolição da escravidão, e para impedir que, com a futura abolição, os então trabalhadores ex-escravos se apossassem das terras, promulga, naquele ano, a primeira lei (Lei 601) de terras do país (Stédile, 2005: 24).

Tal ato jurídico consolidou a propriedade privada no Brasil e, a partir daí, formaram-se os grandes latifúndios que persistem até hoje no país. Com o fim da escravidão, em 1888, e chegada dos migrantes europeus, surgiu o campesinato brasileiro. Até então, havia apenas trabalhadores escravizados, vindos da África ou retirados das comunidades nativas, indígenas. Em 1930, uma revolução burguesa leva ao poder Getúlio Dornelles Vargas, que fica no comando do país até 1945. A oligarquia rural se enfraquece e faz uma aliança com a burguesia urbana. Uma das causas do êxodo rural. Os camponeses deixam a roça e se iludem com novos empregos e salários na indústria. A crise pela falta da terra se agrava. Entre 1950 e 1964, nascem as ligas camponesas (movimento ocorrido no sertão pernambucano liderado por Francisco Julião Arruda de Paula, cujo objetivo era fazer a reforma agrária) e outros movimentos que exigiam a realização de reforma agrária no Brasil. Esses movimentos foram esmagados pela ditadura militar, que se instalou no país em 1964. A grande concentração de terra prevaleceu. Entre 1979 e 1980, no auge da luta pela redemocratização, surge uma nova forma de pressão dos camponeses: as ocupações organizadas por centenas de famílias. No início de 1984, os participantes dessas ocupações realizam o primeiro encontro, dando nome e articulação própria ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). A primeira reunião oficial, que sacramenta a criação do MST ocorreu em 1984 no Primeiro Encontro Nacional dos Sem-Terra, em Cascavel, no Paraná.

#### **CAPAS FUNCIONAM COMO ISCA**

A capa de revista funciona como síntese da edição. Nela é destacado o assunto principal com chamadas para assuntos de menor importância, conforme definido por cada editor. Mas a capa tem um objetivo especial: físgar o leitor. A partir dela, ele pode ou não folhear a revista. Pela exibição quer seja nas bancas ou mesmo na internet, a capa é quase uma revista dentro da revista. Muitas vezes, o leitor se atém a ela, sem avançar no assunto interior. Para (Scalzo, 2009), uma boa revista precisa de uma capa que ajude a conquistar leitores e os convença a levá-la para casa. “Capa, como diz o jornalista Thomaz Souto Corrêa, é feita para vender revista. A capa precisa ser o resumo irresistível de cada edição, uma espécie de vitrine para o deleite e a sedução do leitor” - (Scalzo, 2009: 62). Portanto, uma boa capa é feita de notícias quentes e exclusivas. (Scalzo, 2009: 63) afirma:

“Em qualquer situação, uma boa imagem será sempre importante – e é ela o primeiro elemento que prenderá a atenção do leitor. O logotipo da revista também é fundamental, principalmente quando ela é conhecida, e já detém uma imagem de credibilidade junto ao público. Afinal, quando você vê na banca duas revistas com a mesma notícia na capa, você compra aquela na qual confia mais”.

São estratégias assim que fazem da capa um espaço especial da revista. Nela está o sucesso ou fracasso de uma edição. Em seu conselho final aos editores, (Scalzo, 2009: 64) recomenda: “Olhe para a capa não como um belo quadro, uma obra de arte, mas como um elemento editorial, que tem a função estratégica de



definir a compra de seu produto pelos leitores em potencial”. Assim Veja edita suas capas, levando em conta o olhar do leitor. Uma verdadeira vitrine, onde está exposto seu principal produto. A capa aqui analisada não é diferente. É o que este trabalho pretende mostrar. Por isso, será analisada apenas a capa em questão, sem se ater ao conteúdo interno.

### ANÁLISE DA CAPA EM QUESTÃO

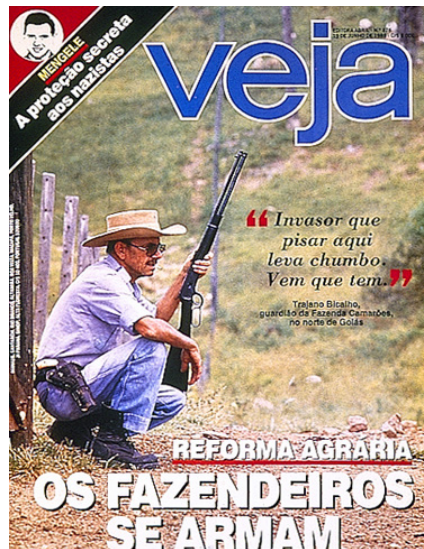


Figura 1: Capa publicada em 19 de junho de 1985

Em 19 de junho de 1985, Veja publicou a primeira capa sobre o MST, com os dizeres: “Reforma agrária: Os fazendeiros se armam – ‘invasor que pisar aqui leva chumbo. Vem que tem’, Trajano Bicalho, guardião da fazenda Camarões no Norte de Goiás”. A fotografia de Trajano exposta na capa da Veja lembra a colonização de várias regiões do planeta. Um desses lugares foram o norte e noroeste do Paraná nas décadas de 30, 40 e 50 (Tomazi, 1999). Jagunços contratados pela companhia colonizadora vigiavam as terras de possíveis grilagens. Armados, eles obedeciam à ordem do patrão e, se necessário, matavam para defender as propriedades ou promover a desocupação de novas terras.

Nesta capa, Veja resgatou a imagem do jagunço, símbolo do Brasil rural de épocas passadas ou mesmo de hoje nos rincões do Norte e Nordeste do País. Utilizou-se do eufemismo “guardião” para não dizer jagunço, já que todas as características da foto levam a isso. Sem dizer que se trata de uma montagem. O revólver na cinta, a carabina na mão e a cerca atrás revelam um cenário produzido. Nesta capa, se vê uma relação de poder entre os fazendeiros, que se defendem com jagunços armados - e os Sem-Terra, que promovem ocupações de terra e forçam a realização da reforma agrária. Em 1984, um ano antes de a Veja publicar a presente capa, nascia o MST, que começava a ocupar terras e a desafiar o poder constituído.

O enunciado “Os fazendeiros se armam” traz em sua estrutura um vazio semântico: se armam contra quem? Embora não esteja dito explicitamente, pode

se recuperar a ideia de que eles se armam contra os Sem-Terra. No trecho, “invasor que pisar aqui leva chumbo”, temos uma referência aos Sem-Terra designada a partir de uma formação discursiva capitalista. Tal designação só é possível como marca de uma filiação à ideologia da propriedade privada. Na mesma época nascia a União Democrática Ruralista (UDR), cujo objetivo era combater os Sem-Terra. Trajano Bicalho, guardião da Fazenda Camarões, está a serviço dos ruralistas. A fotografia, com uma chamada, realça o poder visual da capa em questão. Um senhor de chapéu com uma carabina na mão esquerda e um revólver do lado direito da cintura. O cenário ganha destaque com a cerca, simbolizando divisão e poder.

“É bom lembrar: na AD, não menosprezamos a força que a imagem tem na constituição do dizer. O imaginário faz necessariamente parte do funcionamento da linguagem. Ele é eficaz. Ele não “brota” do nada: assenta-se no modo como as relações sociais se inscrevem na história e são regidas, em uma sociedade como a nossa, por relação de poder. A imagem que temos de um professor, por exemplo, não cai do céu. Ela se constitui nesse confronto do simbólico com o político, em processos que ligam discursos e instituições. Desse modo é que acreditamos que um sujeito na posição de professor de esquerda fale ‘X’ enquanto um de direita fale ‘Y’” (Orlandi, 1999: 42).

Um pistoleiro de arma na mão reforça a imagem projetada pela classe dominante. A mídia tem revelado que no Norte do Brasil, especialmente no sul do Pará, pistoleiros executam pessoas para que determinados grupos se apossam de terras para extração de madeira. Em 1985, um sujeito de arma em punho surge na capa da *Veja* dizendo se pronto para atirar em quem adentrar naquela fazenda. A classe dominante reagia ao surgimento do MST. O trecho “Invasor que pisar aqui leva chumbo. Vem que tem” cria conflito e polemiza a questão. Para os latifundiários é importante que isso aconteça, pois assim eles mostram seu poder e força. Mesmo disfarçadamente, os grandes proprietários de terra se mostram na capa. “Não adianta os protagonistas jurarem que dispensariam completamente o conflito, que eles só entram na disputa obrigados; de fato, eles estão desde sempre envolvidos nela” (Maingueneau, 2008: 113).

A reforma agrária, uma luta antiga, entrava na pauta política. Era o fim do regime militar (1964/1985) e o início do período democrático. Os movimentos populares reiniciavam suas lutas. Esta capa da *Veja* não faz referência ao momento em que o Brasil vivia (meados da década de 80). Ao mostrar a força da classe dominante, fragmentou a questão da reforma agrária. Revelou apenas que os grandes fazendeiros estavam preparados para defender suas terras. Deixou de dizer que a terra no Brasil está nas mãos de poucos e que a reforma agrária é uma reivindicação antiga. A fragmentação, segundo (Abramo, 2003), pode ser feita por meio das seguintes estratégias: a seleção de aspectos, ou particularidades, do fato e da descontextualização.

“A seleção de aspectos do fato que é objeto da atenção jornalística obedece a princípios semelhantes aos que ocorrem no padrão de ocultação. Embora tenha sido escolhido como um fato jornalístico e, portanto, digno de merecer estar na produção jornalística, o fato é decomposto, atomizado, dividido em particularidades ou aspectos, e a imprensa seleciona os que ela apresentará ou não ao

público. Novamente, os critérios para essa seleção não residem necessariamente na natureza ou nas características do fato decomposto, mas sim nas decisões, na linha, no projeto do órgão de imprensa, que são transmitidos, impostos ou adotados pelos jornalistas desse órgão” (Abramo, 2003: 28).

Sob o ponto de vista da AD a fragmentação não implicaria no silenciar do outro. O dito da capa só faz sentido pelo não dito, ou seja, só existe o fazendeiro e seu capanga armado porque existe ameaça do “invasor”, os Sem-Terra. Nessa representação de Veja da luta de classes, entretanto, o que fica evidenciado é o registro de quem tem a maior força: o fazendeiro e seu poderio de defesa da propriedade. Este é o efeito de sentido que a capa mostra. Poderia ter mostrado o outro lado, mas por coerções de sua posição-sujeito midiática naquele contexto sócio-histórico, não o fez. Portanto, sob o viés da AD, implica em se perguntar por que o outro (os Sem-Terra) sofreu esse processo de fragmentação, de tradução semântica de ocupante para invasor?

Outro ponto a se destacar nesta capa é a memória. Segundo (Orlandi, 1999), a memória está relacionada ao interdiscurso, ou seja, o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-constituído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra. “O interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada” – (Orlandi, 1999: 31). A AD trabalha com a exterioridade que age sobre o sujeito, transformando-o em receptor sócio-histórico: “O dizer não é propriedade particular. As palavras não são só nossas. Elas significam pela história e pela língua” – (Orlandi, 1999:31). Assim se apresenta esta capa. Sentidos do passado, já ditos por alguém, ali estão para cumprir uma função: dizer que o MST nascia e começava a invadir propriedade, portanto, os fazendeiros estavam se armando para combatê-lo. “O sujeito tem a ilusão de ser o centro de seu dizer, pensa exercer o controle dos sentidos do que fala, mas desconhece que a exterioridade está no interior do sujeito, em seu discurso está o ‘outro’, compreendido como exterioridade social” – (Fernandes, 2005: 40).

A questão visual é complexa. Veja aproveita-se dessa complexidade para tentar persuadir o leitor. Como diz (Domenech, 2011), o visual, não só a imagem propriamente dita, é sempre um fenômeno complexo que circula por entre diferentes plataformas e níveis de significado, todos eles inscritos na visualidade. Complementa:

“Dentro da imagem, em sua própria estrutura, instalam-se os resultados de uma imaginação que também se divide nos âmbitos social e individual, pois pertence ao autor entendido ao mesmo tempo como indivíduo e como fator da sociedade que o acolhe e o produz. Essa imaginação embaralha valores e ideias em uma reconfiguração constante que vai do figurativo ao discursivo sem nunca se deter definitivamente em um dos polos, exceto quando finalmente se materializa em uma imagem” (2011: 19-20).

Ao editar a presente capa, Veja dá a entender que pretende direcionar o leitor. Quer que ele enxergue apenas uma versão, a dos grandes proprietários de terra. Daí o recorte, mostrando apenas um lado da questão. “De onde se conclui que o visível

é aquilo que se pode ver, o que a sociedade deixa ver e institui que há de ser visto” (Domenech, 2011: 22).

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo (Rossi, 1985), o mais correto é dizer que existe atualmente liberdade de empresa, mas não exatamente liberdade de imprensa.

“Em outras palavras: há razoável grau de liberdade para um determinado jornal veicular aquilo que lhe parece mais conveniente – respeitadas, é óbvio, as leis vigentes. Mas há sérias restrições ao direito social à informação, ou seja, ao direito que toda sociedade tem de informar e, ao mesmo tempo, veicular informações que lhe interessam” (Rossi, 1985: 60).

Tal afirmação possibilita compreender a posição de Veja sobre o MST. Uma revista que defende o capital. Sendo os Sem-Terra uma espécie de pedra no sapato. Um movimento que mantém uma história de luta pela mudança social. Veja, então, tenta desqualificá-lo. Não basta dizer que o MST é do mal. É preciso mostrar, conforme o manipula nesta capa. Utilizando-se de uma foto montada e métodos tendenciosos de edição, Veja macula os Sem-Terra e os apresenta à sociedade como um bando de desocupados que ameaça invadir propriedades e instalar o caos no país. De acordo com a análise apresentada pelo presente trabalho, a capa de Veja sobre os Sem-Terra tenta ofuscar a ideia de que o Brasil precisa de uma reforma agrária.

Reivindicação antiga, a reforma agrária não foi prioridade de nenhum governo brasileiro. A luta pela terra no país vem do Brasil Colônia, passou pela Independência, pela República e chega quase intocável aos dias atuais. Realizá-la fere interesse de latifundiários em cujas mãos estão concentradas as terras brasileiras. O governo do presidente João Goulart (1961/1964) pôs a reforma agrária na pauta política, mas acabou deposto por um golpe militar.

A capa de Veja em questão é o flagrante da imparcialidade da grande mídia brasileira. Não quer dizer que haja algum meio de comunicação imparcial. A própria AD nos mostra que neutralidade não existe. Mas o que não se admite é utilizar um meio de comunicação para atacar determinado grupo constituído, como os Sem-Terra.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abramo, P. (2003). *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Althusser, L. (1974). *Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado*. Porto: Editora Presença.
- Carvalho, J. M. (2001). *Cidadania no Brasil. O Longo Caminho*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Domenech, J. C. (2011). *A forma do real: introdução aos estudos visuais*. São Paulo: Summus.
- Fernandes, C. A. (2005). *Análise do Discurso: Reflexões introdutórias*. Goiânia: Trilhas Urbanas.
- Orlandi, E. P. (1999). *Análise de discurso – princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes.

Rossi, C. (1985). *O que é jornalismo*. São Paulo: Brasiliense.

Scalzo, M. (2009). *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto.

Silva, Carla Luciana (2005). *A grande imprensa e a crise política: o caso de Veja*. Disponível em <[http://www.unioeste.br/projetos/observatorio/texto\\_grande\\_imprensa.asp](http://www.unioeste.br/projetos/observatorio/texto_grande_imprensa.asp)>. Acesso em 25.06.2013.

Stédile, J. P. (org) (2005). *A questão agrária no Brasil: O debate tradicional*. São Paulo: Expressão Popular.

Tomazi, N. D. (1999). Construções e silêncios sobre a (re) ocupação da região norte do Estado do Paraná. In R. B. Dias & J. H. R. Gonçalves (org), *Maringá e o Norte do Paraná: estudo de história regional*. Maringá: Eduem.

## Valores-notícia na cobertura das manifestações de junho de 2013 no Brasil

LARA GUERREIRO PIRES

laraguerreiro@gmail.com  
*Universidade Federal de Goiás - Brasil*

### Resumo

Os protestos populares ocorridos no Brasil em junho de 2013 ganharam espaço em veículos de comunicação no País e no exterior. O presente estudo busca analisar a cobertura jornalística feita pelo portal noticioso Universo Online afim de avaliar se os critérios de noticiabilidade usados para delimitação do que seria notícia valorizariam as reivindicações dos manifestantes ou as ações violentas praticadas durante os protestos. Para tanto foi realizada feita uma reflexão sobre como o jornalismo chega a definição do que é notícia. Recorreu-se a história do jornalismo iniciadas com as Acta Diurnas Romanas até os dias atuais, perpassando os principais marcos históricos até perceber como está o jornalismo hoje. Partindo da ideia de Schudson de que as notícias não são espelho da realidade, mas sim uma representação do mundo percebemos a necessidade de analisar como uma portal noticioso representou uma das maiores movimentações populares da história brasileira e a primeira reação popular neste século XIX. O resultado a que se chegou é que a violência não está presente em todas as notícias, porém é o tema que sozinho gera mais notícias.

**Palavras-Chave:** Manifestações; jornalismo; notícia; violência

---

A expansão do uso individual da internet, com a possibilidade de publicação de conteúdos produzidos fora da lógica comercial das empresas de comunicação, leva comunicadores profissionais e leitores a questionar como são escolhidas as informações que serão publicadas. As recentes manifestações que tiveram lugar na maioria dos estados brasileiros, no mês de junho de 2013, foram retratadas pela imprensa, e tornam-se um exercício reflexivo interessante para avaliar como foi essa cobertura. Para tanto, usa-se neste estudo como objeto a cobertura feita pelo portal Universo Online.

A avaliação busca esclarecer se o que foi coberto foi apenas o fenômeno físico da manifestação, que significa o movimento das pessoas de ir às ruas e também as ações violentas decorrentes da ocupação de espaços públicos; ou o fenômeno político de demonstração da insatisfação com a atual configuração social brasileira e a reivindicação por condições de exercício da cidadania.

Como o jornalismo profissional chegou aos critérios hoje respeitados? O que torna uma informação mais importante do que a outra? São questionamentos já tradicionais na pesquisa em jornalismo, mas que valem maior tempo de reflexão para entender a cobertura jornalística.



O jornal como transmissor de informações importantes para a organização da vida prática da sociedade já é apontada por autores na Antiguidade. Porém, consenso é de que o que mais se aproxima com o jornal moderno pode ter sido a comunicação em mural, “Acta Diurna”, utilizada pelos romanos para registro de textos de leis, datas de festas solenes, informações sobre a vida particular do Imperador, etc. Ao avaliar as informações disponíveis sobre essa semente da imprensa, é possível entender que as informações disponibilizadas à sociedade eram ligadas diretamente ao Estado, evidentemente aos seus interesses, uma vez que era por ele organizadas.

Após a queda do Império Romano a comunicação institucionalizada diminuiu consideravelmente na Europa Medieval. Artistas levavam de um lugar a outro, em sua arte, notícias de onde estiveram antes. “O jogral assemelhava-se a um habilitado repórter, captando notícias aqui e ali, para depois disseminá-las sem jornal, valendo-se apenas da voz e do verso, amparados pela comunicabilidade insinuante da palavra” (Costella, 2002: 21). Neste momento histórico vemos uma nova forma de escolha da informação disponibilizada, agora não mais ligada ao Estado, mas ao entendimento do artista do que era importante e do que era preciso se dar a saber.

No Renascimento, período em que o letramento já era mais comum, escrever cartas tornou-se atividade profissional de indivíduos com, segundo Costella, “notável fato jornalístico que não deixavam escapar nada, nenhum evento significativo, nenhum comentário”(2002: 73). As cartas eram comumente lidas em público para dar conhecimento de fatos de interesse e também novas cartas eram produzidas a partir do agrupamento e resumo das informações recebidas. O resultado pode ser considerado um jornal manuscrito, que ao ser vendido ganhou o nome de “gazeta”. Ao avaliar as informações do autor podemos perceber o interesse econômico aparecendo na produção noticiosa, o que continuará na trajetória da imprensa até os dias atuais, assim como a preocupação com o interesse do público para definição do que é notícia. Característica importante esta última para entender-se que o jornalismo não é baseado apenas em informações oficiais ou naquilo que o Estado quer que se saiba.

O interesse do leitor também é levado em conta no aparecimento das “Relações”, panfletos com descrição de fatos excepcionais, redigidos por indivíduos que as repassava ao tipógrafo que imprimia cópias no intuito de vendê-las. Essas publicações não podem ser considerados jornais, pois não possuem periodicidade ou variedade de matéria, mas eram sem dúvida uma forma de publicização de informações. Neste período, a tipografia já funcionava imprimindo textos principalmente religiosos.

Faz-se necessário ressaltar que a imprensa foi utilizada por diferentes grupos no decorrer da história e continua a ser usada tanto para se propagar informações mostrando a realidade de acordo com a visão daquele que a retrata. Dentre tantos exemplos possíveis são os mais notórios a Reforma Protestante, quando a imprensa foi utilizada para disseminar suas mensagens e para ridicularizar a Igreja Católica. Na Inglaterra, onde encontrou uma casa mais favorável, a imprensa sempre esteve presente no debate político com papel decisivo desde a Revolução Inglesa aos dias atuais, participando ativamente das lutas por direitos sociais à época da

Primeira Guerra Mundial e Revolução Industrial. Na França trabalhou para construção de imagens favoráveis dos monarcas, assim como para disseminar as idéias do Iluminismo na Revolução. Nos seis últimos meses do ano da Revolução, 1789, houve na França a abertura de pelo menos 250 jornais, dirigidos a diversos públicos, inclusive camponeses (Briggs & Burke, 2004: 106). No Brasil a impressão de comunicações só pode dar-se a partir de 1808, quando a Casa Real muda-se para o Brasil fugida da invasão Napoleônica. O Correio Braziliense é tido por muitos como o primeiro jornal Brasileiro, porém sempre foi impresso em Londres, primeiro a ser impresso no País foi o “Idade d’Ouro do Brazil”, impresso na Bahia.

A partir do entendimento do contexto em que se deu o desenvolvimento da imprensa é preciso esclarecer que mesmo como parte de movimento histórico da sociedade, o jornalismo é uma seleção de fatos. Não conseguindo o produtor do conteúdo, estar em todos os lugares ao mesmo tempo e sempre, precisa ele definir o que será noticiado. Desde a Acta Diurna até os jornais atuais, o maior trabalho da imprensa é definir o que será notícia. Para Shudson (2003: 33) “notícias não são espelho da realidade, são uma representação do mundo, e toda representação é seletiva”. Sendo seletiva, alguém deverá fazer a seleção e esta pessoa é o jornalista. Para tanto, o processo de seleção do que será notícia não envolve apenas fatos objetivos, mas julgamentos subjetivos, valores pessoais e também preconceitos (Broder, 1987, cit. em Shudson, 2003). Pereira Junior (2006) coloca que:

acontecimentos são produtos de estratégias. Aquilo que se considera como real começa a virar ‘fato’ ao ser ‘enquadrado’ por certas convenções e procedimentos. Para acontecer, a realidade tem de ser embalada, codificada, alvo de decisões e exclusões, produto de procedimentos e movimentos de todo modo arbitrários. Apreendemos não tudo, mas apenas o que está disponível.

Nesse sentido, Mauro Wolf (1999) explica a transformação da realidade em fato e deste em notícia por meio dos critérios de noticiabilidade, que constituem um elemento da distorção voluntária contida na cobertura informativa dos *mass media*. Eles abrangem três fases do processo jornalístico: a origem dos fatos (os valores-notícia); o tratamento dos fatos (técnicas de apuração e características de publicação); e, por fim, a visão dos fatos (características subjetivas na escolha do fato a ser publicado).

Este estudo se atém aos valores-notícia, critérios para a escolha de um fato como notícia. Os valores-notícia são também chamados de valores informativos ou fatores notícia e consideram a origem do fato, o fato em si, características intrínsecas e essenciais, atributos inerentes ao acontecimento. Segundo Kunczik (2001), estudos alemães de 1676 e de 1688 já tratavam do problema de seleção de notícias e enfatizavam que as consequências de um acontecimento eram decisivas para decidir se ele seria divulgado ou não. Esta passagem explica que os valores-notícia devem ser definidos como as qualidades dos eventos a serem noticiados e não da sua construção jornalística. Entretanto, não se pode entendê-los como naturais nem neutros (Traquina, 2001). Eles são o resultado do contexto vivido pelos jornalistas, que vivem a pressão de ter de produzir matérias a cada dia, ou em periodicidades

ainda menores, dependendo do veículo. Os profissionais precisam tomar decisões diariamente sobre o que publicar ou não, em que investir seu tempo ou não para apuração. Assim eles se apoiam em uma série de rotinas, hábitos e convenções sobre como, porque e onde recolher notícias (Schudson, 2003: 34).

Listas de valores-notícia estão disponíveis nos trabalhos de diversos autores como Wolf (1999), Kunczik (2001), Erbolato (1991) e Lage (2001), Silva (2005). Schudson (2003) ao estudar o jornalismo americano faz uma divisão mais simples e de fácil compreensão das distorções presentes na forma de abordagem de um fato. Para ele são cinco distorções: as notícias são tipicamente centradas no evento, na ação e na pessoa; negativas; deslocadas; técnicas; e oficiais. A primeira distorção demonstra que a mídia tende a cobrir eventos com visibilidade, na maioria das vezes, conflitos ou conflitos violentos. Assim tende a simplificar processos sociais complexos transformando-os em batalhas entre antagonistas. Segunda: existe uma tendência para as notícias serem negativas, pois a harmonia não tem razão para ser publicada, ao contrário de quando há conflito. Portanto, as notícias ressaltam o aspecto de conflito mesmo em períodos de relativa calma. A terceira distorção diz respeito ao crescente distanciamento que os jornalistas cultivam dos fatos a que selecionam como notícia, provocando por vezes uma cobertura superficial e sem qualquer análise. Esta distorção nos leva a quarta que é a tendência de focar estratégias e táticas políticas pontuais para não comprometer seu profissionalismo com análises que mais aprofundadas que possam estar erradas ou mesmo contra os interesses institucionais. A última distorção está relacionada à dependência que a imprensa tem de fontes oficiais, que são uma fonte garantida de sempre gerar notícias.

### **ESTUDO DA COBERTURA DAS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013**

O presente artigo consiste na observação da cobertura jornalística das manifestações populares, ocorridas no Brasil no mês de junho de 2013, feita pelo Portal Universo Online, disponível no endereço eletrônico <http://www.uol.com.br>. A escolha deu-se pelo portal ter criado um link específico onde agrupou todas as notícias publicadas por ele sobre as manifestações dando acesso rápido a todos que buscassem informações sobre esses acontecimentos.

O recorte temporal do estudo é de 16 a 22 de junho. Dentro deste período é feita uma comparação da cobertura geral com a realizada especificamente no dia 20 de junho, marcadamente o período com maior número de manifestações. No primeiro frame temporal, foram publicadas 255 notícias no total, destas, 54, estão no dia destacado.

Partindo da premissa de que a titulação da notícia online deve ser *per se* informativa, foram analisados os títulos de todas as notícias para verificar quais seriam os valores-notícia que poderiam ter guiado a definição do fato noticiado como digno de publicação. Como método de análise dos títulos da notícia utilizou-se planilha eletrônica como o modelo a seguir:

Dia	Hora	Agência	N de com.	Notícia	Valor
30 DE JULHO	20h47	UOL Notícias - Cotidiano	47	Tropa de Choque bloqueia rua para que manifestantes não cheguem ao DP	
	19h42	UOL Notícias - Cotidiano		Após reunião com prefeito, sem-teto se comprometem a deixar a prefeitura de Belo Horizonte	
	17h24	UOL Notícias - Cotidiano	39	Polícia usa bombas para conter manifestantes em Pinheiros (SP)	

Tabela 1

Fonte: Elaboração do autor

Para fins de análise do objeto de estudo, a atribuição de valor-notícia, tanto na titulação quando no corpo do texto, seguiu a tabela abaixo com os principais critérios definidos para esta análise da cobertura das manifestações.

Tabela de valores-notícia para análise de objeto de estudo delimitado			
Reivindicação (R)	Solução (S)	Violência (V)	Outros (O)
Ação (A)	Governo (G)	Justiça (J)	

Tabela 2

Fonte: Elaboração do autor

Para entender cada um dos valores, faz-se necessário delimitá-los. O valor Reivindicação (R) é determinado pela clara exposição do motivo das manifestações. Solução (S) é o resultado de alguma manifestação no sentido de atendimento ou negação de atendimento às solicitações feitas nas manifestações. Violência (V) constitui-se na exposição principal de característica violenta da manifestação; Ação (A) é o relato apenas técnico da ocorrência da manifestação. O valor Governo (G) é atribuído aos textos baseados explicitamente em informações de fontes oficiais. Justiça (J) é o valor atribuído aos textos advindo de informações do Poder Judiciário, que também é uma fonte oficial. Por último, pertence ao conjunto de valores, Outro (O) - disponível neste estudo para identificar qualquer fato que não possa ser inserido nas opções anteriores, mas que mesmo assim tenha sido noticiado na cobertura das manifestações de junho 2013.

Os resultados que se apresentaram na avaliação dos títulos das notícias publicadas foram os seguintes. Das 255 matérias publicadas dentre os dias 16 a 22 de junho de 2013 no link denominado pelo Uol de "Protestos pelo Brasil", 118 títulos faziam referência direta a atos de violência durante a manifestação, tanto por parte dos manifestantes quando da polícia. Em contrapartida, apenas 18 deixavam claro o motivo que havia levado as pessoas às ruas. A posição do governo sobre os temas reivindicados marcou 34 notícias. A maior parte das notícias estava relacionada apenas ao aspecto técnico das manifestações. No total, 41 títulos informavam apenas haver ou estar programada uma manifestação. Por fim, 26 títulos versavam sobre assuntos não relacionados diretamente às manifestações e três estavam ligadas aos aspectos judiciais. Essas informações ficam mais claramente compreensíveis quando apresentadas por percentagem e na forma gráfica como é feito abaixo.

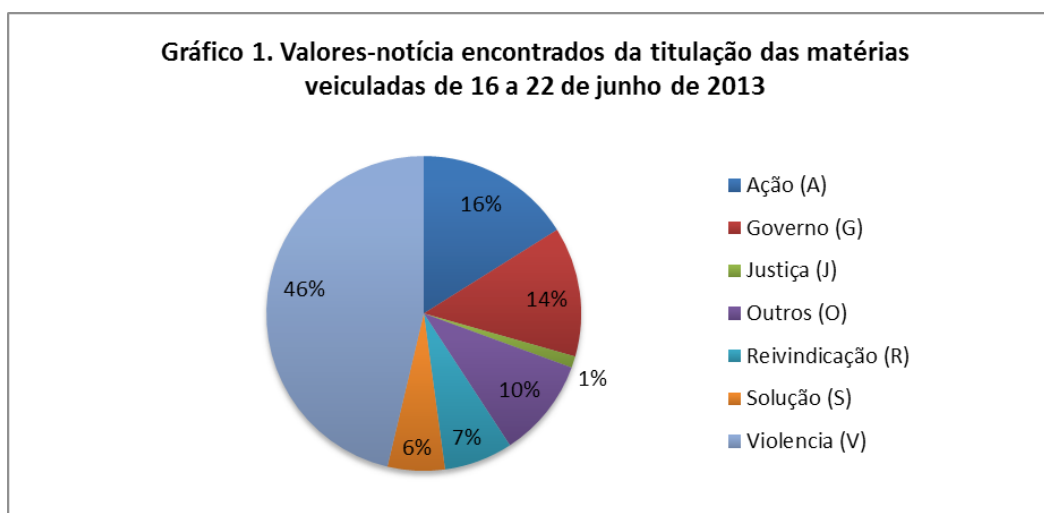


Gráfico 1

Podemos perceber que a afirmação de Schudson de que a maior parte das notícias são negativas e demonstram conflito procedem na avaliação da cobertura das manifestações populares ocorridas no Brasil na semana do dia 20 de junho de 2013. Outra premissa de Schudson confirmada é de que o jornalista tende a cobrir mais os aspectos técnicos de um fato do que o fato em si. As ações de protesto foram focadas como simples relato de que havia uma manifestação em 16% dos textos e as reivindicações dos manifestantes foram deixadas claro em apenas 7% dos títulos. As informações vindas de fontes oficiais estiveram presentes em 14%.

Dentre as 55 notícias publicadas no dia 22 de junho de 2013, 27 delas tinham a violência como aspecto principal em sua titulação, o que equivale a 48,2 % da cobertura do dia, mais de dois pontos percentuais do que o percebido durante a semana. O segundo valor que mais aparece no dia 22 é o da Ação (A), seguido pelas fontes oficiais representadas pelo Governo (G). Logo atrás está o valor Solução (S) com quatro textos, empatados com três textos estão a Reivindicação (R) e Outros(O). Por último, com apenas um título, está o critério Justiça (J).

Para avaliar se a cobertura jornalística feita pelo Uol foi realmente focada nos valores transparecidos nos títulos de suas matérias, o estudo avaliou o texto das 26 notícias cuja violência era o enfoque principal nos títulos no dia em destaque. A análise se dá com a verificação se há alguma outra informação no texto além do conteúdo relacionado a violência. Assim, como demonstrado no quadro abaixo, podemos perceber que dentre os textos analisados 14 falavam somente sobre a violência ou algum aspecto relacionado a ela. Dentre as 12 restantes, cinco citam o motivo da manifestação a qual se referem em apenas uma frase.

### Notícias publicadas no dia 20 de junho de 2013

#### **Após protesto no centro, Rio tem saques e depredações e confrontos chegam à zona sul 23**

A matéria conta com 14 parágrafos e apenas uma linha dizendo o motivo da manifestação. O texto é ainda ilustrado com infográfico sobre o preço de passagens de ônibus pelo Brasil, mas não faz menção a ele no texto. Esta notícia teve 23 comentários.

---

**Após mais de cinco horas de protesto, manifestantes e PM voltam a entrar em confronto em Brasília**

Não há informação sobre o motivo das manifestações, apenas o relato de como se deu o confronto.

---

**Fogueira de manifestantes incendeia barraca na Esplanada, em Brasília**

Nos oito parágrafos da notícia não há qualquer informação sobre o motivo da manifestação, porém ao fim do texto há um parágrafo com a informação de “A maioria dos manifestantes continua a protestar em um clima pacífico”. Porém não é informado sobre o que manifestam.

---

**Manifestantes interditam Raposo Tavares em Sorocaba (SP)**

O texto é baseado em informações práticas de serviço, porém o motivo da manifestação é explicado na frase: “A ação ocorreu por volta das 20h30, durante os protestos contra os políticos e para melhorias no transporte público”. O caráter violento abordado no texto está no trecho “Um menor foi detido depois de atirar pedras em veículos que furaram o bloqueio”. É possível ver que mesmo em matérias que tem o intuito de informar uma ação, a cobertura inclui um aspecto violento.

---

**Manifestação em Brasília tem 31 feridos, diz Samu**

Não há informação sobre o motivo das manifestações, apenas o relato de como se deu o confronto.

---

**Belém tem 42 presos após confronto com a PM**

Texto de quatro parágrafos e apenas a seguinte sugestão do motivo da manifestação: “Os manifestantes cobraram o passe livre para estudante, mas não chegaram a discutir a pauta com o prefeito, Zenaldo Coutinho (PSDB), que foi hostilizado pela multidão.”

---

**Fora do tumulto, manifestantes cantam marchinhas e comem pipoca em Brasília**

O texto é focado na manifestação pacífica, porém não informa os motivos do protesto e cita os episódios de violência.

---

**Tropa de choque joga bomba e atira em direção a hospital que atende manifestantes no Rio**

A matéria tem mais de dez parágrafos e a única citação do motivo dos protestos está no lide como uma informação adicional: “Homens da tropa de choque da Polícia Militar atiraram balas de borracha e jogaram uma bomba de gás lacrimogêneo contra o Hospital Municipal Souza Aguiar, no centro do Rio de Janeiro, onde são socorridos pelo menos 62 feridos em confronto com PMs durante protesto contra os altos preços das passagens de ônibus na noite desta quinta-feira (20).” O texto é ricamente ilustrado com fotos de manifestantes com cartazes e de cenas de violência durante os protestos.

---

**Após tentar Congresso e Planalto, manifestantes invadem Itamaraty, em Brasília**

Não há informação sobre o motivo das manifestações, apenas o relato de como se deu o confronto.

---

**Jornalista é ferido com garrafada no DF, diz PM**

Não há informação sobre o motivo das manifestações, apenas o relato de como se deu o incidente.

---

**Justiça do Rio decreta prisão preventiva de jovem suspeito de depredar Alerj**

O texto fala da repressão a causadores de manifestações violentas informa sobre mais casos de confronto além do expresso no título.

---

**PM usa tropa de choque e bombas para afastar manifestantes que tentam apedrejar prefeitura de Campinas**

Não há informação sobre o motivo das manifestações, apenas o relato de como se deu o confronto expresso no título e outros mais.

---

**Bombeiro que socorria manifestante quase é atingido por bomba em Brasília; ato já reúne 30 mil**

Além das informações sobre o incidente, repete texto já publicado na notícia “No DF, grupo joga rojões em direção à PM, que reage com gás; um manifestante é preso” sobre motivo das manifestações.

---

**Em SP, 110 mil bloqueiam a Av. Paulista e a 23 de Maio; ao menos uma pessoa fica ferida**

O texto informa o motivo dos protestos e estimativa da quantidade de participantes, além de relatar o episódio violento que deixou uma pessoa ferida.

---



**No DF, grupo joga rojões em direção à PM, que reage com gás; um manifestante é preso**

A notícia reúne mais informações do que o título deixa transparecer. Além das informações sobre o incidente, há também esclarecimentos sobre o que as pessoas presentes se manifestavam. Dentre os assuntos estão: a classe política, a PEC37, corrupção e mau uso do dinheiro público.

**Manifestantes entram em confronto com policiais no Rio e pelo menos 62 ficam feridos**

Não há informação sobre o motivo das manifestações, apenas o relato de como se deu o confronto expresso no título e outros mais.

**Manifestante diz ter sido hostilizada por usar camisa vermelha durante ato em SP**

O texto informa o motivo do protesto da manifestante do título e ainda reinvidicações de outros que participaram do mesmo protesto. Entretanto, o tema preponderante no texto é a violência dentre os manifestantes de diferentes posicionamentos.

**Ao menos 20 são presos em manifestação no Recife**

Não há informação sobre o motivo das manifestações, apenas o relato de como se deu o confronto.

**PM distribui 20 mil panfletos no Rio pedindo paz em passeata**

Apesar da palavra Paz no título, o tema do texto é a violência. O texto informa que a PM solicita aos manifestantes que se afastem de quem praticar depredações e outros atos violentos.

**Militantes da CUT são agredidos e expulsos de protesto no Rio de Janeiro**

O texto informa logo no início que o protesto era contra o preço e qualidade do transporte público, entretanto, já no primeiro parágrafo já tem início a descrição dos atos violentos ocorridos.

**Cabral diz que recebeu alerta para atentados terroristas de facção em protesto no Rio**

Esta notícia fica enquadrada como violenta, pois tem em seu tema a violência apesar de não relatar um caso específico

**Jovem detido em protesto no Rio diz que ficou preso com membros de facção em Bangu**

O texto faz um relato do caso de um jovem detido que alega ser inocente e é acusado de portar material explosivo, dentre outros casos.

**Violência em protestos é incontrolável e preocupante, avaliam especialistas**

O tema do texto é a violência durante os protestos.

**Sindicato dos Jornalistas de SP quer processar Estado por violência da PM em protestos**

Comandante-geral da PM deve ir à Alesp explicar violência da tropa em manifestação. O texto tem como mote a cobrança de explicações pelas ações violentas da polícia, mas traz ainda informações com o valor de solução (S) e Governo (G) uma vez que informa de a redução de tarifas de transporte coletivo anunciadas pelos Governadores.

**Especialistas dizem que PM teve atitude equivocada durante protestos pelo país**

O texto traz uma análise das ações violentas por parte da PM durante as manifestações.

**Adolescentes são baleados em 2º dia de ataques a ônibus, saques e depredações em São Vicente (SP)**

Não há informação sobre os motivos dos protestos.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os protestos podem ser entendidos como declarou o sociólogo José Vicente Tavares em entrevista UOL, em 19 de junho. “Os protestos são como uma manifestação da insatisfação, principalmente juvenil, com a política, tanto em termos de solução para problemas crônicos, como ensino e saúde, quanto de representação.” Para ele, a violência que “explode” nos protestos é só um sintoma da insatisfação. Então é possível perguntar qual o motivo de a cobertura jornalística não focar-se nas reivindicações, que - de acordo com a cobertura do Uol - abordaram temas como PEC37, que versava sobre a redução do poder de investigação do Ministério Público; gastos com a Copa do Mundo; transporte coletivo; educação, saúde, “cura”

gay e atuação da classe política. A partir da análise do texto das notícias podemos perceber que a violência foi uma forte determinante na escolha das notícias ou de seu enfoque, não as reivindicações.

Uma possível resposta pode estar na rápida história do Jornalismo contada por Nilson Lage em *Estrutura da Notícia*, de 1993. Ele explica que a divisão do trabalho das redações do jornal empresa centralizou o “gatekeeping em editorias que se orientam ora por leis de mercado, ora por conveniências que traduzem o jogo dos grupos de pressão ou entidades abstratas, como o interesse nacional”. O autor afirma ainda que os eventos são ordenados de acordo com sua ordem de ocorrência no tempo, mas pelo interesse ou importância decrescente de acordo com o entendimento de quem conta, sobretudo, “na suposta perspectiva de quem ouve, o leitor”.

A confirmação do interesse do leitor por determinado enfoque é difícil de ser apurado pela simples avaliação do texto publicado. Mas o texto publicado na Internet por meio de plataformas que possibilitem a interação do leitor nos permite ter pelo menos uma noção se a cobertura está atingindo seu público.

Dentre as 255 matérias publicadas no período de 16 a 22 de junho, apenas 27 não foram comentadas. Dentre estas, 16 tem em seu título a violência como valor principal. No período, cinco matérias se destacam por terem mais de mil comentários publicados. Como pode-se aferir abaixo, apenas uma delas possuía a violência como valor em seu título, além de ser a com o menor número de comentário dentre o grupo.

A análise de coberturas jornalísticas de eventos específicos deve ser relativizada de acordo com a sua natureza. A cobertura de movimentos sociais será sempre mais complexa e com probabilidade de enfoque mais direcionado à violência em razão da própria característica do evento em si, qual seja: de conflito com alguma situação. A cobertura baseada na violência também não pode ser vista como natural e única opção, pois ao focar a violência corre-se o risco de deixar de lado o motivo principal dos protestos que é buscar mudança no sistema, em nome de uma melhoria das condições de vida e da busca pela dignidade.

Dia	Hora	Agência	N de com.	Notícia	Valor
21/06/13		UOL Notícias - Cotidiano	2029	MPL anuncia que não vai convocar novas manifestações no momento	A
21/06/13		UOL Notícias - Cotidiano	1517	Dilma diz que receberá líderes de protestos e propõe pacto para melhorar transporte, educação e saúde	G
20/06/13	9h55	UOL Notícias - Cotidiano	1071	Na sua opinião, qual deve ser o principal tema dos próximos protestos populares no Brasil?	O
18/06/13	13h31	UOL Notícias - Cotidiano	1854	Haddad sinaliza redução da tarifa em SP; secretário propõe imposto sobre a gasolina da bomba 1854	G
17/06/13	20h19	UOL Notícias - Cotidiano	1030	Protestos se espalham e reúnem mais de 250 mil, grupos invadem Congresso, sede do Governo do Paraná e Alerj	V

Tabela 3

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Briggs, A. & Burke, P. (2004). *Uma História Social da Mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Costella, A. F. (2002). *Comunicação – Do grito ao Satélite*. Campos do Jordão: Ed.Mantiqueira.
- Erbolato, Mário L. (1991). *Técnicas de Codificação em Jornalismo – redação, captação e edição no jornal diário*. São Paulo: Ática.
- Junior, L. C. P. (2006). *A Apuração da Notícia*. Petrópolis,RJ: Ed. Vozes.
- Kunczick, M. (2001). *Conceitos de jornalismo; norte e sul*. São Paulo: Edusp.
- Lage, N. (2001). *Ideologia e técnica da notícia*. Florianópolis: Ufsc-Insular.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York,NY: Norton.
- Silva, G. (2005). *Valores-notícia: atributos do acontecimento (Para pensar critérios de noticiabilidade. 2005 I)*. Disponível em <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17409/1/R0797-1.pdf>> Acesso em 06.08.2008.
- Traquina, N. (2001). *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos.
- Wolf, M. (2003). *Teorias da Comunicação de Massa*. São Paulo: Martins Fontes.

### OUTRAS REFERÊNCIAS

- Especialistas veem início de crise de representação entre sociedade e política. Flávio Ilha Do UOL, em Porto Alegre 19/06/2013 15h49. Disponível em <http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/19/especialistas-veem-inicio-de-crise-de-representacao-entre-sociedade-e-politica.htm>. Acesso em 25.07.2013.