

§ Parágrafo

ISSN 2317-4919

A revista Parágrafo apresenta, na atual edição, artigos que priorizam produções que contemplam o jornalismo como objeto de estudo, contribuindo assim com a divulgação de pesquisas aplicadas e também com o avanço da reflexão teórica, metodológica e empírica do campo. Para tanto, traz nesta décima segunda edição o artigo de Vanessa Hauser, “Jornalismo e Práxis”, recorte de sua tese de doutorado, que busca fazer uma reflexão sobre a validade do conceito de práxis como aporte teórico e categoria metodológica para pensar as transformações do jornalismo na atualidade. Luan José Vaz Chagas traz um recorte bibliográfico sobre a profissionalização das fontes como campo de trabalho e atuação de jornalistas no Brasil e no mundo; Edson Capoano analisa características da Indústria Criativa e inovação em empreendimentos jornalísticos alternativos no Brasil, a partir do “Mapa da Pública de Jornalismo Independente”. [...]

FIAMFAAM

Revista do Mestrado Profissional em Jornalismo
FIAM-FAAM – Centro Universitário

v.6, n.2, maio./ago. 2018

§ Parágrafo

Revista do Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM – Centro Universitário

São Paulo, Brasil, volume 6, número 2, maio/agosto de 2018

ISSN: 2317-4919

The logo consists of a solid blue square with the text "FIAMFAAM" in white, uppercase, sans-serif font centered within it.

FIAMFAAM

§ Parágrafo

Rua Vergueiro, 101, Liberdade, São Paulo, SP, CEP 01504-001

website: revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi

e-mail: paragrafo@fiamfaam.br

Comitê Editorial

Editora: Cláudia Nonato

Conselho Editorial: Alciane Baccin, Francisco de Assis, Ivan Paganotti, Juliana Doretto, Silvio Anaz e Vicente Darde

Conselho Científico: Adriana Braga (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil), Alice Mitika Koshiyama (Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil), Alan Angeluci (Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, SP, Brasil), Álvaro Lorangeira (Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR, Brasil), Ana Carolina Rocha Pessôa Temer (Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO, Brasil), Andreas Hepp (Universität Bremen, Bremen, Alemanha), Ângela Cristina Salgueiro Marques (Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil), Bárbara Heller (Universidade Paulista, São Paulo, SP, Brasil), Bruno Campanella (Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, Brasil), César Ricardo Siqueira Bolaño (Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, SE, Brasil), Cláudia Quadros (Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil), Dennis de Oliveira (Universidade

de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil), Egle Müller Spinelli (Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, Brasil), Eliza Bachega Casadei (Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, Brasil), Eugênio Trivinho (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil), Fábio Pereira (Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil), Fernando Firmino da Silva (Universidade Federal da Paraíba, Campina Grande, PB, Brasil), Francisco Rüdiger (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil), Gislene Silva (Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil), Graham Murdock (Loughborough University, Loughborough, Inglaterra), Göran Bolin (Södertörn University, Huddinge, Suécia), Helder Bastos (Universidade do Porto, Porto, Portugal), Ibrahim Saleh (University of Cape Town, Cape Town, África do Sul), Igor Sacramento (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil), Jairo Ferreira (Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, Brasil), João Carlos Masarolo (Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP, Brasil), José Guibson Dantas (Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL, Brasil), Laan Mendes de Barros (Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP, Brasil), Laura Cánepa (Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, Brasil), Luciano

Victor Barros Maluly (Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil), Luís Mauro Sá Martino (Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP, Brasil), Luiz Peres Neto (Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, Brasil), Marcelo Kischinhevsky (Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil), Marco Roxo (Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, Brasil), Marcos Paulo da Silva (Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS, Brasil), Maria Ângela Mattos (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil), Maria Angela Pavan (Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil), Maria Aparecida Baccega (Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, Brasil), Maria Immacolata Vassalo de Lopes (Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil), Maria Ogécia Drigo (Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, Brasil), Mark Deuze (University of Amsterdam, Amsterdam, Holanda), Marko Ampuja (University of Helsinki, Helsinki, Finlândia), Marli dos Santos (Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP, Brasil), Marta Regina Maia (Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG, Brasil), Mayra Rodrigues Gomes (Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil), Muniz Sodré (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil), Nilda Jacks (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil), Olga Tavares (Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, Brasil), Oscar Westlund (University of Gothenburg, Gotemburgo, Suécia), Paulo Roberto Figueira Leal (Uni-

versidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG, Brasil), Pramod Nayar (University of Hyderabad, Hyderabad, Índia), Rafael Bellan (Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES, Brasil), Rafael Grohmann (Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP, Brasil), Rogério Christofoletti (Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil), Rogério Covalesk (Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, Brasil), Rosana de Lima Soares (Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil), Rose de Melo Rocha (Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, Brasil), Sérgio Luiz Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR, Brasil), Sandra Reimão (Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil), Stig Hjarvard (University of Copenhagen, Copenhagen, Dinamarca), Thiago Soares (Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, Brasil), Valdir José Morigi (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil), Veneza Mayora Ronsini (Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil) e Verônica Dantas (Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO, Brasil). Todos são doutores titulados em diferentes instituições no Brasil no exterior.

Assistentes Editoriais: Euclides Santos (projeto gráfico) e Gerson Victor dos Santos (editoração eletrônica e programação).

Sumário

9 **Apresentação** *Presentation*

Cláudia Nonato

Artigos *Articles*

11 **Jornalismo e práxis** *Journalism and Praxis* Vanessa Hauser

23 **Quem fala no radiojornalismo? Uma proposta de divisão histórica da revolução das fontes e da desigualdade de acesso ao temário jornalístico** *Who speaks on radio journalism? A proposal for a historical division of the revolution and of inequality of access to journalistic agenda* Luan José Vaz Chagas

37 **Marcas da Indústria Criativa em ONGs jornalísticas do Brasil** *Creative industry brands in journalistic NGOs of Brazil* Edson Caprano

51 **Sujeitos desamparados ou à margem: análise da identidade do “outro” na editoria Mundo da Folha de S. Paulo** *Helpless or marginalized subjects: analysis of other’s identity in Folha de S. Paulo World section* Camila Freitas

65 **Em busca do ethos perdido? Um debate conceitual sobre mídia, partidarização da imprensa e crise moral da notícia no Brasil** *In search of the lost ethos? A conceptual debate on media, partisanization of the press and moral crisis of the news in Brazil* Giovanni Alves Duarte Sá

- 77 “Cuidado ao acessar. Imagens fortes”: a circulação do discurso sobre violência urbana a partir de lógicas jornalísticas e policiais
‘Watch out! shocking pictures’: the circulation of the discourse about urban violence from journalistic and policial logics
Igor Fernando Mallmann, Aline Santos e Ana Paula da Rosa
- 91 Crise Política no governo Temer (PMDB): uma análise do enquadramento noticioso da Folha de S. Paulo
Political crisis in the government Temer (PMDB): a framework for analysis of news Folha de S. Paulo
Mariane Motta Campos e Mayra Regina Coimbra
- 105 Jornalismo Literário de Viagem: Jornalistas brasileiros flanando pelos Estados Unidos
Literary travel journalism: brazilian Journalists to stroll by the United States
Eduardo Ritter e Thâmara Roque dos Santos Sousa

Entrevista *Interview*

- 119 Novos repertórios de ação e a invisibilidade dos movimentos sociais pela mídia, por Cristiana Losekann
New repertoires of action and the invisibility of social movements by the media, by Cristiana Losekann
Dione Oliveira Moura, Liziane Guazina e Luana Melody Brasil

Resenha *Review*

- 135 Ligação perigosa: mídia e poder num cenário de disputas
Dangerous bond: media and power in a disputes scenario
Antenor Ferreira Mendes Neto

Apresentação

A revista *Parágrafo* apresenta, na atual edição, artigos que priorizam produções que contemplam o jornalismo como objeto de estudo, contribuindo assim com a divulgação de pesquisas aplicadas e também com o avanço da reflexão teórica, metodológica e empírica do campo. Para tanto, traz nesta décima segunda edição o artigo de Vanessa Hauser, “Jornalismo e Práxis,” recorte de sua tese de doutorado, que busca fazer uma reflexão sobre a validade do conceito de práxis como aporte teórico e categoria metodológica para pensar as transformações do jornalismo na atualidade. Luan José Vaz Chagas traz um recorte bibliográfico sobre a profissionalização das fontes como campo de trabalho e atuação de jornalistas no Brasil e no mundo; Edson Capoano analisa características da Indústria Criativa e inovação em empreendimentos jornalísticos alternativos no Brasil, a partir do “Mapa da Pública de Jornalismo Independente”. A editoria Mundo da Folha de S. Paulo é analisada por Camila Freitas em “Sujeitos desamparados ou à margem”, a partir da investigação de oito textos veiculados pelo jornal em 2015, levando em consideração a relação entre sujeitos-narradores e sujeitos-personagens”; Giovanni Alves Duarte de Sá no artigo “em busca do ethos perdido?”, propõe em seu ensaio um debate sobre ética e partidarização da imprensa enxergando reflexos críticos sobre a seara moral das notícias

produzidas pelos conglomerados de comunicação na contemporaneidade. Igor Fernando Mallmann, Aline Santos e Ana Paula da Rosa analisam em o perfil do Facebook “Boletim Geral”, que veicula imagens chocantes de violência e morte explícitas, procurando compreender qual construção simbólica sobre segurança pública as imagens do boletim produzem. O enquadramento noticioso dado pelo jornal Folha de S. Paulo aos pronunciamentos do presidente Michel Temer (PMDB) diante de momentos de crise em seu governo foi objeto de investigação do artigo de Mariane Motta Campos e Mayra Regina Coimbra. Por fim, Eduardo Ritter, Thâmara Roque dos Santos Sousa trazem um artigo sobre jornalismo literário de viagem. A entrevista desta edição foi feita por Dione Oliveira Moura, Liziane Guazina, Luana Mellody V. Brasil, que entrevistaram Cristiana Losekann, pesquisadora dos processos de participação dos movimentos sociais nas políticas ambientais no Brasil e Professora da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES); finalizando a edição, está a resenha feita por Antenor Ferreira Mendes Neto de “Jornalismo e Poder Legislativo: relações entre mídia e política no Brasil”, organizado por Zélia Leal Adghirni.

Boa leitura!

Equipe Editorial



Artigos

Jornalismo e práxis

Journalism and Praxis

Vanessa Hauser

Universidade Luterana do Brasil
Canoas, RS, Brasil.

RESUMO

O artigo tem como objetivo refletir sobre a validade do conceito de práxis como aporte teórico e categoria metodológica para pensar as transformações do jornalismo na atualidade. O faz a partir das categorias de práxis criadora e práxis reiterativa, pautado na obra de Sánchez Vázquez (1977, 2002), Kosik (1976) e Genro Filho (1986, 1989, 2012). O trabalho é um recorte da tese de doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos (São Leopoldo, RS), que buscou mapear indícios de criação e reiteração nas práticas e valores do jornalismo dentro das redações do *El País* (Madrid), *Folha de S.Paulo* e *Zero Hora*.

ABSTRACT

The paper brings a reflection about the validity of the concept of praxis as a theoretical contribution and methodological category to think about the current transformations in journalism. It is based on categories of creative praxis and reiterative praxis, dialoguing with the work of Sánchez Vázquez (1977, 2002), Kosik (1976), and Genro Filho (1986, 1989, 2012). This text is a cut of the doctoral thesis defended in the Post-Graduation Program in Communication Sciences of Unisinos (São Leopoldo, RS), which sought to map indications of creation and reiteration in the practices and values of journalism within the editorial offices of *El País* (Madrid), *Folha de S.Paulo* and *Zero Hora*.

Palavras-chave

Jornalismo; práxis criadora; práxis reiterativa.

Keywords

Journalism; creative praxis; reiterative praxis.

Introdução

O presente artigo tem como propósito demonstrar a validade do conceito de *práxis* – e, conseqüentemente da *filosofia da práxis* – para pensar a crise do jornalismo como uma oportunidade de reinvenção de seus valores, pressupostos e práticas profissionais. A *práxis* é um suporte teórico que permitem pensar a realidade como uma totalidade processual em constante transformação, cujos desafios aparecem articulados, muitas vezes, ao dilema da permanência versus transformação, como é o caso do jornalismo na atualidade.

Já no prefácio de *O Segredo da Pirâmide*, Genro Filho (1989)¹ observava a incomunicabilidade entre teoria e prática no jornalismo, chamando atenção especialmente do campo teórico, que deveria transformar as evidências e contradições que aparecem no cotidiano da profissão em uma atividade racional, ou seja, “orientar a prática num sentido crítico e revolucionário” (Genro Filho, 2012, p. 10), transformando o jornalismo numa forma de produção social de conhecimento e levando em conta suas potencialidades socializantes e humanizadoras (ibidem).

A perspectiva dialética que o autor utiliza como base para toda sua reflexão, continua sendo fundamental para pensar o contexto atual da atividade, pois permite olhar para o jornalismo do ponto de vista de sua potencialidade de realização na sociedade. As bases do jornalismo estão sendo constantemente questionadas por novas formas de produção de sentido sobre o tempo presente. Quais as sínteses possíveis dessa contradição?

Investigar a processualidade do método jornalístico nas redações digitais pressupõe, defende-se, um olhar sobre a *práxis*. O conceito, elaborado para além da dualidade teoria/prática, revela-se norteador para refletir sobre o momento atual, marcado pela reelaboração do jornalismo como atividade social e cultural.

1 São utilizadas duas edições da obra, uma delas é de 1989 e a outra, reeditada recentemente, de 2012.

Tal reflexão teórica foi objeto da tese de doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo, RS), cujo objetivo era identificar e compreender, através do mapeamento de discursos sobre a crise do jornalismo, indícios de reiteração, criação e suspensão de práticas e valores profissionais, à luz de um entendimento dialético que compreende o momento atual do jornalismo como oportunidade de reelaboração crítica da atividade.

Constituindo-se como um recorte da pesquisa de doutorado, o presente artigo pretende-se não mais como um indicativo teórico e metodológico para estudantes e pesquisadores que se interessam por debater as transformações do jornalismo na atualidade.

1. O conceito de práxis

Práxis era um termo empregado na Antiguidade clássica para designar uma ação que tem seu fim em si mesma, ou seja, que não cria ou produz qualquer objeto exterior a si. De acordo com Aristóteles, e na interpretação de Sánchez Vázquez (1977), uma ação moral ou uma conduta pode ser considerada *práxis*, mas o trabalho de um artesão, cujo resultado é um objeto que passa a existir fora do agente criador, tem de ser considerado fabricação ou produção, ou seja, uma atividade poética e não prática.

Da filosofia clássica grega à atualidade, passando pelo pensamento moderno, o termo “*práxis*” foi reinterpretado de diferentes modos. No mais importante deles, tornou-se o eixo central da crítica marxista ao idealismo hegeliano. “Assim entendida, a *práxis* é a categoria central da filosofia [marxista] que se concebe ela mesma não só como interpretação do mundo, mas também como guia de sua transformação” (Sanchez Vázquez, 1977, p. 05). A apropriação marxista do conceito resulta da dialética entre idealismo e materialismo, cuja

síntese é a concepção de que a existência humana pode ser entendida como elaboração da realidade através da práxis. Noção que, para a dialética marxista, se articula com os sujeitos em sua totalidade (Kosik, 1976). A formação do conceito de práxis, contudo, também não pode ser desvinculada da ideia de prática.

o conceito de uma atividade que, ao colocar o homem em relação com o mundo, define o que é o homem, o que é o mundo para o homem, o que é propriamente o conhecimento do mundo e o que é a prática como caminho para a transformação não só do mundo, mas ainda do próprio homem, de suas relações e instituições. (SÁNCHEZ VAZQUÉZ, 2002, p. 148)

O entendimento desse conceito facilita a compreensão da dialética entre teoria e prática para a formação da realidade humano-social e de todo o conhecimento que dela é derivado. Ou seja, não existe atividade prática sem teoria, assim como a atividade teórica, pura e simplesmente, contribui apenas para uma postura contemplativa da realidade. Nesse sentido, a práxis funciona como elemento mediador do pensamento idealista e materialista na filosofia e como uma das saídas possíveis para a desnaturalização de processos sociais alienantes. Tais elementos serão melhor aprofundados quando abordadas as distinções entre *práxis criativa* e *práxis reiterativa*.

Kosik (1976, p. 202), afirma que a "práxis é a esfera do ser humano". Para o autor, trata-se de um conceito fundamental da filosofia moderna, que coloca a dimensão criativa do homem como característica ontológica da realidade social. Nesse aspecto, polemiza com a tradição platônico-aristotélica, colocando em evidência os sujeitos como seres ontocriativos. Isso significa que:

A existência não é apenas enriquecida pela obra humana; na obra e na criação do homem – como em um processo ontocriativo – é que se manifesta a

realidade, e de certo modo se realiza o acesso à realidade. Na práxis do homem advém algo essencial, que contém em si mesmo a própria verdade; não é mero símbolo de qualquer outra coisa, mas possui uma importância ontológica. (KOSIK, 1976, p. 202)

Portanto, para Kosik (1976), por ser ontocriativo, o homem cria e compreende a realidade humano-social simultaneamente – não apenas através da ação prática, mas também a partir de uma necessária elaboração teórica dessa realidade. Em última análise, a noção marxista de práxis representa o ideal dialético de que tudo está em constante movimento, ou seja, nada do mundo humano-social está dado de uma vez por todas.

Em um texto intitulado *Marxismo, Filosofia Profana*, Genro Filho (1986) observa que a noção de práxis assegura, de um lado, a possibilidade de uma verdade objetiva e, de outro, a necessidade da crítica revolucionária, ao mesmo tempo teórica e prática, no processo de invenção histórica que o homem faz de si mesmo. Tal reflexão evidencia, mais uma vez, a relação dialética que forja o conceito de práxis dentro do marxismo: como tese, a dimensão material da realidade que interfere na construção social do mundo humano pelo viés da necessidade (objetividade). Como antítese, a possibilidade de inventar um mundo para além das determinações objetivas; o homem supera a natureza através do trabalho e cria possibilidades outras, naquilo que o marxismo entende como liberdade (subjetividade).

Surge daí a *filosofia da práxis*², pautada por uma dimensão revolucionária do conhecimento e sua atuação prática sobre a realidade, como "crítica das ideologias que tendem a conciliar o pensamento com o estado de coisas existente" (Sánchez

2 O termo *filosofia da práxis* foi elaborado por Antonio Gramsci, em *Cadernos do Cárcere* e, conforme explicação de Semeraro (2005), substitui gradativamente a expressão "materialismo histórico" nas reflexões do filósofo italiano. Através da leitura de Gramsci, a filosofia da práxis se torna o próprio marxismo, uma vez que, para ele, tal perspectiva renova completamente a maneira de entender a filosofia.

Vázquez, 2002, p. 174). Ao retomar o pensamento de Hegel, Genro Filho (1986) destaca a crítica que o autor fazia à filosofia, considerando-a como um pássaro atrasado, ou seja, que somente reconhecia a realidade, mas não tinha capacidade de rejuvenescê-la. A proposta da *filosofia da práxis* é justamente ser um pássaro antecipado.

De contemplativa à ativa, a filosofia passa a ser, com a práxis, um instrumento de transformação do mundo, orientando a produção teórica e o conhecimento para esse fim. Não há, portanto, apenas uma mudança de objeto, mas uma inversão da própria prática da filosofia – que se transforma, com o marxismo, na filosofia da revolução. Nesse sentido, uma práxis revolucionária moverá e será movida por uma teoria vinculada à ação real. Do contrário, uma práxis reformista irá requerer uma teoria objetivista, conforme explica Sánchez Vázquez (1977). Por isso, entre as funções da filosofia da práxis, está o seu papel crítico.

Segundo Genro Filho (1986), Marx uniu a premissa materialista com o caráter ativo e criador da subjetividade humana, forjando um novo conteúdo para o conceito de práxis. Desse modo, a dialética deixa de realizar-se apenas no plano conceitual e passa a revelar a relação do homem com sua realidade objetiva – relação essa que se estabelece como contraditória, envolvendo um duplo movimento, que é de objetivação e subjetivação.

Com base na primeira tese de Marx sobre Feuerbach, Sánchez Vázquez (2002) trata o conceito de práxis exatamente através desse movimento entre o mundo objetivo (realidade) e o mundo subjetivo (sujeito) – “como atividade orientada para a transformação de um objeto, como fim, traçado pela subjetividade consciente e atuante dos homens” (p. 168). Trata-se, portanto, de uma atividade cuja principal característica é uma unidade indissolúvel entre a objetividade e a subjetividade.

O autor descreve dois níveis possíveis através dos quais se pode desmembrar a ideia de práxis, “de

acordo com o grau de penetração da consciência do sujeito ativo no processo prático [...]” (Sánchez Vázquez, 1977, p. 245). Tem-se, portanto, de um lado, a práxis criadora, de cujo oposto complementar deriva a práxis imitativa ou reiterativa. Do outro, a práxis reflexiva ou espontânea. Tal diferenciação auxilia na compreensão da complexidade desta dicotomia entre objetivação/subjetivação que marca a ação do homem sobre a realidade e sua elaboração como sujeito social, histórico e cultural.

1.1 A práxis criadora

Considerada elemento determinante da auto-produção do homem, a *práxis criadora* representa o nível da inovação, cujo resultado são produtos únicos, o que permite “enfrentar novas necessidades e novas situações” na história (Sánchez Vázquez, 1977, p. 247). O processo, nesse caso, envolve uma dinâmica indissolúvel do sujeito e do objeto, ou seja, entre a atividade da consciência (ideal e finalidades da práxis) e sua realização (materialidade), uma interferindo reciprocamente sobre a outra. Disso resulta, segundo Sánchez Vázquez (1977), uma imprevisibilidade do processo, pois ele vai se recriando ao longo do percurso.

A práxis é, por isso, essencialmente criadora. Entre uma e outra criação, como uma trégua em seu debate ativo com o mundo, o homem reitera uma práxis já estabelecida. Considerada em seu conjunto, assim como em suas formas específicas [...] a práxis se caracteriza por este ritmo alternado do criador e do imitativo, da inovação e da reiteração” (SÁNCHEZ VÁZQUEZ, 1977, p. 248).

O conceito de *práxis criadora* assume centralidade no pensamento dialético à medida em que se coloca como eixo fundamental da relação epistemológica do homem com o mundo. De acordo com esta concepção, só é possível que as coisas sejam conhecidas ao passo que, de algum modo, são criadas. O conhecimento do mundo, portanto, não é um

espelhamento da realidade ontológica, mas uma criação espiritual e intelectual, cujo processo pode ser compreendido com um dos modos de relação prática dos homens com a realidade (Kosik, 2002).

Como representação da liberdade humana e sua relação dialética com a força objetiva que a dominação do homem sobre a natureza representa na história, a *práxis criadora*, portanto, não encerra o homem em sua objetividade. Ao contrário, ele se abre para o mundo e encara os desafios da realidade e do ser, no jogo dialético entre liberdade e necessidade.

O processo de criação, desse modo, caracteriza-se como processualidade que dinamiza ainda mais a existência humana (Sanchez Vazquez, 1977), uma vez que a *práxis criadora* não resulta em uma série de atos materiais absolutamente coerentes com atos de consciência que planejam esta materialidade. Nas palavras de Sanchez Vázquez (1977, p. 249, grifo nosso):

O que equivale a dizer que o subjetivo não é apenas ponto de partida do objetivo; não se oferece como um produto acabado da atividade subjetiva, já disposto a ser realizado – ou duplicado – objetivamente. A consciência estabelece – poderíamos dizer – uma finalidade aberta, ou um projeto dinâmico, e justamente por essa abertura ou dinamismo há de permanecer – também ela – aberta e ativa ao longo de todo o processo prático.

A influência material sobre as configurações da *práxis criadora* e seus resultados não pode ser negligenciada, portanto, na tentativa de compreender o processo ontocriativo dos sujeitos históricos, assim como também não é possível crer que a criação e a liberdade são as engrenagens que movem os sujeitos na produção da história. Em outras palavras, isso significa dizer que, por mais livre que o homem seja em sua subjetividade para ter ideias e criar projetos ideais, a concretização de tais projetos vai depender de condições objetivas de realização. Ao contrário, também as condições materiais já dadas vão

ser subsídio para a formação do pensamento, do conhecimento e das ideias. Uma dinâmica dialética entre o ontológico e o epistemológico.

1.2 A práxis reiterativa

As soluções encontradas pela *práxis criadora* perduram no tempo a partir de sua capacidade de solucionar problemas colocados para a existência humana. São repetidas, naturalizadas, reiteradas. Entra em jogo a *práxis reiterativa*, cujo papel é determinante na organização das sociedades, a partir de sua capacidade de ampliar quantitativamente uma mudança qualitativa anteriormente produzida (Sanchez Vazquez, 1977).

Ela é segura, pois os resultados materiais são muito mais previsíveis. O ideal já está fixado, funcionando como um modelo inflexível a ser imitado. Basta reproduzi-lo quantas vezes for necessário e o produto final será sempre o mesmo. Uma máquina pode ser considerada a imagem perfeita do que se entende por *práxis reiterativa*.

Não cria, não faz emergir uma nova realidade humana, e nisso reside sua limitação e sua inferioridade em relação à *práxis criadora*. Esse lado negativo, porém, não exclui um lado positivo que é, como acabamos de assimilar, ampliar o já criado. Mas, se o homem não fizesse mais do que repetir-se a si mesmo e o mundo, por sua vez, fosse para ele mera reiteração – um mundo de qualidades velhas e persistentes. Ou seja, se a atividade prática humana nada mais fizesse do que reiterar-se a si mesma, o homem não poderia permanecer como tal, já que é justamente o que o define, face ao animal, é sua historicidade radical, isto é, o fato de criar-se, formar-se, produzir-se a si mesmo mediante uma atividade teórico-prática que nunca se pode esgotar. Daí que por mais positiva que seja sua *práxis reiterativa* numa determinada circunstância, chega um momento em que tem que ceder caminho – no mesmo campo de atividade – a uma *práxis criadora*. Em virtude da historicidade fundamental do ser hu-

mano, o aspecto criador de sua práxis – concebida esta em escala histórica universal – é o determinante (SANCHEZ VAZQUEZ, 1977, p. 259).

De acordo com Moretzsohn (2007), a dialética de Lukács frui a partir da reflexão do filósofo sobre o cotidiano como lugar onde o homem produz respostas – através da práxis – para um sistema sempre mutável de necessidades. A função da arte e das ciências, para ele, não seria outra se não realizar a mediação entre situações previsíveis e a melhor maneira de enfrenta-las. “Porém, logo que se incorporam ao cotidiano, essas mediações se apagam, tornam-se naturais, parte da rotina” (Moretzsohn, 2007, p. 53), pois o cotidiano é, entre outras coisas, marcado por uma relação de imediaticidade entre pensamento e ação. Um lugar, portanto, onde vigora a naturalização da *práxis criadora*. Esse processo, entre outras coisas, necessário para que o ritmo da sociedade funcione. A reiteração constante leva, no entanto, a um entendimento do mundo como algo evidente, de puras repetições, as quais não podem ou não devem ser questionadas.

A hegemonia da *práxis reiterativa* sobre o mundo social e humano, em detrimento da *práxis criadora*, é um dos subsídios para a formulação do conceito de alienação por Karl Marx. O desenvolvimento do sistema capitalista e de suas forças produtivas geraram, para além do progresso econômico das sociedades, a crescente divisão e especialização do trabalho, cujo resultado seria “a divisão do próprio homem” (Sanchez Vazquez, 1977).

Não só se modela a finalidade, como a própria atividade, para evitar qualquer desvio e excluir, portanto, qualquer margem de imprevisibilidade, com a particularidade de que o operário não intervém com sua consciência nessa atividade prévia ideal, nem tem consciência do lugar que ocupa essa sua atividade parcelada dentro do processo total do qual ele é senão um fragmento. Para evitar toda a improbabilidade no resultado global que se preten-

de obter, determinam-se rigorosamente o ritmo, o tempo e os movimentos do operário, com a tendência a torná-los cada vez mais simples e reduzidos (idem, ibidem: p. 266).

O pensamento positivista, que dá lastro a uma concepção funcionalista do mundo, também se nutre da *práxis reiterativa* e a reproduz, naturalizando os fenômenos e os processos sociais. Do positivismo, cuja influência vai do campo científico ao campo jornalístico, resultam discursos sobre o mundo que, hegemonicamente, tomam a realidade como algo dado, cerceando as possibilidades do *vir a ser* e privilegiando a manutenção do *status quo*. A crítica de Moretzsohn (2007: 26) vai ao encontro dessa ideia: “o jornalismo existe para realizar esse difícil trabalho de demonstrar, no cotidiano tão acostumado à percepção do imediatamente visível, que os fatos não são o que parecem”. Entretanto, para a autora, a abordagem do discurso jornalístico tende a limitar-se ao reino das aparências, do senso comum. Ao contrário, deveria preservar a relação do jornalismo com o presente, mas sem deixar de “partir do fenômeno para conectá-lo ao processo” (Moretzsohn, 2007, p. 288-289).

A falta de senso crítico no jornalismo é atrelada, em grande medida, a uma visão naturalizada de objetividade e imparcialidade depositada sobre a profissão. Fenômeno que pode ser analisado com base em Groth (2011). Seguindo a perspectiva idealista que marca o pensamento alemão, o autor defende que o jornalismo é uma obra cultural marcada pelo sentido de teleologia, atentando para o fato de que as obras culturais, mesmo sendo criações dos homens, têm potencial de objetivar-se diante deles. “Com isso, a relação do ser humano com as suas formações se inverte: o que ele criou age sobre ele” (idem, ibidem, p. 98). Por isso, ainda que sejam entendidas como imateriais, como ideias e valores, as criações da cultura têm na sua materialidade a concretização de uma ideia que é ali depositada e que, em certo sentido, se desprende dos sujeitos.

1.3 O mundo da práxis reiterativa como lugar de acomodação do acontecimento

Ao problematizar a distinção entre *pseudoconcreticidade* e *concreticidade*, Kosik (2002) afirma que existem duas esferas possíveis de existência da *práxis* humana. Primeiramente, a relação do homem com o mundo é uma relação utilitária, “de um ser que age objetiva e praticamente, de um indivíduo histórico que exerce a sua atividade prática no trato com a natureza e com outros homens, tendo em vista a consecução dos próprios fins e interesses” (p. 13). Essa seria a esfera da necessidade, da aparência, da *pseudoconcreticidade*.

Depois, em um segundo momento, os sujeitos analisam e compreendem essa mesma realidade prática, marcada pela realização de suas necessidades mais fundamentais, e, a partir delas, criam novas necessidades e, portanto, novas realidades. Essa é a esfera do conhecimento, da ciência, da essência, da concreticidade. Também é possível dizer que é o reino da liberdade. O exemplo e a reflexão de o comprovam:

Os homens usam dinheiro e com eles fazem as transações mais complicadas, sem ao menos saber, nem ser obrigados a saber, o que é o dinheiro. Por isso, a *práxis* utilitária imediata e o senso comum a ela correspondente colocam o homem em condições de orientar-se no mundo, de familiarizar-se com as coisas e manejá-las, mas não proporcionam a compreensão das coisas e da realidade. Por este motivo, Marx pode escrever que aqueles que efetivamente determinam as condições sociais se sentem à vontade, qual peixe n' água, no mundo das formas fenomênicas desligadas de sua conexão interna e absolutamente incompreensíveis em tal isolamento. Naquilo que é intimamente contraditório, nada veem de misterioso [...] Nesta *práxis* se forma tanto o determinado ambiente material do indivíduo histórico, quanto a atmosfera espiritual em que a aparência superficial da realidade é fixada como o mundo da pretensa intimidade, da confiança e da

familiaridade em que o homem se move ‘naturalmente’ e com que tem de se avir na vida cotidiana. (KOSIK, 2002, p. 14-15)

Outra vez, essa dominação do mundo fenomênico e de sua força aparente sobre a compreensão da realidade leva ao que Marx chamou de alienação. Isso não significa, contudo, que apenas sujeitos privilegiados pelo conhecimento científico avançado teriam condições de viver fora desta lógica aparente do mundo, capazes de ver o que ninguém mais vê. Sem deixar de retomar o pensamento de Michel de Certeau em *A Invenção do Cotidiano*, Durand (2007) afirma que o cotidiano, o senso comum, com suas manifestações sociais, culturais, políticas, com suas contradições e conflitos, é também espaço do desenvolvimento do pensamento crítico, lugar de “microrresistências que fundam microliberdades e deslocam fronteiras de dominação” (p. 121).

Para além do fenômeno, da aparência, da *pseudoconcreticidade*, existe a coisa em si, a essência e a concentricidade. Para o pensamento dialético, portanto, o processo do conhecimento se dá nesse movimento que leva o sujeito do *pseudoconcreto* (fenômeno) ao concreto (essência). Mas por que a percepção imediata dos sujeitos sobre o mundo não capta a coisa em si?, indaga Kosik (2002). “Se a aparência fenomênica e a essência das coisas coincidissem diretamente, a ciência e a filosofia seriam inúteis” (ibidem, p. 17), ele mesmo responde inspirado na frase de Marx, em *O Capital* (1959 apud Kosik, 2002, p. 17): “Toda ciência seria supérflua se a forma fenomênica e a essência coincidissem diretamente”.

Compreender o fenômeno é atingir a essência. Sem o fenômeno, sem a sua manifestação e revelação, a essência seria inatingível. No mundo da *pseudoconcreticidade* o aspecto fenomênico da coisa, em que a coisa se manifesta e se esconde, é considerado como como a essência mesma, a diferença entre o fenômeno e a essência desaparece. (KOSIK, 2002, p. 17)

Essa correspondência entre o aspecto fenomênico e a realidade que se dá no mundo da pseudoconcreticidade é resultado de uma *práxis utilitária*, através da qual os sujeitos constroem a familiaridade com a sociedade e o mundo, com suas exigências, processos, rotinas e também com suas regras. Tal familiaridade é essencial para que a vida cotidiana se torne viável, dada a impossibilidade de uma reflexão crítica sobre todos os atos do dia a dia, como por exemplo, o trabalho.

A *práxis* naturalizada do cotidiano, no entanto, toma boa parte da vida de um sujeito, de modo que, para Lukács (apud Netto 1996), o cotidiano é um dos níveis constitutivos da história, no qual se realizam reciprocamente a reprodução dos indivíduos e da sociedade.

Ainda de acordo com o filósofo húngaro, são três as características que determinam a cotidianidade, quais sejam: a) a **heterogeneidade**, que se manifesta nas múltiplas formas que a vida do sujeito adquire simultaneamente, através de fenômenos e processos que se complementam, apesar de possuírem uma hierarquia entre si – aqui entra em jogo o trabalho, a vida privada, a vida política, a linguagem (Netto, 1996); b) a **imediatividade**, que se refere a uma relação quase direta entre pensamento e ação, formada através de automatismos que são necessários à reprodução do indivíduo e para o movimento da vida – para Lukács o homem é o “ser que dá respostas”; c) a **superficialidade extensiva**, à medida em que os sujeitos, na vida cotidiana, tendem a mobilizar toda a sua atenção e força para o cumprimento das tarefas práticas e urgentes do cotidiano, de modo que, segundo Netto (1996, p. 67), “a heterogeneidade e a imediatividade implicam que o indivíduo responda levando em conta o somatório dos fenômenos que comparecem em cada situação precisa, sem considerar as relações que os vinculam”.

Aparece na reflexão de Lukács sobre o cotidiano a ideia de singularidade, particularidade e universalidade, categorias utilizadas mais tarde por Genro Filho (1989) para pensar a teoria do jorna-

lismo como forma de produção social de conhecimento. “Aqueles determinações da cotidianidade fazem com que todo e cada indivíduo só se perceba como ser *singular*, vale dizer: a dimensão genérica [do indivíduo como pertencente ao gênero humano] aparece subsumida, na vida cotidiana, à dimensão da singularidade” (Netto, 1996, p. 68).

O cotidiano, portanto, aparece como o lugar intermediário entre o singular e o universal, entre o concreto e o abstrato, entre uma *práxis reiterativa* e *criadora*. É o ambiente em que os seres humanos engendram sua vida prática, reproduzindo as relações sociais, mas também o espaço concreto que fornece as condições para a construção de uma racionalidade crítica ou, em outras palavras, da *filosofia da práxis*.

Em *A Construção Social da Realidade*, Berger e Luckmann (2012) refletem sobre os processos sociais que interiorizam camadas objetivas da realidade na consciência dos sujeitos. Concluem, desse modo, que apesar de a sociedade ser um produto humano, ela o sujeita em alguma medida. Estabelece-se, deste modo, um conflito, já que:

...o mundo subjetivo dos indivíduos não precisa concordar plenamente com a realidade objetivamente definida pela sociedade – nem mesmo é possível. Na socialização, há pequenas fissuras, quando não verdadeiras rupturas. Na formação da identidade pessoal pode haver, no melhor dos casos, uma concordância aproximada de sentido [...] O indivíduo tem impulsos idiossincráticos, ousa transferir seus sonhos para o cotidiano e procurar aventuras fora dos programas da sociedade. (BERGER E LUCKMANN, 2012, p. 22)

É possível compreender precisamente esse ponto de ruptura entre a completa socialização do indivíduo e sua “rebeldia” diante da realidade dada como um processo do qual resultam duas consequências: a produção social de acontecimentos que abalam a ordem e, decorrente

disto, a concepção do conhecimento como algo que não deve se limitar a compreender o que já é, mas também produzir alternativas, um *poder ser*.

Essa concepção dialética sobre o conhecimento e a realidade é compartilhada por Berger e Luckmann (2012), mas que também dialoga com a percepção de Genro Filho (1989), conforme apontou Meditsch (2010). Ao socializar-se no mundo, apropriar-se da realidade ou produzir-se historicamente, o homem o faz de modo prático e teórico ao mesmo tempo.

O homem é um ser que domina e compreende o mundo simultaneamente e, nessa medida, transforma a si mesmo e amplia seu universo. A comunicação está no âmago da atividade prática coletiva, da produção social do conhecimento que emana dessa atividade e, ao mesmo tempo, a pressupõe. Portanto, está no âmago da produção histórica da sociedade e da autoprodução humana (VÁZQUEZ, 1989, p. 215).

Se a comunicação (e conseqüentemente o jornalismo) está, como aponta Genro Filho (*idem*), no âmago do processo de autoprodução histórica do homem, é possível compreendê-la como atividade que socializa a experiência cotidiana que se dá, por sua vez, pela dialética entre a socialização e a ruptura. Ao representar os fatos e acontecimentos que são origem e fruto dessa dinâmica, o jornalismo exerce esta dupla função de auxiliar, ao mesmo tempo, na conservação e renovação da realidade (Van Dijk, 2005 apud Meditsch, 2010).

Esses são, acredita-se, alguns elementos teóricos fundamentais que criam condições específicas para a reflexão sobre uma práxis do jornalismo, ou seja, sua relação teórica e prática com o mundo.

2. Práxis criadora e práxis reiterativa como categorias metodológicas

Na tentativa de apreender uma síntese possível da dialética entre o passado e o presente da

profissão, acredita-se que as categorias *práxis reiterativa* e *práxis criadora* são elucidativas para sistematizar os indícios de resistência e inovação dentro das redações, em um contexto de crise do jornalismo. Faz sentido, neste ponto, retomar o conceito elaborado por Sánchez Vázquez (1977, p. 248), o qual afirma que a “práxis se caracteriza por este ritmo alternado do criador e do imitativo, da inovação e da reiteração”, para explicar que o objetivo, a partir da presente análise, é justamente buscar perceber esse movimento e, mais do que isso, entender de que modo os atores do processo, ou seja, os jornalistas, são capazes de reelaborar criticamente sua atividade.

A *reiteração*, nesse sentido, representa um movimento de naturalização e consolidação de práticas e de valores dentro das redações como estratégia de fortalecimento das instituições jornalísticas diante de um contexto de enfrentamento: seja em relação à concorrência cada vez maior de produtores de informações que há na internet, ou em relação às próprias dinâmicas do jornalismo, que precisam se adaptar a novos recursos tecnológicos e diferentes formas de consumo da informação por parte do público.

A categoria *criação*, por outro lado, reúne indícios de movimentos de desnaturalização dos processos jornalísticos, tendo em vista a compreensão da necessidade de transformação como condição para a sobrevivência da profissão. Não basta, portanto, apenas adaptar a prática a novas condições materiais de produção; é preciso repensar o jornalismo em uma esfera mais ampla: sua relação com o público, sua função dentro de um espectro de troca de informações e sentido mais complexo, que é a rede, e até mesmo as potencialidades de concretização do ideal de jornalismo frente a condições objetivas de realização que são modificadas a partir da cultura digital.

Cabe esclarecer que a práxis reiterativa e a práxis criadora, conforme debatido no início deste trabalho, são momentos necessários do processo

ontocriativo dos seres humanos, em sua relação dialética com o mundo. Assim, não é possível tomar cada uma destas etapas da práxis no sentido valorativo, pois ambas podem ser positivas ou negativas, a depender da perspectiva pela qual são analisadas. Aplicadas ao contexto de transformação do jornalismo em um cenário de crise, é possível aferir, por exemplo, que a práxis reiterativa tem um aspecto positivo ao buscar delimitar características do jornalismo que são intransponíveis, caso a intenção seja estabelecer os limites/ou as fronteiras do que seria o campo jornalístico. Dentro das redações pesquisadas para a tese de doutorado, fica bastante evidente que há um discurso de valorização dos “velho” jornalismo, como alternativa para justificar a falta de inovação. O que barra a práxis criadora, nesses casos, é a necessidade de manutenção do poder e do capital destas instituições, sustentados por valores idealizados da profissão – como a defesa da democracia – e que contaram com certa credibilidade ao longo dos anos.

A dúvida sobre a existência ou legitimidade da ideia de crise do jornalismo serve de inspiração para a definição da terceira categoria. Inspirada em Lukács – a partir das apropriações que fazem Netto (1996) e Moretzsohn (2007) – a suspensão enquadraria os movimentos de experimentação e incertezas, com potencialidade crítica diante dos processos e práticas jornalísticas que se veem questionados em um novo cenário de produção, circulação e consumo da informação. A crise pode ser compreendida, portanto, justamente como esse ponto vazio entre uma *práxis reiterativa*, que é negada, e uma *práxis criadora*, que ainda não está naturalizada, pois se encontra em momento de experimentação.

Considerações Finais

É possível repensar a prática jornalística sem a teoria? O conceito de práxis carrega consigo uma impossibilidade de dissociação entre estes dois termos, significando que analisar a dinâmica das redações a partir deste referencial implica, também,

entender a teoria como elaboração de valores e potencialidades, refletindo sobre o jornalismo no seio de suas limitações e possibilidades, para que se possa construir um futuro para a profissão.

O conhecimento, para a dialética, não faz sentido se não for capaz de expor potencialidades. Por isso, insiste-se na ideia de explorar as possibilidades do jornalismo que, enquanto objeto em suspensão, pode ser reconstruído através da dialética entre reiteração e criação.

Conclui-se que o conceito de crise do jornalismo se estabelece precisamente nesse vazio entre uma *práxis reiterativa* desnaturalizada e uma *práxis criadora* que possa solucionar os desafios da atividade no contexto das redes digitais. O vazio é, paradoxalmente, um espaço cheio de possibilidades – no qual o jornalismo poderá ser reinventado. Em que parâmetros? Isso, acredita-se, dependerá do investimento da pesquisa em jornalismo para reencontrar possibilidades de diálogo entre a teoria e a prática, formular novas teorias e, além disso, propor alternativas para elaborar o futuro a partir daquilo que a profissão tem de mais enriquecedor: a defesa da diversidade de possibilidades para a autoprodução humana na história.

O contexto de crise do jornalismo é profícuo para pensar a sua reinvenção num sentido emancipatório porque enfraquece as instituições capitalistas que por muitos anos foram proprietárias dos principais meios de produção da notícia. As redes sociais digitais entram em cena para estabelecer novas disputas sobre a produção de informações e demonstrar que o jornalismo pode, em muitas frentes, se qualificar no contexto pós-industrial. Primo (2011) afirma, nesse contexto, que a fábrica já não é o endereço do poder. Se antes a notícia dependia, como qualquer outra mercadoria, dos donos dos meios de produção, nas palavras do autor, hoje “a informação se desgarrar do imperativo industrial. É através da potencialização da comunicação, dos afetos, do trabalho voluntário, dos movimentos de colaboração e das interações em redes que o jornalismo vai se transfor-

mando no contexto da cibercultura” (p. 131).

Referências

ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

Genro Filho, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

_____. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Ortiz, 1989.

_____. **Marxismo, filosofia profana**. Porto Alegre: Tchê!, 1986.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da ciência dos jornais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

KOSIK, Karel. **Dialética do concreto**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

_____. **Dialética do concreto**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

MEDITSCH, Eduardo. Jornalismo e construção social do acontecimento. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. **Jornalismo e acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010, p. 19-42.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos**: jornalismo e cotidiano, do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MORETZSOHN, Sylvia; TEIXEIRA, Felipe. A integração da redação de O Globo: questões sobre o jornalismo na era da incerteza. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 10, set. 2012, Curitiba. **Anais...** Curitiba. Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/2125/205>>. Acesso: 26 nov. 2012.

NETTO, José Paulo. Para a crítica da vida cotidiana. In: NETTO, José Paulo; CARVALHO, Maria do Carmo Brant de. **Cotidiano**: conhecimento e crítica. São Paulo: Cortez, 1996. p. 64-93.

SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo. **Filosofia da práxis**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

_____. **Filosofia e circunstâncias**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SEMERARO, Giovanni. Filosofia da práxis e (neo) pragmatismo. **Revista Brasileira de Educação**. Mai.-Ago., 2005, No 29. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n29/n29a03>>, acesso em: 20 de mar. 2018.

Vanessa Hauser – Professora do curso de Jornalismo da Universidade Luterana do Brasil (Canoas, RS), doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo, RS) e Mestre em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Santa Catarina. **E-mail**: hauservanessa@gmail.com

Recebido: 21 set. 2017

Aprovado: 03 abr. 2018

**Quem fala no radiojornalismo?
Uma proposta de divisão histórica da
revolução das fontes e da
desigualdade de acesso ao temário jornalístico**

**Who speaks on radio journalism?
A proposal for a historical division of the
revolution and of inequality of access to
journalistic agenda**

Luan José Vaz Chagas

Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ).
Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Resumo:

O artigo é resultado de um recorte bibliográfico sobre a profissionalização das fontes como campo de trabalho e atuação de jornalistas no Brasil e no mundo. Para tanto, apresenta uma proposta de periodização nos estudos relacionados ao que Chaparro (1994; 2009) conceitua como Revolução das Fontes. Ao lado desse contexto está o rádiojornalismo diante da ascensão do jornalista sentado e o crescente número de profissionais que trabalham diretamente para instituições privadas e públicas, organizações e indivíduos. O debate sobre a seleção de fontes profissionalizadas e não profissionalizadas não implica somente na discussão sobre a legitimidade do processo profissional, mas sim na construção de diversidade no jornalismo da atualidade em diversos âmbitos.

Abstract:

The paper is the result of a bibliographical study on the professionalization of sources such as labor camp and activities of journalists in Brazil and in the world. To this end, presents a proposal of periodization in studies related to what Chaparro (1994; 2009) conceptualizes as Revolution of the sources. Next to this context is the radio journalism on the rise of the journalist sitting and the growing number of professionals who work directly for private and public institutions, organizations and individuals. The debate about the selection of fonts and professionalizadas not professionalizadas does not imply only in the discussion about the legitimacy of the professional process, but on building diversity in journalism today in different areas.

Palavras-chave

Fontes; profissionalização; assessorias; seleção; diversidade.

Keywords

Fonts; professionalization; assessors; selection; diversity.

Introdução

Nas últimas décadas o jornalismo viu crescer de uma forma expressiva o trabalho para as fontes em assessorias, departamentos de comunicação, no perfil organizacional, agências ou institucionais voltadas a marcas e personagens. A chamada revolução das fontes tornou estes agentes sujeitos institucionalizados, nas palavras de Chaparro (1994), que buscaram a capacitação nas relações com a imprensa para promover os acontecimentos, gerar conteúdos, interferir na pauta jornalística e expor seus interesses de forma organizada.

A formação de jornalistas tem direcionado um percentual considerável de profissionais para trabalhar a serviço das fontes. Esse processo altera significativamente as relações entre os jornalistas das redações tradicionais e a seleção de agentes profissionalizados e não profissionalizados. O tratamento das notícias, neste ambiente relacional, é parte de uma discussão fundamental sobre a construção da notícia, e a formação de princípios e valores tidos como normativos na profissão.

Segundo dados do Perfil do Jornalista Brasileiro de 2012¹, 45% dos profissionais estão lotados na mídia e 58% fora dela. Deste número, 68,3% trabalham diretamente para as fontes em assessoria de imprensa ou agências de notícias radiofônicas que possuem relações empresariais e mercadológicas. Dados de 2004 apresentados por Sant'Anna (2009) após análise da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) do Ministério do Trabalho e Emprego revela que apenas 5% dos jornalistas brasileiros atuam em emissoras radiofônicas.

Outro paradoxo nas indústrias do jornalismo foi apresentado pelo Portal Comunique-se, o qual revela que em 2015 foram 1.400 demissões de

jornalistas². Enquanto isso, o mundo vê o crescimento do número de profissionais para trabalhar para as fontes. Nos Estados Unidos, em 2008, eram 69,3 mil nas redações e 275,2 mil em assessorias; a Espanha já possui a metade seus profissionais com registro cumprindo o papel da comunicação para organizações ou agentes; a França tem um número de 40 mil *attachés de presse*, superior às redações (Luchesi, 2016).

Essa relação provoca, por outro lado, uma desigualdade no acesso ao discurso público e na própria forma de seleção, como apontam Molotch e Lester (1999). A transformação no espaço público de conflito se evidencia nos dados apresentados a partir da diferença entre os possuem uma profissionalização na relação com as mídias e com os próprios públicos (Chaparro, 1994; Sant'Anna, 2009); e aqueles que como fontes populares e não institucionalizadas não possuem a mesma condição de igualdade de serem selecionadas ou de interferirem nas possibilidades de interpretação no jogo noticioso (Alsina, 2009). O interessante nesse sentido está em perceber a forma de "agir e interagir no mundo, à luz dos seus interesses, provavelmente legítimos" que Chaparro (1994:14) provoca ao argumentar que nem sempre o interesse público se difere do particular.

O que se pretende analisar são as fases históricas de profissionalização das organizações, instituições e sujeitos que como fontes que atuam na sensibilização dos jornalistas e dos próprios públicos por meio do desenvolvimento de mídias próprias. Chaparro (1994 e 2009), Amaral (2009), Del Bianco (2011), Moretzsohn (2007), Duarte (2009), Sant'Anna (2009), Lage (2001), Neveu (2006), Ferraretto e Ferraretto (2009), Moletta Gomes (2016) entre outros autores, organizam um panorama desse processo de institucionalização e organização de aparatos de comunicação.

1 A síntese do Perfil do Jornalista Brasileiro pode ser acessado em: <http://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>

2 Os dados ainda contemplam o fechamento de vários meios de comunicação no país: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/1-400-jornalistas-demitidos-em-2015/>.

Assim dividimos em cinco fases, a estruturação e crescimento do processo de profissionalização das fontes: I) O combate à ética *muckraker* e a formação das primeiras estruturas de comunicação organizacional entre 1906 e 1929; II) A crise de 1929 e a constituição da assessoria de imprensa como necessidade estratégica do modelo de capital; III) A exportação do modelo para todo o mundo entre 1950 e 1970 - inclui-se o caso do Brasil a partir de 1964; IV) A implantação de um modelo jornalístico de assessoria de imprensa entre 1971 e o final da década de 1980; V) A consolidação do que Chaparro (1994) chama de revolução das fontes a partir da metade da década de 1980.

Nesse último, o período marcado pelo capitalismo de acumulação flexível, os sujeitos procuram a comunicação, e o efeito de verdade do jornalismo (Charaudeau, 2007) para divulgar e ampliar seus interesses. Ainda que numa ótica privada e não necessariamente pública isso só reforça o que está presente desde o início da formação de assessorias para sofisticar a relação com os jornalistas. Os subsídios às redações não são exclusividade dessas formas de trabalho na área da comunicação, pois já se faziam presentes nas agências de notícias. O que muda é a forma com que o auxílio é realizado, o subsídio diretamente de uma fonte específica que mantém a necessidade de apuração, reorganização e reescrita das informações no cruzamento e angulação com outras fontes.

Um início marcado pelas primeiras estruturas de comunicação

A forma de organização que estrutura a relação com os jornalistas possui diversas discussões sobre suas origens, nas Relações Públicas e na própria Assessoria de Imprensa ou Comunicação que remete ao que Ivy Lee iniciou em 1906. A declaração de princípios evidencia a busca pela socialização dos discursos particulares de forma organizada e trans-

parente, ainda que discutível por autores como Andrade (1983), Wey (1986) e Soley (1993). Para eles, Lee também utilizou de recursos como benefícios e presentes a jornalistas, além de operações de contratação e retirada de importantes profissionais das redações que atuavam na investigação das corporações assessoradas.

Para Lee (in Chaparro, 2009, p. 36) a assessoria "não é um serviço de imprensa secreto. Todo nosso trabalho é feito às claras. Pretendemos fazer a divulgação de notícias. (...) E qualquer diretor de jornal interessado será auxiliado, com o maior prazer, na verificação direta de qualquer declaração de fato". A promessa de exatidão, transparência, auxílio se aliava ao plano de divulgar informações para o bem das empresas e do interesse público fez sucesso e escola para um novo campo de trabalho aos jornalistas. Não convém aqui traçar um perfil moralista ou tentar de forma superficial estabelecer uma crítica que construa um muro entre o que é jornalismo nas redações e na assessoria de imprensa.

O contexto da primeira fase é essencialmente envolvido pelo capitalismo selvagem instituído nos Estados Unidos após o período da Guerra da Secessão. A prosperidade e a competição acelerada com o espírito de ambição dos "*self-made-men*" levou a diversos escândalos que a ideologia da produtividade do taylorismo exacerbado estava construindo. Ao lado dos diversos problemas industriais do período em questões ambientais, trabalhistas e econômicas, os *muckrakers* também ganharam importância. Com o objetivo de expor os problemas e investigar a imoralidade do mundo sujo dos grandes capitalistas, jornalistas como Thomas Lawson, Ida Tarbell e Upton Sinclair se destacaram nas críticas das injustiças (Chaparro, 2008).

Em meio a esse processo entre 1906 e 1929, Ivy Lee percebeu uma nova possibilidade de trabalho junto a imagem desgastada dos grandes barões da indústria. Segundo Wey (1986) e Chaparro (2009) o jornalista conseguiu estabelecer uma conduta ética e moral com a proposta de garantir

transparência e confiabilidade nas ações de seus assessorados. Jhon D. Rockefeller, proprietário da *Colorado Fuel and Iron Co* estava submerso em críticas e até a acusação de atirar sobre grevistas. Nesses primeiros passos, o assessor instituiu uma série de ações que chamaram a atenção dos grandes empresários para o setor da comunicação. As técnicas que o levaram a ser chamado de “pai das relações públicas” envolviam desde a convocação de entrevistas, fornecimentos de informações para matérias jornalísticas até o cuidado com a imagem das instituições.

De acordo com Chaparro (2009, p. 38), o trabalho de Lee teve um desempenho considerável principalmente com a possibilidade de promover os acontecimentos. A criação de fatos, que se tornavam notícias com as fontes como sujeitos institucionalizados, garante uma nova forma de tratamento e seleção de vozes a partir de suas relações com as redações. O acúmulo de informações sobre os clientes, o “mérito de ter criado o conceito e a prática do informante profissional competente” fez com que construísse carreira no subsídio aos jornalistas e atuasse “nos processos jornalísticos como fonte de informações e elucidações”. Por outro lado, como afirma Andrade (1983), os métodos questionáveis do assessor também vieram à tona em operações “fecha-boca” com a oferta de salários em altos cargos para que jornalistas não atacassem as empresas, as relações espúrias que envolviam propinas a chefes de redações e até serviços a trustes que tiveram envolvimento com o nazismo de Hitler.

Já para Amaral (2009, p. 52), diversos fatores propiciaram a criação desse modelo de agenciamento de comunicação ou assessoria de imprensa e entre eles, o principal: “as mudanças socioeconômicas consequentes da Revolução Industrial”. A necessidade de um novo tipo de relacionamento social entre as organizações e os jornalistas já no final do Século XIX era demonstrado na forma com que agentes de imprensa faziam para falsear os fatos e atrair repórteres. Segundo o autor, já em 1883 a AT&T enviava

cartas a usuários pedindo opiniões sobre a *Bell Telephone Company*. A campanha de Ivy Lee em prol de Rockefeller no caso do destrate da *Pennsylvania Railroad* em 1906 foi um marco nesse processo, mas já havia a utilização do termo “*public relations*” em 1897 pela *Association of American Railroads*.

Quando Lee abriu o escritório de publicidade em 1904 em Nova York e foi contratado em 1906 para melhorar a imagem da *Pennsylvania Railroad* uma nova forma de atendimento da imprensa foi iniciado, o que se aproxima da assessoria de imprensa que conhecemos hoje (Amaral, 2009). Segundo o autor, ao lado de Lee Edward L. Bernays popularizou o termo “assessor de relações públicas” no final da década de 1920 que nesse período já se constituía com mais de 5 mil profissionais nos Estados Unidos. Nessa mesma ótica, Shudson (2010) destaca que a forma com que Lee e Bernays auxiliavam os jornalistas e criavam notícias chamaram a atenção dos jornalistas e dos empresários para a diversidade de interpretações possíveis sobre os acontecimentos.

A onda de novas tecnologias entre 1900 e 1920 resulta em novos padrões de consumo, a publicidade com modernas revistas ilustradas e a instalação do mercado fonográfico, além da popularização do cinema. Também nesse processo é preciso pontuar a chegada do rádio e a possibilidade de transmissão em ondas eletromagnéticas. Esse período coincide com a fase de implantação que vai até 1930, como proposto por Ferraretto (2012), quando o rádio, ainda sem características próprias no texto jornalístico carrega as informações repassadas ao impresso. O modelo do “*gilette-press*” com a leitura dos jornais impressos no meio será a principal forma de institucionalizar as notícias não somente no meio tradicional, mas também no rádio como novo suporte midiático da época.

O segundo momento que nos interessa é a constituição de assessorias de imprensa com jornalistas já descolados dos departamentos de relações públicas após a crise de 1929. Nesse período, já demarcado por ações do Governo dos Estados

Unidos com a organização de coletivas e envio de *press releases* durante a Primeira Guerra Mundial e a instalação de assessorias em 1926, a informação se tornou um componente estratégico do modelo de capitalismo. Os acontecimentos que envolveram a grande crise do sistema geraram questionamentos ao trabalho desempenhado pelas relações públicas empresariais que passaram a ser hostilizados pelo público e pelos acionistas (Chaparro, 2009).

Nesse sentido, a informação e a construção de novas formas para explicar o que havia acontecido, além das propostas para o reerguimento do país são os componentes para garantir a superação da crise. O *New Deal* como uma nova ordem elaborada por Franklin Delano Roosevelt acompanhada de medidas de austeridade na economia foi largamente divulgado utilizando técnicas sofisticadas de comunicação. Segundo Chaparro (2009, p. 39), “a informação tornou-se, então, uma necessidade estratégica”, pois, “era preciso explicar a nova verdade e o seu porquê, como também motivar a nação para a resistência e a esperança”. O autor argumenta ainda que o modelo de assessoria de imprensa que conhecemos nasceu efetivamente nessa era de busca pela inovação associada à demanda por informação.

Nesse período, além do avanço do número de assessorias, a institucionalização de marcas e fontes implica diretamente no formato de jornalismo praticado no rádio. A fase da difusão, de 1930 até 1960 (Ferraretto, 2012) teve como marco o surgimento do Repórter Esso e as primeiras experiências específicas no modelo de texto voltado a notícias sonoras. Segundo Klockner (2001), o Repórter Esso promoveu uma experiência sensorial de jornalismo diferenciada no Brasil e atingiu altos índices de audiência, credibilidade e popularidade, além de moldar as técnicas específicas que iriam fazer parte do cotidiano do radiojornalismo brasileiro.

Ao lado dessa situação e da entrada do Brasil na guerra com os Aliados, a influência da propaganda americana estava presente em diferentes setores da economia e do consumo brasileiros. Outro

fato importante foi a presença no país em 1940 de representantes do *Bureau Interamericano* que pressionaram o país a combater os nazistas. O re-credenciamento da política estadunidense, que influenciou na entrada do Repórter Esso em terras tupiniquins, teve entre eles Nelson A. Rockefeller que chegaria a ser vice-presidente dos EUA nos anos 1970 e era neto de John Davison Rockefeller, industrial que foi assessorado por Ivy Lee.

“As instituições organizaram-se para atuar como fontes”, destaca Chaparro (2009, p. 39) em meio a pressões da sociedade e ao grande número de demissões e falências. A própria democracia já estava num nível em que a compreensão era fundamental para além do conhecer/saber. Esse contexto levou não somente ao crescimento do número de organizações que possuíam departamentos de relações públicas com jornalistas como assessores de imprensa, como também a consolidação da atividade no próprio ensino em universidades como Yale, Harvard e Columbia. Essa experiência foi levada para outros países que importaram o modelo norte-americano em agências do Canadá, Inglaterra, Itália, Noruega, Bélgica, Suécia e Finlândia (Chaparro, 2009). Momento este que se aprofunda na fase de exportação para todo o mundo entre 1950 e 1970, que inclui o caso do Brasil a partir de 1964 com dados expressivos do número de profissionais de comunicação atuando para as fontes.

Segundo Chaparro (2009) e Duarte (2009), com base em Monique Augras, o crescimento do número de empresas que possuíam os serviços passou de seis em cada grupo de 300 em 1936 para 250 em 300 já em 1961. Em 1970, a proporção beirava os 100% principalmente nas multinacionais que viam na relação com o público e a opinião pública um componente estratégico de crescimento econômico. Amaral (2009) apresenta dados ainda mais consistentes no argumento sobre a institucionalização das fontes a partir do final da década de 1920. Segundo ele (2009, p. 58), em 1926 o jornalista Silas Bent, assessor de imprensa, relatou que ao menos “147 das

255 matérias publicadas no *New York Times* no dia 29 de dezembro de 1926 foram por eles originadas assim 75 das 162 publicadas pelo *New York Sun* no dia 14 de janeiro do mesmo ano". Já Shudson (2010) destaca o relato de John Jessup, que em entrevista, afirmou que quando trabalhou para a agência de publicidade *J. Walter Thompson* em 1930, 60% das matérias do *New York Times* eram inspiradas por assessores de imprensa.

Ao lado desse processo, na fase de segmentação do rádio descrita por Ferraretto (2012) a partir do final da década de 1950 e aprofundada, como afirma Ortriwano (2003), nos meados de 1970 proporciona a organização das programações a partir do reconhecimento de públicos específicos. Nesse momento se dá o surgimento das primeiras emissoras especializadas em notícias. A realidade que já havia sido implantada nos Estados Unidos em 1960, chega ao Brasil após a instalação da Frequência Modulada. O surgimento da segmentação e das primeiras *All News* também levou a programas produzidos pelas fontes e um novo tipo de relação entre os jornalistas e as fontes.

O momento vivenciado pelas emissoras era de experimentação, principalmente na adoção dos modelos americanos *All News* e *Talk & News*, com transmissão de notícias, entrevistas, comentários entre outros gêneros 24h por dia. Segundo Ortriwano (2003) da primeira emissora *All News*, a XTRA de Tijuana no México, até a implementação nos Estados Unidos na CBS, WNUS de Chicago e Wins de Nova York contou com contratações e características do mercado radiofônico do país. Algo que chamou a atenção dos brasileiros para as possibilidades de instalação desse estilo no país.

A consolidação do modelo de assessoria de imprensa a partir dos anos 1970 no Brasil e que ganhou singularidade em relação a países como Estados Unidos, Alemanha, Portugal, França e Espanha necessita de contextualização. Os dados apresentados pelo Perfil do Jornalista Brasilei-

ro³ e Sant'Anna (2009) evidenciam que a maioria dos profissionais formados em jornalismo atuam para as fontes em departamentos de comunicação organizacionais. O dado diminui ainda mais no caso do rádio com apenas 5% dos formados trabalhando para as emissoras (Sant'Anna, 2009). Em muitos casos, o trabalho é acumulado com a redação onde trabalha ou até mesmo como *freelancer* com momentos específicos de contratação. Outro formato são as agências de conteúdo que proporcionam um campo de trabalho em que as organizações contratam jornalistas para cobrir determinadas áreas como saúde, economia, mercado financeiro, entre outras formas que subsidiam redações e mídias das fontes.

De acordo com Duarte (2009), a década de 1990 reforça o argumento sobre a revolução das fontes, mas demonstra algo que começou em nosso país em 1909, quando o presidente Nilo Peçanha organizou as primeiras estruturas de comunicação no Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio. Na época a "Secção de Publicações e Bibliotheca" realizava serviços de atendimento, publicações, informações, propaganda e auxílio a jornalistas com redações de notas com os principais eventos realizados pelo governo. Em 1915, com o nome de "Serviço de Informações" as notas ficaram ainda mais sofisticadas com a organização em níveis federal e estaduais com relatórios que demonstravam a eficácia da forma de relação com a imprensa da época.

Já em 1931 após a revolução de Getúlio Vargas e a instalação do governo provisório, o controle a disseminação de informações se torna uma política de Estado. Para determinar essas ações, é criado o Departamento Oficial de Publicidade da Imprensa Nacional que depois seria reorganizado como Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC) e Departamento Nacional de Propaganda (DNP), este com objetivo de utilizar a comunicação

3 A síntese do Perfil do Jornalista Brasileiro pode ser acessado em: <http://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>

radiofônica inclusive com a criação da Hora do Brasil, depois Voz do Brasil. Porém, como afirma Duarte (2009, p. 83) o ápice da política de comunicação varguista seria a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) ao lado de estruturas nos estados entre 1939 e 1945: "O controle ideológico via comunicação consolida-se por uma política pública de origem fascista, implantada pelo jornalista Lourival Fontes, que atuara na chefia do DPPC e do DNP e conhecia as máquinas de propaganda dos governos alemão e italiano".

A criação da Agência Nacional, ligada ao DIP, em 1944 reforçou ainda mais o poderio de comunicação varguista contando com mais de 200 funcionários, equipes de reportagens e um sistema de difusão de notícias para todo o país (Aguiar e Lisboa, 2017; Duarte, 2009). Com a redemocratização o formato de interação entre governo e imprensa continua com o reforço nas equipes e até mesmo na cooptação de jornalistas com cargos públicos ou no investimento maciço em publicidade governamental. Por outro lado, os conteúdos jornalísticos ou o trabalho de relação com a imprensa eram realizados pelos próprios integrantes da área, o que leva historicamente ao reconhecimento dessa área de atuação exercida por profissionais formados em jornalismo.

A partir de 1964 o Governo Militar deu força de superministério à Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República (Aerp) inclusive com a realização de seminários, como o que aconteceu no Rio de Janeiro em 1968 com integrantes de diversos ministérios (Chaparro, 2009). A propaganda governista eufórica durante a década de 1970 com o chamado "carisma Médico" em obras como a transamazônica e a ponte Rio-Niterói ou então a vitória na Copa de 70 reforçaram o atrativo mercado de trabalho para jornalistas. O uso da propaganda e a crescente censura aos meios de comunicação procuravam esconder os anos de tortura e de perseguição política mais cruel do regime militar.

A experiência brasileira que interpreta o trabalho da assessoria de imprensa também exercido por jornalistas é resultado das discussões que se iniciaram em 1971. O reconhecimento da legislação e da Federação Nacional dos Jornalistas em acordo com o Conselho Nacional de Relações Públicas abriu uma série de discussões. Não procuramos aqui estabelecer ou aprofundar o debate em torno do que seria jornalístico ou não nas assessorias de imprensa e nas redações tradicionais. Como argumenta Chaparro (1994), nem sempre o interesse público, como valor notícia de referência universal (Guerra, 2008), se diferencia do conjunto de interesses particulares. Salienta-se a necessidade da seleção, da atuação do gatekeeping ou do gatewatching na condução das notícias para a construção da diversidade.

No caso do modelo brasileiro, a difusão das assessorias comandadas ou com grupos de jornalistas apenas evidencia algo presente desde o início do Século XX com o crescimento após a Segunda Guerra Mundial. Como destaca Lage (2001), essa transformação de trabalho pode até ter sido recebida com desconfiança pelo rumor de possíveis censuras ou limitações no movimento de jornalistas, mas um caso não altera o outro. A necessidade de setorização de jornalistas é uma realidade da cobertura do espaço e do tempo da rede noticiosa (Tuchman, 1983). Se aprofundarmos o debate, o contexto econômico em que estão inseridos os profissionais é o problema e não necessariamente um campo de trabalho que emprega a maioria dos jornalistas no Brasil hoje.

Lage (2001, p. 51) ainda destaca que a "criação de assessorias de imprensa teve, assim, vertente moralizadora e ética" e o surgimento "contribuiu decisivamente para a profissionalização do setor de informação pública, com delimitação clara de posições, tanto do lado de quem fornece a informação, como de quem coleta". O que o autor chama de guerra da informação pode ser ressaltado no nível de desigualdade em que as fontes profissiona-

lizadas de altos setores econômicos e políticos da sociedade mantém em detrimento de estruturas ligadas a movimentos sociais e entidades sem fins lucrativos (Moletta Gomes, 2016).

Em 1971, com a criação da Unipress pelos jornalistas Reginaldo Finotii e Alaor José Gomes, uma nova proposta de assessoria de imprensa foi inserida no cenário nacional. Os dois organizaram o setor de imprensa da Volkswagen no Brasil orientado jornalisticamente como uma fonte de consulta e auxílio para editores, pauteiros, repórteres (Chaparro, 2009). Segundo o autor, com a censura imposta a editorias como política, a economia foi o carro chefe de muitos jornais que passou a ser feito pelos principais profissionais das redações: “A Unipress pôde consolidar um modelo jornalístico de assessoria de imprensa, atuando, sobretudo, como alimentadora de pautas” (Chaparro, 2009, p. 45).

Depois disso surgiram outras iniciativas, como a Mecânica de Comunicação Ltda. de Ênio Compói em 1973 e o começo de discussões aprofundadas entre as vertentes sindicais e empresariais do ramo. O processo de formalização da atividade na área do jornalismo começou em 1980 quando o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo criou a Comissão Permanente e Aberta dos Jornalistas em Assessoria de Imprensa. A negociação entre o então presidente da Fenaj Audálio Dantas e a presidente do Conselho Nacional de Relações Públicas Vera Giangrande selou a possibilidade da área de RP ceder aos jornalistas a reserva de mercado de assessoria. O primeiro Manual produzido pela Fenaj foi em 1985 e já está na 4ª Edição: “O segmento da assessoria está definitivamente consolidado no mercado de comunicação, constituindo-se na área que mais emprega jornalistas” (Fenaj, 2007, p. 5). Já a vertente empresarial criou em julho de 1986, a Associação Nacional das Empresas de Assessoria de Imprensa e Comunicação Social (Aneci).

A revolução das fontes e a seleção no jornalismo

A consolidação da revolução das fontes a partir da metade da década de 1980 somente foi reforçada ao longo dos anos 1990 e cresce com ainda mais vigor na atualidade. Com a maior parte dos jornalistas atuando fora das redações e o crescente número de demissões em grandes redações forçam uma nova lógica de trabalho e sobrevivência no mercado. O novo cenário aponta Chaparro (2009, p. 49), é carregado da instantaneidade e a abrangência de uma difusão ilimitada dos acontecimentos, da promoção dos eventos em formatos noticiosos em duas variáveis: “(1) com a eliminação do intervalo entre fato e seu relato, a notícia passou a fazer parte do acontecimento; (2) formatado como notícia, o acontecimento ganhou eficácia de ação discursiva, para confrontos e efeitos imediatos”.

Com essa concepção, o autor reforça seu argumento sobre a notícia como parte das disputas e relações humanas no mundo globalizado, no qual as fontes inundam as redações com dados e deixam de reter informações. A capacitação dos executivos, de órgãos públicos e privados, das lideranças sindicais e de movimentos sociais socializam discursos particulares. A contradição está na “competência agressiva dos discursos particulares” mas que não se estabelece num conflito entre o interesse público da notícia e os interesses particulares. Para Chaparro (2009, p. 50), o que opõe o interesse particular é outro interesse particular e é no conflito que se estabelece a confiabilidade da seleção jornalística. Como destaca Duarte (2009), a condição do jornalista na assessoria de imprensa é um fato claro no jogo de relações entre o assessorado e seu ponto de vista e aos profissionais que exercem o papel jornalístico de agir criticamente e investigar as informações que são recebidas.

A atualidade é permeada por uma complexa teia de mecanismos, instituições, saberes, ressalta

Pinto (2000, p. 282), em que o objetivo principal é agendar os media. Como uma instância privilegiada de fala enquanto promoção de acontecimentos que se tornam notícias, o jornalismo é disputado a todo o momento por fontes organizadas e profissionalizadas. O que se complexifica são os processos de coleta e seleção e a própria construção da realidade social: "Ao procurarem a visibilidade através dos media, movem-se, por conseguinte, por uma lógica privada - naturalmente legítima, mas privada - quer se trate de instituições juridicamente privadas, como sejam as empresas, associações e grupos da sociedade civil, quer se trate de entidades públicas, como partidos políticos, instituições de utilidade pública e órgãos do Estado" (Pinto, 2000, p. 284). A conquista do acesso aos media e o esforço de gerir o trabalho dos jornalistas cercam o trabalho em torno dessas fontes, mas não necessariamente deslegitimam a continuidade de um ritmo de seleção e interpretação dos fatos (Alsina, 2009).

No caso do radiojornalismo, Sant'Anna (2011) destaca que em 2004, existiam 1.602 radiojornalistas, com 5,21% da mão de obra total, ou seja, a média de um terço de jornalista, 0,35% por emissora legalizada. Ao unir os dados com rádios comunitárias, o número é ainda menor: 0,21% de profissionais por emissoras. Como mostra a pesquisa, para cada cem jornalistas empregados, cinco trabalham para o rádio e outros sessenta estavam fora das redações, trabalhando diretamente com a fonte, em assessorias ou departamentos de marketing,

A chamada fase da convergência no rádio, influenciada diretamente pela revolução das fontes, inicia na reestruturação profissional proporcionada pela digitalização das emissoras no início dos anos 1990 até a consolidação do profissional multiplataforma. Ao lado de todas as mudanças tecnológicas, Kischinhevsky (2009), argumenta que as novas rotinas e o perfil multitarefa dos profissionais podem colocar em risco a qualidade dos produtos, tendo em vista que a prioridade visa a produção e

não a verificação e apuração como um todo.

Essas características são partes do atual contexto denominado por Brittos (2002) como a fase da multiplicidade da oferta no rádio, entendida como a variedade de produtos disponíveis no mercado presente em todas as indústrias culturais da atualidade. Esse novo momento do rádio brasileiro que possui início nos anos 1990 é marcado por inovações tecnológicas, novos atores inseridos no mercado, aperfeiçoamento nas técnicas de gestão com a otimização de recursos e a manutenção da hegemonia nos grandes grupos comunicacionais.

A presença dos jornalistas a serviço das fontes, segundo o autor, é reflexo da venda de espaços das grades de programação a terceiros ou o uso praticamente integral de materiais oriundos de agências institucionais e assessorias de imprensa. Para Sant'Anna (2009) essa realidade transforma o perfil do rádio, até então vinculado ao noticiário local, pois se submete às informações pré-produzidas pelas fontes que investiram na forma barata de difundir radio reportagens e rádio releases. Produções de conteúdo a serviço de fontes como Conselho Regional de Medicina, Tribunal de Justiça, OAB já estão entre as mais utilizadas pelas empresas de radiodifusão.

A Agência Radioweb, por exemplo, já é uma das maiores produtoras de conteúdo a serviços de instituições privadas e públicas com 13 rádios corporativas. Nesse ano, a empresa chegou a 2.200 emissoras afiliadas defendendo um alcance potencial de mais de 120 milhões de ouvintes⁴. Durante o impeachment em 2016, foram 301.123 downloads de reportagens produzidas somente no mês de março. Em 2017, o recorde aconteceu durante a cobertura da crise política envolvendo o presidente Michel Temer com

4 Dados apresentados pela empresa no site da Agência. Disponível em: <https://agenciaradioweb.com.br/institucionais/286/23+de+agosto%3A+Agencia+Radioweb+completa+15+anos+e+comemora+resultados>

15.708 downloads de matérias num único dia. Da mesma forma, produções de radio releases são os principais focos de emissoras ligadas à agências do Senado Federal, Câmara dos Deputados, Ministério Público Federal, entre outras entidades como do Sistema S.

Para Sant'Anna (2009, p. 18), "a ação informativa das fontes inclui ainda a produção de revistas e de programas independentes de radio e televisão, além de diversas agências de notícias, entre as quais, algumas são especializadas em abastecer os veículos tradicionais com conteúdos já formatados para a imediata difusão no rádio e na televisão". Os rádios releases, vídeo releases possuem uma receptividade por parte da mídia tradicional com temáticas e formatos que se inserem facilmente nesses meios diante da realidade profissional do interior e até mesmo de grandes metrópoles. As mídias das fontes interferem no modo tradicional de construção da notícia com ainda mais força a partir de portais da internet, nos quais é possível baixar sem custos ou com pequenos valores aquilo que interessa às emissoras.

No eixo Rio São Paulo Brasília, a dependência de fontes oficiais ficou evidente durante a cobertura do impeachment de 2016. Mesmo no local dos acontecimentos e distante da realidade do jornalista sentado (Neveu, 2006), uma pesquisa anterior mostra que o jornalista utilizavam a relação com as assessorias dos senadores de forma prioritária durante o processo de cobertura (Chagas, 2017). Essas situações demonstram a desigualdade de acesso ao temário instituído entre fontes profissionalizadas ligadas à elite econômica e política em detrimento daquelas que não possuem as mesmas condições na disputa pelas interpretações sobre os acontecimentos.

Del Bianco (2011) argumenta que diante da diversidade de interesses, assuntos e demandas da audiência é preciso organizar as estruturas de trabalho pensando no volume de informações que

chegam às redações. Releases e informativos dos mais diferentes órgãos coincidem, na visão da autora, com um período de estruturação e profissionalização das fontes ao mesmo tempo em que a situação vivenciada pelas redações na atualidade. Ao contrário do jornalista que vai atrás da notícia, hoje são elas que procuram os jornalistas com a oferta que cresce com material pronto para ir ao ar. Nesse caso reforçam-se ainda as mídias que as fontes possuem como uma forma de relação direta, com jornalistas e seus públicos.

Considerações finais

A legitimação deste campo profissional é uma questão chave na seleção das fontes na atualidade ainda mais na produção do radiojornalismo no cotidiano. Envolvido por um contexto econômico e social, a produção de materiais especializados que conduzem ou procuram sensibilizar a produção das notícias, o jornalismo tende a aproveitar os materiais muitas vezes de forma integral. Como destacou Lopez (2009) no caso do gatekeeper radiofônico, a utilização de releases no momento da ancoragem dos programas ou na produção da síntese Repórter CBN é a mesma realidade de uma infinidade de radiojornais que são realizados quase que na integralidade por agentes externos.

O questionamento sobre a complexidade em que as fontes se estruturaram ao longo dos últimos 100 anos não está na legitimidade em que atuam na sociedade com interesses privados, mas sim sobre as condições que cercam o gatekeeping em um momento de acumulação flexível e de jornalistas sentados. A ausência de profissionais nas ruas ou um número maior apurando um volume de dados oriundos de estruturas de comunicação empresarial, organizacional e institucional é uma questão fundamental para a construção da notícia. Como argumenta Neveu (2006, p. 96) nas práticas de sedução que desempenham na atualidade, o limite é a corrupção, mas que nem

sempre os jornalistas retribuem as atenções para o qual são objeto ou aos “happenings montados para chamar a sua atenção”.

Segundo o autor francês, a produção de materiais prontos pode ser de utilidade para jornalistas sobrecarregados e que controlar a influência dessas fontes depende de meios financeiros e humanos na coleta de informações originais. No entanto não somente há uma diferença de acesso entre fontes profissionalizadas e não profissionalizadas, mas no conjunto que está disponível ao jornalista na construção das notícias. Moletta Gomes (2016) apresenta os casos das assessorias de imprensa da Terra de Direitos, Conectas Direitos Humanos e Justiça Global, em que os discursos jornalísticos, por mais que defendam interesses particulares, atuam com uma rede de significação que busca explorar e ocupar um espaço ainda não encontrado na mídia pelos movimentos sociais. Essa relação mostra as formas de acesso para além de um ambiente de atuação sofisticada na promoção dos acontecimentos e sim as escolhas políticas e econômicas que estão presentes nos critérios de noticiabilidade que o gatekeeping utiliza no cotidiano de trabalho.

A ausência de diversidade não se apresenta somente no recurso normativo que a profissão busca desde as bases do liberalismo presentes em sua estrutura conceitual. Ela se na no campo do conflito e do confronto entre setores econômicos e políticos que possuem condições diferenciadas em suas estruturas de comunicação. O estudo mostra que essa ascensão e a disputa pela interpretação dos acontecimentos não é nova e está presente há mais de 100 anos com um crescimento expressivo nas últimas décadas. A revolução das fontes é pensada a partir do contexto profissional, dos constrangimentos organizacionais e da realidade vivenciada nas redações. Não implica somente em questões voltadas aos interesses particulares versus o público, mas também nas condições de equilíbrio e seleção de diferentes fontes que busquem analisar as complexidades dos acontecimentos em tempos de crise e polarização.

Referências

AGUIAR, P.; LISBOA, J. **A Agência Nacional no Estado Novo (1937-1945): entre o jornalismo e a propaganda**. In: XI Encontro Nacional de História da Mídia. São Paulo: ALCAR, 2017.

ALSINA, M. R. **A construção da Notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

AMARAL, L. Assessoria de imprensa nos Estados Unidos. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2010.

ANDRADE, C. T. de. **Para entender relações públicas**. São Paulo: Loyola, 1983.

BRITTOS, Valério Cruz. **O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta**. Verso & Reverso. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, ano 16, n. 35, p. 31-54, jul.-dez. 2002.

CHAGAS, L. J. V. **Entre fontes e jornalistas: interesses e disputas na cobertura do impeachment da presidenta Dilma Rousseff**. Estudos em Jornalismo e Mídia. Florianópolis: v. 14, n. 1, 2017.

CHAPARRO, M. C. Cem anos de assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2010.

CHAPARRO, M. C. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 1994.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

DEL BIANCO, N. R. As transformações técnicas na produção do radiojornalismo e os valores-notícia. In: MOREIRA, S. V. **70 anos de radiojornalismo no Brasil**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

- DUARTE, J.. Assessoria de imprensa no Brasil. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2010.
- FENAJ. **Manual de Assessoria de Comunicação**. 4 ed. Federação Nacional dos Jornalistas: Brasília, 2007.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil**. Eptic – Revista Eletrônica Internacional de Economia Política das Tecnologias de Informação e Comunicação. Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal do Sergipe, v. XIV, n. 2, maio-ago. 2012.
- FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa – Teoria e prática**. 5.ed. São Paulo: Summus, 2009.
- GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia: verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística**. São Cristóvão: UFS, 2008.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico**. In: RODRIGUES, C. (Org.). **Jornalismo On-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Sulina, 2009.
- LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- LOPEZ, Débora Cristina. **A construção da notícia no rádio contemporâneo: O papel do gatekeeper no jornalismo radiofônico em ambiente de convergência**. Chasqui, No. 108, Diciembre, 2009.
- LUCESI, Lila. Juego de manos, juego de villanos: la mediatización de las fuentes em la construcción de la información. In: LUCESI, Lila; VI-
- DELA, Luciano (orgs.). **Desafíos del periodismo en la sociedad del conocimiento: discusiones a partir del Tercer Seminario Brasil-Argentina de Pesquisa en Jornalismo, Bapijor**. Viedma: Universidad Nacional de Río Negro, 2016.
- MOLETTA GOMES, Cleber. **A construção das notícias pelas assessorias de imprensa da Terra de Direitos, Conectas Direitos Humanos e Justiça Global**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2016.
- MOLOTCH, H. & LESTER, M. A notícia como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.
- MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- NEVEU, É. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história**. Revista USP, São Paulo, n. 56, p. 66-85, dezembro/fevereiro, 2003.
- PINTO, M. **Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo**. Comunicação e Sociedade. Braga: Vol. 14 (1-2), p. 277-294, Universidade do Minho, 2000.
- SANT’ANNA, Francisco. **Mídia das fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro**. Brasília: Senado Federal, 2009.
- SHUDSON, M. **Descobrimdo a Notícia: Uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis: Vozes, 2010.
- SOLEY, L. W.. **The news shapers: the sources**

who explain the news. New York: Praeger Publishers, 1992.

TUCHMAN, G. **La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad.** Barcelona: Gili, 1983.

WEY, Hebe. **O processo de relações públicas.** São Paulo: Summus, 1986.

Luan José Vaz Chagas – Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). Bolsista da Fundação Carlos Chagas de Amparo à Pesquisa no Rio de Janeiro (FAPERJ). **E-mail:** luaanchagas@gmail.com

Recebido: 27 set. 2017

Aprovado: 12 ago. 2018

Marcas da Indústria Criativa em ONGs jornalísticas do Brasil

Creative industry brands in journalistic NGOs of Brazil

Edson Capoano

Universidade Presbiteriana Mackenzie
São Paulo, SP, Brasil.

Resumo

O texto analisa características da Indústria Criativa e inovação em empreendimentos jornalísticos alternativos no Brasil. O recorte do trabalho é a seleção de casos provindos de uma lista de ONGs de comunicação, o “Mapa da Pública do Jornalismo Independente”, entre 2015 e 2016. A metodologia foi bibliográfica, quando serão apresentados os conceitos de Indústria e Economia Criativas, Inovação e inovação para o jornalismo através de métodos de financiamento; estudo de casos, entre 73 casos das ONGs jornalísticas da lista mencionada; e no detalhamento da inovação no financiamento como característica de Indústria Criativa nos empreendimentos jornalísticos.

Summary

The text analyzes the characteristics of the Creative Industry and innovation in alternative journalistic enterprises in Brazil. The work cut is the selection of cases from a list of communication NGOs, the “Map of the ‘Publica’ of Independent Journalism”, between 2015 and 2016. The methodology was bibliographical, when the concepts of Creative Industry and Economy, Innovation and innovation for journalism through funding methods; case study, among 73 cases of journalistic NGOs of the aforementioned list; and in the detailing of the innovation in the financing as characteristic of Creative Industry in the journalistic enterprises.

Palavras-chave

Jornalismo; indústria criativa; inovação; financiamento; Mapa da Pública.

Keywords

journalism; creative industry; innovation; financing; Map of the Publica Agency.

Introdução

Novas iniciativas no jornalismo mostram a transição de um formato de empresa centralizada e vertical para outro, horizontalizado e coletivizado. Os modelos de negócios de empresas de comunicação estão evoluindo do formato tradicional que foca na produção de informação, para conceitos criativos para os negócios e processos inovadores, fatores que podem ser identificados em empreendimentos da Indústria Criativa (IC).

Para identificar tal processo de evolução no jornalismo, escolheu-se focar nas iniciativas chamadas nativas digitais para compreender características de IC no jornalismo. A justificativa de tal recorte se dá pela hipótese de que empreendimentos jornalísticos inovadores são na maioria nascidos na e para a web e requerem métodos previstos na IC para se manterem abertos, pertinentes e sustentáveis.

Referencial Teórico

O ambiente da Economia Criativa é resultado da cultura da inovação criativa e do empreendedorismo aplicados nas Indústrias Criativas. A questão está na potencialidade desse mercado. Ícones das tecnologias de informação e comunicação mostram tendências para novos modelos de negócio e como se capacitaram para tal. O valor cultural e o valor econômico estão interligados na IC.

A IC o representa de 8% a 10% do PIB mundial, cerca de US\$ 8 trilhões. No Brasil, gera 2.84% do PIB nacional e é responsável por 8.54% dos empregos formais do país¹. A renda salarial média gerada é 44% superior à média de remuneração dos outros setores da economia brasileiros. Estudos do Sebrae afirmam que cada emprego da Indústria Criativa gera outros quatro.

O primeiro livro sobre Economia Criativa data de 2001, *The creative economy. How people make*

money from ideas, de John Howkins. A Universidade de Harvard lançou no mesmo ano *Creative industries*, de Richard Caves, e no ano seguinte, *The rise of the creative class*, de Richard Florida.

Na prática, a Austrália foi o primeiro país a debater e aplicar os conceitos de Economia e Indústrias Criativas. Em 1994, o governo australiano promoveu o conceito de *Creative Nation*, visando desenvolver uma política pública que valorizasse produtos culturais e apoiasse processos criativos. Nos anos seguintes, o conceito foi aplicado no Reino Unido, sendo uma das principais bandeiras desenvolvimentistas do Partido Trabalhista do então candidato Tony Blair. Finalmente, em 2002, o Simpósio Internacional *Economy, Creativity and Consumption Symposium*, em Brisbane, estudiosos de centros como o *Creative Industries Faculty (QUT)*, da *London School of Economics*, do *Massachusetts Institute of Technology* e da *New York University*, solidificaram os conceitos de Economia e Indústrias Criativas, afirmando as mudanças positivas nas sociedades que se dedicassem a uma agenda de implementação destes conceitos.

No Brasil, o conceito de Indústria e Economia Criativa é debatido largamente a partir da IX Conferência da UNCTAD, em São Paulo, em 1994. O objetivo era discutir Indústrias Criativas em países em desenvolvimento. Não à toa, o tema foi inserido na pauta de outras agências da ONU, como na Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), da Unidade Especial para a Cooperação Sul-Sul do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (SU/SSC) e, mais recentemente, da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Hoje, agências nacionais como o Sebrae e o MinC adotam os conceitos de Economia Criativa como essenciais para o desenvolvimento de negócios e aprovação de projetos culturais. Outra referência na área foi publicada por Oxford em 2005, com o livro "Creative Industries", de John Hartley, reunindo diversos aspectos pertinentes da área.

1 IBGE e Ministério do Trabalho, respectivamente.

Há muitas definições para o conceito de Indústria Criativa. Podemos considerar que todos empreendimentos que tenham como atividade fim produzir bens intelectuais estão dentro desse escopo, sejam produtos materiais ou imateriais.

Atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais). (DCMS, 2005, p. 5)

IC e o jornalismo

As empresas jornalísticas têm tudo para se enquadrarem no melhor que há das Indústrias Criativas e, com isso, aproveitarem a crise para mudar seus paradigmas. Para isso, tais indústrias contam com estratégias de empreendedorismo e inovação. Hoje em dia, a digitalização dos processos jornalísticos gera interatividade e colaboração, fazendo a prática jornalística ainda mais coerente com o conceito de IC:

A ideia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TIs) e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores-cidadãos interativos. (HARTLEY, 2005, p. 5)

Há definições de IC que aproximam ainda mais o jornalismo do conceito, já que destacam a produção e distribuição de conteúdo como requisito.

As atividades das indústrias criativas podem ser localizadas em um continuum que vai desde aquelas atividades totalmente dependentes do ato de levar o conteúdo à audiência (a maior parte das apresentações ao vivo e exibições, incluindo festivais) que tendem a ser trabalho-intensivas e, em geral, subsidiadas, até aquelas atividades informacionais orientadas mais comercialmente, baseadas na reprodução de conteúdo original e sua transmissão a audiências (em geral distantes) (publicação, música gravada, filme, broadcasting, nova mídia). (CORNFORD; CHARLE, 2001, p. 17)

O fenômeno do *infotainment*, que identifica a mistura de competências da indústria cultural com a informativa, também desemboca no que se entende como IC hoje:

As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento [...] operando em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural [...] o setor das indústrias criativas apresenta uma grande variedade de atividades que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade. (JEFF-CUTT, 2000, p. 123-124)

A definição de Indústria Criativa também se refere a gerar empresas consonantes com as demandas de mercado, que se adaptem às mudanças tecnológicas e se desenvolvam seu empreendedorismo com inovação criativa. Por isso, entende-se necessário mencionar os dois conceitos anteriores.

Já sobre o conceito de inovação – contido na filosofia e ação das Indústrias Criativas-, Drucker (1986, p. 189-191) considera como análise de oportunidades; deve ser tanto conceitual quanto perceptual; precisa ser simples e concentrada;

majoritariamente, começam pequenas, em pontos específicos; e, principalmente, uma inovação deve visar a liderança, para se estabelecer no mercado. Tais características dialogam com os empreendimentos nativos digitais em jornalismo dos rankings de inovação, corpus desta pesquisa.

Christensen (2001) desenvolve o conceito de inovações sustentadoras e disruptivas. Enquanto as primeiras produzem serviços e produtos de clientes e mercados já existentes, visando a melhora dos produtos e as demandas do mercado, as disruptivas propõem soluções a crises para além da melhora processual, gerando com isso novos negócios. Por isso, as inovações disruptivas geralmente iniciam pequenas, pois rompem com modelos de negócio e experimentam novos como startups, projetos piloto e negócios na web, mais baratos de conceber. E as iniciativas nativas digitais em jornalismo servem adequadamente ao conceito de inovação.

Finalmente, Carvajal (2014) propõe metodologia para estudar inovação em empresas de jornalismo, homogeneizando critérios de análises em torno a quatro grandes áreas - e diversas subdivisões internas em tais eixos: *o produto ou o serviço; os processos de produção ou distribuição; a natureza da organização da empresa; e as ações de comercialização e de marketing*. No mesmo trabalho (2014), notam-se cinco áreas chave em qualquer processo de inovação jornalística no âmbito digital: *estrutura, modelo jornalístico, relação com a audiência, canal e conteúdos*. A metodologia de Carvajal se estrutura a partir de cinco perguntas obrigatórias, cada uma relacionada com uma área de inovação. Além das categorias definidas, são admitidas respostas múltiplas e abertas. Também é possível marcar várias respostas de uma mesma categoria, e um texto livre para justificar a informação:

1. **Sobre a estrutura:** a empresa está inovando em sua fundação? Em seu capital? Na sua propriedade?

Na sua fonte de recursos financeiros? Na filosofia?

2. **Sobre o modelo jornalístico:** há inovação na relação com o público? Na prestação do serviço? No produto? Na organização do escritório? No emissor de mensagens de jornalismo? Na dinâmica e circulação de notícias?

3. **Sobre o canal:** a inovação na origem digital? Em dispositivos móveis? Em TVs inteligentes? Nos sites e blogs? Nas redes sociais?

4. **Quanto ao relacionamento com o público:** é o caso inovador através da interação produtiva? Incluindo o conteúdo publicado em redes sociais? No diálogo entre jornalistas e usuários? Em transparência produtiva? Na influência direta do público no cronograma do veículo?

5. **Sobre o conteúdo:** a inovação está nas questões apresentadas? Nos gêneros? Na linguagem? No design da arquitetura da informação? Em multimídia? Em hipertexto? Nas novas narrativas? Nas fontes utilizadas? (CARVAJAL, 2014)

Corpus da pesquisa

A Agência Pública² é uma das mais prestigiadas ONGs de jornalismo no Brasil. Sua representatividade lhe permitiu desenvolver a lista “Mapa do jornalismo independente”, onde as demais iniciativas jornalísticas de terceiro sector se auto classificaram, utilizando critérios que visam a independência editorial, financeira e política dos sites. Porém, por serem empreendimentos jornalísticos, em plataformas digitais, baseados em parceria e em coletivos, também se lhes pode notar a aderência às definições de Indústrias Criativas. Entre eles, a produção predominantemente intelectual; a adaptação ao novo ambiente industrial, cibernético; a atividades coletivas, com participação dos leitores como colaboradores no conteúdo; independentes

2 A escolha do “Mapa da Pública” se deu em um trabalho de campo realizado na sede da Agência Pública, com a entrevista com a jornalista Marina Dias, uma das responsáveis do projeto “Ocupe a Pública” de 2015, sobre o modelo de crowdfunding.

de grandes organizações estatais ou empresariais, gerando novos tipos de negócio. Como a própria Agência Pública explica:

Para criar este 'mapa' interativo do jornalismo independente brasileiro, selecionamos iniciativas a partir dos seguintes critérios: 1 - Organizações que produzem primordialmente conteúdo jornalístico; 2 - Organizações que nasceram na rede; 3 - Projetos coletivos, que não se resumem a blogs; 4 - Sites não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas. Após um levantamento inicial, chegamos a pouco mais de 100 nomes. A partir daí, enviamos um questionário com o intuito de confirmar o alinhamento a esses critérios. O questionário continha as seguintes perguntas: A sua organização, entidade ou coletivo produz primordialmente conteúdo jornalístico? Possui caráter comercial? Qual é a missão da sua organização? Há quanto tempo a organização existe? Como a sua organização se mantém? Qual é a figura jurídica? Qual(is) a(s) cidade(s) de nascimento da iniciativa e de cobertura atual? Qual é a principal plataforma? Foram alguns meses de conversas, procura incansável e pedidos de informações. Algumas iniciativas foram retiradas por não se encaixarem nos critérios definidos pela pesquisa. (APÚBLICA, 2016, online)

A classificação, em atualização de 2015 a 2016, continha 73 iniciativas até o momento deste artigo e na tabela a seguir, ilustrando a diversidade intelectual e criativa dos temas e formatos dos empreendimentos jornalísticos:

Tabela 1: Classificação temática dos sites no Mapa da Pública

Temas/ Editorias	Projetos	Quantidade de iniciativas (73)
Comunicação	Farol Jornalismo, Aos Fatos, Brio, Agência Anota, Outras Palavras, Fluxo, Democratize, Acurácia, Poleiro, Mídia Ninja, Desneuralizador, Coletivo Catarse, Énois	13
Cultura	Desacato, Scream and Yell, Noo, A Escotilha, Move that Jukebox, Nonada	6
Debates	Oppina, Viomundo	2
Direitos Humanos	Jornalistas Livres, Ponte, Candeia	3
Educação/ capacitação	Porvir	1
Esportes	Puntero Izquierdo	1
Games	Overloadr	1
Gênero	AsMina, Capitolina, LadoM, Cientista que Virou Mãe, Papo de homem, Think Olga, Nós mulheres da periferia	7
Geral	Berro, Marco Zero Conteúdo, LivreJor, Nexo, Risca Faca	5
Inovação/ Criatividade	Projeto Andarilha	1
Internacional	Calle2, Opera Mundi,	2

Temas/ Editorias	Projetos	Quantidade de iniciativas (73)	Temas/ Editorias	Projetos	Quantidade de iniciativas (73)
Investigativo	Volt, Lupa	2	Periferia	Periferia em Movimento, Vaidapé, Agência Mural, Papo Reto	4
Jurídico	Jota	1			
Local/Cidade	Vozerio, Cidades para pessoas, Trombone, Repórter de Rua, Maruim, Outra Cidade	6	Política/ Economia	Barão de Itararé, Draft, Justificando, Congresso em Foco	4
Meio ambiente	Envolverde, Colabora, Conexão Planeta, Infoamazônia, Amazônia real, O Eco, Ecodesenvolvimento	7	Raça/etnia	Alma Preta	1
			Trabalhadores	Repórter Brasil	1
Movimentos Populares	Nigeria, Passapalavra, Terra sem Males, Jornalismo B, Rio na Rua	5	<p>A seguir, fez-se um cruzamento entre as editorias dos projetos; sua quantidade; a inovação em modelos de financiamento; e considerações sobre inovação - ou a falta de - no conceito/missão/linha editorial, no processo/produção ou na forma de capitalização.</p>		

Tabela 2: relações entre financiamentos, temas/editorias, inovação em produto ou processo.

	Menções de financiamento	Quantidade de sites	Destaque de modelo de financiamento	Destaque de inovação no conceito	Destaque de inovação no processo	Destaque de inovação no financiamento
Checagem de dados	6	2		(3) Aos Fatos	Aos Fatos / (4) Lupa	Combinações de métodos
Coletivos	2	1				
Comunicação	2	1				
Cultura	6	6	Auto financiamento 66%			Perda de potencial
Debates	1	1				
Democracia	2	1				

	Menções de financiamento	Quantidade de sites	Destaque de modelo de financiamento	Destaque de inovação no conceito	Destaque de inovação no processo	Destaque de inovação no financiamento
Direitos Humanos	20	3	Crowd funding: 25%	(3) Periferia em Movimento	Periferia em Movimento	
Educação	1	1				
Esportes	1	1				
Feministas	10	3	Crowd funding: 40%	(1) Capitolina / (4) As Mina	Capitolina / As Mina	Financiamento bom a coletivos
Games	4	1		(4) Overloadr		Diversificação de produtos
Geral	14	6				Financiamentos diversos
Grande reportagem	1	1				
Inovação	3	1		(3) Draft	Draft	Alia inovações nos três tópicos
Internacional	1	1				
Investigativo	3	1		(2) Volt		vende conteúdo
Local/ Cidade	9	2				
Masculino	3	1				
Meio ambiente	13	7	Doação de 38,4%	(4) Colabora	Colabora	Diversificação de modelos de financiamento
Movimentos Populares	3	1				
Periferia	3	3				
Política/ Economia	14	3	Eventos / debates 28%	(5) Barão de Itararé	Barão de Itararé	Financiamento se adapta ao conteúdo
Raça	1	1				
Trabalhadores	2	1				

A partir da tabela acima, chegou-se a iniciativas nas quais se atribui características das Indústrias Criativas, especificamente inovadoras:

- **ACURACIA** (<http://www.acuracia.com.br/>): Abrange os eventos locais de Porto Alegre, ao sul do Brasil, utilizando o discurso fotográfico para narrar “de forma verificada e criativa”. O objetivo é o trabalho de pensar e atuar de forma fotográfica em jornalismo, com a divulgação de informações precisas e confiáveis. Entre as notas publicadas, uma capa fotográfica sobre movimentos sociais contra o governo do presidente Michel Temer, quando cerca de 50 mil pessoas participaram da marcha.
- **AGENCIA ANOTA** (<https://www.facebook.com/AgenciaAnota/>): Localizado no Facebook, compromete-se a contar histórias “como são”, de forma “contra-hegemônica”, usando a colaboração dos leitores. Atua no sul-leste do país (Rio de Janeiro e vizinhança e Minas Gerais, no Centro-Oeste, na capital Brasília e no norte do país, em Belém). Entre as notas atuais, a resistência de uma ocupação popular nos arredores de São Paulo, que foi queimado no início de setembro.
- **AOS FATOS** (<http://aosfatos.org/>): O site Aos Fatos segue declarações de políticos e autoridades brasileiras e verifica a veracidade de suas declarações. Eles têm uma fórmula com sete etapas, entre a busca das fontes originais, alternativas, contextualização e classificação de importância. Eles trabalham com carimbos: VERDADE, IMPRECEDENTE, EXAGERADO, FALSO e IMPRECISO. Dois a três jornalistas fazem parte de cada grupo de trabalho, para ter um veredicto sobre a informação. Além disso, tornam a informação pública e acessível. Entre as notas atuais, uma cobertura especial sobre os debates televisivos para o prefeito de São Paulo, verificando se os candidatos dizem dados verdadeiros ou não.
- **BRIO** (<https://medium.com/brio-stories/>): “Histórias reais e jornalismo encorajador que gosta de ter temas”. Isso é chamado de site Brio, que atualiza sua página uma vez por mês, com um excelente relatório de longo prazo. Hoje, tem 11 grandes coberturas e procura maneiras de financiamento. Entre as notas atuais, a história “Os Pastores nos Campos de Pedra” é sobre o semi-árido campo brasileiro, o sertão, que sofre a pior seca na história.
- **COLECTIVO CATARSE** (<http://coletivocatarse.com.br/>): Catarse busca alternativas que fortaleçam o jornalismo e a cultura independentes e que enriqueçam o debate sobre questões de interesse público. Trabalha com textos autorais, sobre movimentos e organizações que entendem a cultura como um direito humano e a comunicação como uma ação transformadora.
- **DEMOCRATIZE** (<https://www.facebook.com/democratizemidia/>): rede de comunicação, que visa intensificar o debate sobre a democratização da mídia, elevando hoje a bandeira de uma terceira forma de jornalismo, com honestidade e transparência de informação “, deixando de lado a preocupação com lucros e interesses políticos por trás de todas as notícias”. Entre as notas publicadas, a Democratize entrevistou três candidatos para o município de São Paulo para esclarecer o papel das mulheres na atual política brasileira.
- **É NÓIS** (<https://enoisconteudo.com.br/>): É uma agência-escola para jovens com formação em jornalismo em plataforma digital aberta, www.escoladejornalismo.org. A juventude investiga temas de interes-

se e publica relatórios em vários veículos, além de gerar produtos de comunicação, campanhas, metodologias, estratégias de distribuição de conteúdo e mobilização de jovens. Como exemplo das notícias, há um tempo de eleições municipais no Brasil, onde há acesso difícil à informação por jovens que têm direito de voto, embora sejam detidos em centros de reabilitação social.

- **FAROL JORNALISMO** (<http://faroljornalismo.cc/blog/>): Dos meios que lidam com a comunicação (13), Farol procura novas formas de tornar-se jornalismo, como quebrar as bolhas do poder e repensar o jornalismo local (Newsletter 97), Diversidade no jornalismo (Newsletter 94) ou no empreendedorismo e independência jornalística (Newsletter 95).
- **FLUXO** (<http://www.fluxo.net/>): Propõe novas possibilidades e combinações para o jornalismo, entre linguagem, conteúdo e relação com o público. Além do conteúdo em diferentes mídias, o Fluxo organiza ações abertas ao público. A entidade quer tecer redes de mídia independentes. Enfatiza sua linha editorial com os preceitos: a agenda é outra; O jornalismo é política; Causas e ações de interesse para nós; O fluxo é um processo, não uma forma final; Não acredite no que a mídia diz, o jornalismo nunca esteve tão vivo.

Inovação no financiamento

Especificamente sobre inovação nos métodos de financiamento, considerou-se que o maior fator se dava entre a combinação entre meios tradicionais e digitais de capitalização. Os sites que se destacaram nestes quesitos foram os seguintes:

- **AS MINA** (BR, 4 financiamentos): crowdfunding, doação, oficinas, eventos;
- **COLABORA** (RJ, 4): crowdfunding, doação,

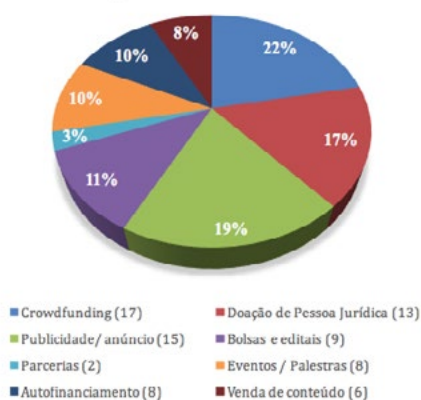
anúncios, eventos;

- **BARÃO DE ITARARÉ** (SP, 3): doação, anúncios, cursos, livros;
- **DRAFT** (SP, 3): branded content, consultoria e venda de conteúdo;
- **PERIFERIA EM MOVIMENTO** (SP, 3): crowdfunding, editais, prestação de serviços;
- **OVERLOADR** (SP, 4): anúncios, crowdfunding, eventos, venda de camisetas;
- **AOS FATOS** (DF, 3): crowdfunding, doação, parcerias;
- **CONGRESSO EM FOCO** (DF, 5): anúncios, parceria, assinatura, palestras, prêmio;
- **FLUXO** (SP, 3): crowdfunding, doação, eventos;
- **NINJA** (SP, 4): crowdfunding, financiamento de fundações, prêmios, projetos
- **JOTA** (DF, 4): anúncio, assinatura, newsletters, investimento privado;
- **REPÓRTER BRASIL** (SP, 5): anúncio, crowdfunding, doação, bolsas e prêmios;
- **CATARSE** (RS, 4): anúncio, doação, prestação de serviços, editais.

Dos 73 sites analisados, 20 contavam com um único método de financiamento, 29 sites utilizavam dois ou mais métodos e 24 deles ainda não se mantinham. Além disso, foram encontradas 12 menções a projetos nacionais e 5 internacionais; no gráfico 1, apresentado a seguir, nota-se que anúncios publicitários (20 menções, 25 % das iniciativas são o método de financiamento mais utilizado, doações de Pessoa Jurídica, com 28% das menções em 22 projetos. A seguir, o *crowdfunding*, mencionado em 19 dos casos, 24%. Acredita-se que este último seria o método que mais se adapta à plataforma web, mas que não arca com empreendimentos como um todo, mas apenas a algumas ações. Curiosamente, doações de empresas e anúncios tem altos índices,

mostrando que os projetos apesar de inovadores disruptivos, nem sempre projetam inovação ao seu modo de capitalização.

Gráfico 1: Tipo de financiamento



Há apenas 3% de projetos que utilizam parcerias como modo de financiamento, provavelmente porque esse tipo de atividade envolve permutas ao invés de capital; finalmente, capital provindo dos proprietários dos projetos, eventos e bolsas e editais tem 10%, 10% e 11%, respectivamente. Esses métodos se mostraram os mais adequados às propostas inovadoras de conceito ou de processo, dado que eram escolhidos ou combinados segundo o conteúdo ou a editoria do portal. O site OVERLOADR, sobre games, por exemplo, tem eventos e venda de camisetas como formas de capitalização, além da doação direta; o site BARÃO DE ITARARÉ, sobre política, também utiliza eventos e debates como capitalização, formato adequado para um portal de política; já os coletivos, como os portais CAPITOLINA E AS MINA, escolheu o *crowdfunding* como forma de financiamento, adequado pois trabalha com coletivos feministas, afeitos à colaboração individual.

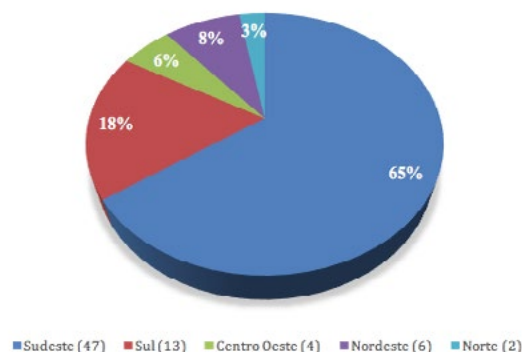
Já no gráfico 2, sobre menções a financiamento por regionalidade, buscou-se compreender a distribuição de modos de financiamento em projetos de diferentes regiões. A coleta foi intitulada *menção a financiamento* pois há mais financia-

mentos (87) que projetos (72). A porcentagem a seguir se refere a este último número, dos financiamentos da região de origem do projeto. Assim, há uma média de 1.2 modos de financiamento por projeto, sem contar menções a projetos nacionais (12 projetos dizem que cobrem todo o país) e internacionais (5 projetos), pois atrelam sua forma de financiamento a regiões do país, ou seja, classificam-se como atuantes em nacional e/ou internacionalmente, *mais* alguma região do país, de onde realmente tem sua sede e obtêm seu capital.

Portanto, dos 100% de financiamentos (89), 65% está no Sudeste (57 menções de 48 projetos); em segundo lugar, a região Sul tem 18% dos financiamentos (16 menções de 11 projetos); a região Nordeste, 8% (7 menções em 4 projetos); a região Centro-Oeste tem 6% de financiamentos (5 menções em 2 projetos); e a região Norte, 2% (2 menções em 2 projetos).

Como era de se esperar, a região Sudeste concentra a maioria dos projetos e das técnicas de financiamento; a região Sul tem certa autonomia da primazia do Sudeste, com certa diversidade e variedade de projetos e financiamentos; já as regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte mencionam praticamente um tipo de financiamento por projeto, quando não estão atrelados a outras regiões, na maioria das vezes, o Sudeste.

Gráfico 2: Menções a financiamento por regionalidade



Destas iniciativas, notou-se a concentração das iniciativas e dos financiamentos no SE; nem todos projetos com formas inovadoras e combinadas de financiamento carregam índice de inovação em seu conceito ou em seus processos produtivos.

Os sites de política são os que adaptam melhor sua editoria ao método de financiamento, criando palestras e debates pagos.

Líder de anúncios nos jornais impressos, a editoria de cultura tem 6 projetos e 2/3 se mantém com recursos próprios; tampouco oferecem inovação em conceitos ou processos;

Dos projetos que não se mantém, apenas CAPITOLINA (crowdfunding), MARCO ZERO (doações) e CALLE 2 (anúncios) contém índice de inovação, critério escolhido para recorte;

Os meios nativos digitais têm poucas iniciativas de assinatura de conteúdo: CONGRESSO EM FOCO (com 4 modos de financiamento); NEXO (assinatura é a única forma); e JOTA (2 modos de financiamento);

Conclusões

A diversidade temática e quantitativa do “Mapa de Pública” indica a atualização das empresas informativas digitais brasileiras para o que se considera Indústrias Criativas. Apresentados os temas dos projetos do “Mapa de Jornalismo Independente” da Agência Pública, 73 projetos foram catalogados, dos quais podemos considerar:

Há uma série de questões (24 para o total) mais diversas do que as encontradas na imprensa tradicional, nem nas diretrizes e prioridades políticas brasileiras. O gênero, por exemplo, é mal representado nas duas esferas; Em segundo lugar, quando os temas tradicionais do debate público são o norte da mídia digital independente, eles são abordados de forma mais social e popular do que na grande imprensa ou de forma mais profunda do que a abordagem política brasileira; Finalmente, a distribuição

quantitativa de sites de informação independentes entre os temas também revela interesses sociais diferentes do espaço que os principais meios de comunicação e debate político oferecem, como gênero (7), movimentos populares (5), ambiente (6) e a periferia (4).

Como já fora mencionado, o mapeamento realizado pela Agência Pública identifica os produtores de conteúdos de acordo com quatro critérios ou pré-requisitos: predominância dos conteúdos jornalísticos na iniciativa; projetos nascidos na Internet; projetos que sejam coletivos, ou seja, sem conteúdo da blogosfera; e a ausência de vínculos com grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas. Isso dialoga com os preceitos das Indústrias Criativas, pois aponta para um novo formato de empreendimento de comunicação, menos centralizado, vertical e industrial, características encontradas nos grandes meios de comunicação brasileiros. Diante dos principais problemas sociais brasileiros, as Indústrias Criativas contidas no “Mapa da Pública” demonstram como o futuro dos empreendimentos jornalísticos perpassa por uma renovação estimulada pelos conceitos das ICs.

Referências

- CARVAJAL, Miguel et al. **Aproximación metodológica al estudio de la innovación en periodismo**. Observatorio (OBS*), v. 9, n. 3, p. 15-31, 2015.
- CHRISTENSEN, Clayton M (2001). **O dilema da inovação**: quando novas tecnologias levam empresas ao fracasso. São Paulo: Makron, 2001.
- CORNFORD, J; CHARLES, D (2001). **Culture Cluster Mapping and Analysis**: A D Report for One North East. Centre for Urban and Regional Development Studies, University of Newcastle, UK, 2001. Disponível em <http://bit.ly/2x44rU2> . Acessado em 04/09/2017.
- DCMS, U. (2001). **Creative industry mapping do-**

document 2001. London, UK: Department for Culture, Media and Sport. Disponível em <http://bit.ly/2yeM-9PZ>. Acessado em 20.07.2017.

DRUCKER, Peter F (1986). **Inovação e Espírito Empreendedor**. Cenage Learning, 1986.

HARTLEY, John. **Creative industries**. Blackwell Publishing, 2005.

HOWKINS, John (2002). **The creative economy: How people make money from ideas**. Penguin UK.

PUBLICA, Agência (2017). **Mapa do Jornalismo Independente**. Disponível em <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acessado em 10/08/2017.

SEBRAE. **A atuação do Sebrae na Economia Criativa**. 2012. Disponível em www.sebrae.com.br. Acessado em 01/02/2016.

SCHUMPETER, Joseph Alois (1961). **Teoria do desenvolvimento econômico**. Fundo de Cultura.

Edson Capoano – Professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Doutor em Integração da América Latina pela Universidade de São Paulo (USP). Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Bacharel em Jornalismo pela PUC-SP.
E-mail: edson.capoano@gmail.com

Recebido: 23 nov. 2018

Aprovado: 3 dez. 2018

Sujeitos desamparados ou à margem: análise da identidade do “outro” na editoria Mundo da Folha de S. Paulo

Helpless or marginalized subjects: analysis of other’s identity in Folha de S. Paulo World section

Camila Freitas

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).
Porto Alegre, RS, Brasil.

Resumo:

Neste artigo vamos analisar como a identidade do “outro” percebido como um sujeito desamparado ou à margem é construída na narrativa jornalística da editoria Mundo da *Folha de S. Paulo*. Para isso, investigaremos oito textos veiculados pelo jornal, em 2015, levando em consideração a relação entre sujeitos-narradores e sujeitos-personagens. Utilizamos como procedimento a análise de narrativa, que nos auxiliou a identificar o uso das categorias particular, universal e singular nas matérias, assim como nos possibilitou tecer considerações sobre o fenômeno da alteridade e o modo de existência (outridade) dos sujeitos-personagens narrados.

Abstract:

This paper analyzes how the identity of the “other” perceived as a destitute or marginalized subject is constructed in *Folha de S. Paulo*'s World section. We worked with eight texts published by the newspaper in 2015, taking into account the relationship between narrators and characters. The methodology employed was Narrative Analysis, which helped us to identify the uses of particular, universal and singular categories, as well as allowed us to make considerations about the phenomenon of alterity and about the characters' modes of existence.

Palavras-chave

outro; identidade, *Folha de S. Paulo*; jornalismo internacional; alteridade.

Keywords

other; identity, *Folha de S. Paulo*; international journalism; alterity.

Introdução

A condição humana é o que universaliza as pessoas, identificando-as como “iguais” em um mundo integralmente plural. Ao voltar-se para si mesma, uma pessoa pode encontrar a sua encruzilhada: descobre-se singular, por ser única e por possuir características que lhe são próprias, mas, ao mesmo tempo, percebe que há algo de particular em si, por fazer parte de determinada cultura, religião ou etnia distinta da de outras. É, então, na busca do reconhecimento de si pelos outros que cada pessoa reivindica a existência de sua identidade. E por depender de uma ação subjetiva, esse reconhecimento coloca o “eu” e o “outro” em relação, que pode ser entendida como condição primeira à alteridade. Para tratar de alteridade e, conseqüentemente, de outridade nos amparamos na perspectiva fenomenológica¹ (Husserl, 1982; Lévinas, 1971, 1982, 1987; Merleau-Ponty, 2011), a qual articula o ser e o mundo “pela descrição da experiência física e consciente do sujeito em relação aos fenômenos que se manifestam no meio em que ele vive” (Freitas; Benetti, 2017, p.12). Diante disso, reiteramos que o mundo da vida é o lugar das experiências e da coexistência entre sujeitos, seres, entes e coisas.

A noção de coexistência ultrapassa a individualidade própria do ser, expondo-o como sujeito relacional, e o transforma em um ser no mundo com o outro. Assim, pela percepção de um sujeito por outro, cada subjetividade se manifesta como um fenômeno aberto ao conhecimento (FREITAS; BENETTI, 2017, p.14).

1 Achamos necessário trabalhar com a fenomenologia por acreditar que ela nos permite tartar do tema abordado nesse artigo com mais profundidade, contribuindo, ainda, para uma reflexão sobre os seres em situação no mundo vivido, de forma que a percepção desse mundo e do que há nele é conformada por experiências solitárias e coletivas, considerando a possibilidade de interpretar e descrever os fenômenos que são percebidos pelos sujeitos coexistentes, a fim de esclarecer e firmar verdades particulares sobre o mundo em que vivemos.

Quando a intersubjetividade se revela, põe em evidência a dialética do “eu” e do “outro”. Para que esse encontro não seja reducionista, ambos devem ser preservados em sua facticidade, sendo necessário que haja, “além da perspectiva do Para Si – minha visão sobre mim e a visão do outro sobre ele mesmo –, uma perspectiva do Para Outro – minha visão sobre o Outro e a visão do Outro sobre mim” (Merleau-Ponty, 2011, p. 8). Sabemos que é enquanto corpo que o “outro” se desvela para o “eu” e vice-versa, pois não há a possibilidade de acessar diretamente a consciência do “outro” e, dessa forma, o para si (ou o si-mesmo) passa a ser uma incógnita para aquele que o observa do exterior. É nesse sentido que o “outro” deve ser preservado como uma verdade tanto para si próprio quanto para aquele diante do qual se manifesta.

Assim, é pela percepção – de si mesmo e do outro – que se chega a compreensão da alteridade na perspectiva fenomenológica, considerando a inscrição temporal, que demarca o momento da coexistência entre sujeitos e as coisas mundanas. Justificamos, então, que no mundo vivido, a alteridade será sempre um pressuposto e, portanto, um fenômeno percebido. E é justamente o fenômeno do “outro” manifestado e apreendido pelo “eu” que conforma, na maioria das vezes, a percepção que se pode ter sobre o primeiro. A partir da alteridade, que entendemos ser uma premissa da diversidade do mundo, os sujeitos encarnados (pessoas) buscam perceber uns aos outros, a fim de apreender a singularidade de cada um que não o “eu”, mesmo que o conhecimento absoluto intersubjetivo seja um feito inalcançável, pois sempre haverá algo que nos escapa nesse encontro perceptivo. Assim, se a alteridade é compreendida aqui como o fenômeno que envolve o “eu” e o “outro” numa relação de interdependência no mundo, o que explica o modo de existência desse “outro”

para o “eu”, nesse mesmo meio, é a outridade² – aspecto que preserva as qualidades particulares de um sujeito e sua forma genuína de existência, ou seja, seu modo singular de ser, agir e sentir.

O movimento perceptivo que tem a alteridade como pressuposto se sustenta tanto pela convivência quanto pelas transformações culturais, históricas, temporais e contextuais. Assim, o diálogo e a comunicação também se apresentam como uma possibilidade ao reconhecimento intersubjetivo, numa tentativa de que os sujeitos se tornem visíveis uns para os outros, o que se reflete tanto na busca destes por um espaço na sociedade, quanto na possibilidade de terem seus direitos e modos de existência legitimados.

Se no mundo da vida a pluralidade é premissa da condição humana, acreditamos que no mundo do texto essa situação se complexifique. No caso do jornalismo, atividade que articula o mundo da vida com o mundo do texto, a relação está baseada, normalmente, na percepção e na experiência do “eu-jornalista/jornal” frente aos “outros-fontes-sujeitos” – dinâmica que tem por finalidade explicar narrativamente, pela descrição e mimetização, o modo de existência dos sujeitos percebidos.

Esse esclarecimento é o nosso ponto de partida para refletir sobre o que acreditamos ser uma das encruzilhadas do jornalismo: produzir conhecimento sobre a diversidade humana (Karam, 1997), dando atenção às distintas realidades, assim como aos múltiplos sujeitos que a elas pertencem.

Neste artigo, vamos analisar como a identidade do “outro” é construída na narrativa da editoria Mundo da *Folha de S. Paulo*. Escolhemos esse

2 Numa amplitude da perspectiva da qual estamos tratando, entendemos que o conceito de outridade: a) explicita o modo de existência genuíno e singular do “outro” para o “eu” no mundo; b) possui tanto os aspectos da semelhança quanto os da diferença; c) promove uma tensão que não resulta em equilíbrio, mas no balanço entre o que é diferente e o que é semelhante, a cada vez que o “eu” e o “outro” se percebem e d) pode ser plena ou relativa (FREITAS, 2017).

objeto por dois motivos. Primeiro, pela *Folha* ser conhecida como um jornal de referência, com ampla circulação no Brasil e visibilidade no exterior. Segundo, por acreditarmos que a editoria Mundo, ao narrar os principais acontecimentos internacionais, também estaria interessada em promover o conhecimento de culturas, sujeitos e identidades que se localizam geograficamente fora do território nacional, podendo apresentar “outros” próximos, semelhantes, diferentes ou distantes para os brasileiros.

Selecionamos, portanto, 8 textos informativos³, publicados pela *Folha* em 2015, que nos permitiram identificar, pela descrição do contexto e das características dos personagens, como a editoria Mundo constrói pela narrativa a identidade do “outro” percebido na condição de sujeito desamparado ou à margem.

Tendo em conta a relação entre sujeitos-narradores e sujeitos-personagens, utilizamos como procedimento a análise de narrativa (Motta, 2008; 2013), que pela técnica hermenêutica nos permite conhecer e revelar a dinâmica de construção dos relatos e fatos jornalísticos, enfatizando não só o que é estrutural à interioridade do texto (personagem, narrador, discurso, marcadores temporais e espaciais, por exemplo), mas o que lhe é exterior (contexto situacional, histórico, cultural e ideológico). A

3 Esse recorte é parte do corpus de uma pesquisa mais ampla, que analisou de forma qualitativa 32 textos informativos da editoria Mundo da *Folha*, que foram publicados na versão impressa do jornal, no período de 1º de janeiro a 28 de abril de 2015. No estudo, seis tipologias de sujeitos construídos pela *Folha* foram identificadas, as quais organizaram o “outro” narrado em a) transgressor e inconformado com sua condição particular; b) desamparado ou à margem; c) ameaçador, violento ou radical; d) fenômeno da natureza, e) sobrevivente e f) ligado ao passado histórico. Optamos por tratar neste artigo somente da tipologia do “sujeito desamparado ou à margem”, por entender que, entre as demais, esta foi a que deu conta de evidenciar, com mais expressividade, as disparidades étnicas, culturais, religiosas socioeconômicas e de gênero dos sujeitos-personagens narrados e construídos na narrativa da *Folha*. Dessa forma, o corpus selecionado (no caso, os oito textos da referida tipologia) contribui, também, para percebermos como o jornalismo estrutura em seus produtos noticiosos as categorias particular, singular e universal.

análise revela aspectos interessantes sobre cada sujeito-personagem e ainda nos possibilita traçar considerações sobre alteridade e modo de existência (outridade), quando trabalhados pela seção Mundo da *Folha*.

Breve reflexão sobre jornalismo

Os textos jornalísticos, a partir da condição representativa da realidade, mobilizam uma série de significados cultural e socialmente inscritos, que revelam o que já é conhecido, mas também promovem uma perspectiva diferente sobre aquilo que narram, oferecendo um mundo novo, ou seja, uma realidade essencialmente construída por essa atividade. É claro que os constrangimentos organizacionais, a estrutura do *lead*, a ideologia da instituição e a subjetividade do repórter vão se aglutinar no resultado dessa criação e nos efeitos que ela produz na sociedade (Tuchman, 1978; Meditsch, 2004; Traquina, 2012). Portanto, os produtos jornalísticos, por circularem no meio em que as pessoas compartilham suas vivências, assumem um papel relevante na produção do conhecimento que se pode ter sobre o mundo.

O aspecto principal do jornalismo como gênero capaz de gerar conhecimento, “é a apropriação do real pela via da *singularidade*, ou seja, pela reconstituição da integridade de sua dimensão fenomênica” (Genro Filho, 1987, p. 58, grifo do autor). Isso quer dizer que o jornalismo tem a imediaticidade como lugar de chegada e não como um lugar de onde se deve partir. A imediaticidade é:

o resultado de todo um processo técnico e racional que envolve uma reprodução simbólica. Os fenômenos são reconstruídos através das diversas linguagens possíveis ao jornalismo em cada veículo. Consequentemente, não podemos falar de uma correspondência de funções entre o jornalismo e a percepção individual, mas sim de uma “simulação” dessa correspondência. É a partir dessa simulação

que surge propriamente um gênero de conhecimento (GENRO FILHO, 1987, p. 58).

A simulação da qual trata o autor (ou mimetização, como preferimos chamá-la) é o que determina que o imediato será sempre mediado no jornalismo e, por consequência, os fatos – no caso, jornalísticos – não serão totalmente objetivos. Nessa lógica, o conhecimento produzido pelo jornalismo oferece uma “reprodução dos acontecimentos a partir da reconstituição fenomênica e singular, como algo que estivesse sendo imediatamente vivido” (Genro Filho, 1987, p. 128). Isso é o que torna único o fato jornalístico e o que centraliza o conhecimento dessa atividade nas categorias do singular, do particular e do universal⁴.

O singular abarca os aspectos próprios do fenômeno percebido, podendo diferenciá-lo dos demais e lhe garantir unicidade. É a matéria-prima das informações noticiadas. A urgência na captação do singular é um tanto quanto crítica, porque a singularidade é, até certo ponto, “a realidade transbordando do conceito, a realidade se recriando e se diferenciando de si mesma” (Genro Filho, 1987, p. 212), pois a realidade resultante desse processo é a jornalística. Por exemplo, se considerarmos a estrutura do *lead*, que organiza a notícia a partir da singularidade, entenderemos também que o singular depende da forma que o jornalismo assume para narrar a vida cotidiana ou os fenômenos que constituem um fato. A organização parte do mais relevante ao geral, situando o que se está narrando em um contexto particular – que não é único, mas ajuda a delinear algumas características do fato. Aqui, o universal estaria no “horizonte da notícia, como forma de enquadramento e de direcionamento do texto” (Pontes, 2015, p. 24), muitas vezes, legitimando

4 Essas categorias são adaptadas por Genro Filho (1987) a partir dos trabalhos filosóficos de György Lukács e Georg Hegel. Elas também contribuem para diferenciar o conhecimento do jornalismo dos da arte, da história e da ciência.

valores predominantes do contexto e tendendo a generalizações ou reduções.

Assim, as três categorias representam dimensões do mundo percebido e experienciado, e estão articuladas na produção jornalística de modo relacional, em que cada uma é parte integrante da outra. Não podemos ignorar que, como intérprete e mediador do mundo vivido, "o jornalista possui um papel social institucionalizado e legitimado na transmissão do saber cotidiano e age como tradutor do saber dos especialistas para o grande público" (Alsina, 2009, p. 269). É diante dessa atividade de produzir um conhecimento compreensível para a maioria que os jornalistas vão trabalhar com o singular, o particular e o universal, adaptando os acontecimentos tanto aos padrões culturalmente aceitos pela audiência, quanto às interpretações consensuais ou hegemônicas (Alsina, 2009), mas podendo, em uma ação transgressora, romper com ambas.

A partir da reconstrução que o jornalismo faz do mundo é que se pode conhecer versões das realidades e os sujeitos que as integram. Fica claro que a realidade não só é conhecida, produzida, significada e vivenciada por meio da sociabilidade, mas construída pela percepção que cada um tem dela e daqueles que nela coexistem. Assim, a multiplicidade de sujeitos, de culturas e de identidades interfere na configuração de realidades diversas, que pela interpretação adquirem significados. Com essa ação interpretativa, agenciam-se modos de ver a vida – movimento seletivo que faz com que alguns sujeitos se tornem perceptíveis, enquanto outros sejam destinados ao apagamento. O tornar visível tem reflexos tanto no fenômeno da alteridade, quanto na estrutura do conhecimento, o que permite desmistificar a noção de que a realidade é naturalmente o que parece ser, além de assegurar que qualquer escolha é resultado de uma mediação subjetiva – refletindo na forma que se deseja apresentar o "outro" no texto jornalístico.

Jornalismo internacional

Ultrapassando a nomenclatura autoexplicativa, o jornalismo internacional é modalidade que possui características peculiares e pode ser compreendida como uma área ou uma especialização jornalística que, centrada em demarcações territoriais, históricas, identitárias, econômicas, políticas e culturais, busca noticiar os principais assuntos e fatos de uma região do mundo.

Uma das características da editoria internacional é o "dialogismo constante entre proximidade e distanciamento, entre *identificação e alteridade*" (Aguiar, 2008, p. 37, grifo nosso). Essa dinâmica enfatiza a correlação e a "percepção de lugares bem demarcados entre o 'aqui', o nacional, e o 'lá fora', o internacional" (Bomfim, 2011, p. 47). Nesse sentido, é estabelecida frente à alteridade "uma separação muito clara entre o 'nós' e o 'eles', ou entre o 'eu' e o 'outro'" (Bomfim, 2011, p. 48).

Ainda na concepção de Bomfim (2011), o jornalismo internacional, por estar interessado em narrar acontecimentos do exterior, pode acionar tipificações na tentativa de aproximar ou de comparar culturas, identidades e locais. Essa atitude, aliada às visões eurocêntrica e etnocêntrica, promovem representações que podem tender ao reducionismo. O que se apresenta é a reificação do sujeito e de suas particularidades. Frente ao etnocentrismo, alguns discursos sustentados no poder social, mesmo quando de forma implícita, podem instigar xenofobia ou racismo, por exemplo. Na mesma lógica, o eurocentrismo é encarado "como uma doutrina que tem papel de normatizar, por meio da associação de valores e crenças teoricamente 'incontestáveis', o que denominamos como civilização ocidental" (Bomfim, 2015, p. 94). Além disso, as referências pré-construídas socialmente, quando acionadas pelo jornalismo, antecipam o conhecimento sobre a outridade e, geralmente, manifestam a intenção de afastar o "outro" diferente (o não fa-

miliar ou o exótico), legitimando a superioridade nacional (familiar, semelhante e próximo). É diante disso que a distinção entre “nós” e “eles”, bastante demarcada nos textos informativos, pode fomentar o que é imaginado ou representado em relação ao modo de existência de um sujeito, salientando a perspectiva hegemônica das diferentes dinâmicas sociais e políticas do cenário mundial (Bomfim, 2011, 2015).

Entendemos que o jornalismo internacional feito no Brasil, quando publica reportagens e outros textos sobre a realidade que lhe é exterior, atua com a multiplicidade e a diferença. Os produtos que se originam dessa especialização jornalística são tidos como “um espaço no qual se relacionam e se entrelaçam diversos discursos e representações” (Bomfim, 2015, p. 100). Podemos dizer que, nessa dinâmica, a alteridade e o

reconhecimento da outridade são – ou deveriam ser – uma premissa do jornalismo internacional.

Estrutura da análise

A presente análise é guiada pelo pressuposto de que a alteridade é um fenômeno percebido socialmente e de que ela se manifesta por meio de uma relação motivada por experiências intersubjetivas (Merleau-Ponty, 2011; Treanor, 2006; Schütz, 1973) – no caso, aqui, entre “eu-jornalista/jornal” (sujeito-narrador) e “outros-fontes-sujeitos” (sujeito-narrado). Escolhemos 8 textos (Tabela 1) para entender como é realizada a construção da identidade do “outro” como sujeito desamparado ou à margem na editoria Mundo da *Folha*.

Tabela 1: Relação de textos analisados.

Texto (T)	Título	Publicação
01	Área de facção no Iraque vive ‘pré-história’	13/02/2015
02	Ex-escravas relatam rotina de horror no EI	09/02/2015
03	ONU investiga genocídio contra minoria	09/02/2015
04	Gana abriga maior lixão de eletrônicos da África	04/01/2015
05	Fantasia cubana	04/01/2015
06	Consulado no Haiti enfrenta demanda alta e falta de verba	26/04/2015
07	Haitianos buscam trazer suas famílias para o Brasil	26/04/2015
08	Berlim instala refugiados em contêineres	20/03/2015

Fonte: autoria própria.

Nos centramos nos planos da narrativa e do personagem. Procuramos identificar na diegese desses textos três itens: **a) posição do sujeito-narrador** – heterodiegético, homodiegético ou autodiegético⁵; podendo ser a *Folha de S. Paulo*

5 Simplificando: heterodiegético: narrador não faz parte da história como personagem; homodiegético: narrador é testemunha da história narrada (personagem secundário ou observador, mas não protagonista); autodiegético: narrador da própria história e personagem principal (GENETTE, 1995).

(jornal), o repórter (por exemplo, enviado, correspondente ou colaborador) ou a fonte (normalmente, o personagem principal); **b) o tipo de discurso** (direto, indireto ou quando os dois tipos são utilizados) e **c) os sujeitos-personagens** – principais ou contextuais. Buscamos, no âmbito da construção do personagem, descrever como o “outro” é percebido e narrado pelo “eu-jornalista/jornal”. Nos amparamos na identificação: a) **dos designantes**:

termos ou expressões que caracterizam o fazer, o ser e o sentir do “outro”; b) **da relação**: apresentando-o como próximo, familiar, semelhante ou, então, distante, estranho e diferente; c) **da visibilidade**: se é reconhecido em sua particularidade ou se é reduzido à generalização e d) **da intenção**: em que o reconhecimento mobiliza ou depende de ações afetivas – empatia, simpatia e compaixão.

“Outro” como sujeito desamparado ou à margem

Com ênfase no Iraque, no Haiti, em Gana, em Cuba e na Alemanha, uma série de textos deu origem à narrativa dos sujeitos que se encontram marginalizados ou desamparados socialmente. Eles variam entre matérias de enviado especial (T01, T02, T03, T05, T6 e T7) e de colaborador (T04 e T08). No plano da diegese, nos oito textos desse grupo o narrador é o próprio repórter, o nível de narração é heterodiegética e o discurso é direto e indireto. Isso quer dizer que a fonte-personagem é apresentada pelo repórter e sua voz fica evidente pelo uso de citações diretas ao longo da matéria. Pelos trechos-exemplos a seguir, vemos a posição do narrador e os tipos de discursos:

“Mal temos água, luz ou comida; a cidade está na era pré-histórica”, disse à *Folha* um historiador que vive em Mossul e mantém um blog sobre a vida sob o EI [...]. Por medo de represálias dos islamitas, ele não se identifica, e deu entrevista por e-mail ao longo de dois meses, porque precisa circular pela cidade para conseguir sinal de celular. (T01)

Elas são mantidas como escravas sexuais, “esposas” ou servas de integrantes do EI na região de Mossul, no Iraque, e em Raqqa, na Síria, as “capitais” da facção terrorista. (T02)

Para as que escaparam, as perspectivas são sombrias. “Nós nunca mais vamos voltar para

casa, mesmo que derrotem o EI. Não podemos mais confiar nos nossos vizinhos árabes que nos apoiaram”, diz Sanaa. (T02)

“Queimo cabos para extrair o cobre”, diz o rapaz, arrumando sua boina descolorida pela fumaça. Ele é Abdulrahim, 25, e passou os últimos dez anos derretendo cabos em Agbogbloshie, um bairro de Acra, a capital de Gana, que nos últimos anos se converteu no maior lixão de resíduos eletrônicos da África. (T04)

Nelia é leiga em política, mas entende que o pacto pode beneficiá-la. “Quanto mais turistas, melhor”, diz a moça, que trabalha no Malecón, o calçadão à beira-mar em Havana. (T05)

Nesses oito textos, os “tipos” de personagens em construção pela *Folha* são os muçulmanos oprimidos e marginalizados pelo Estado Islâmico (EI), a minoria yazidi curda massacrada pelo EI, os jovens africanos que arriscam a saúde por trabalho no lixão, as prostitutas cubanas em meio a um acordo que pode afetá-las, os imigrantes haitianos em busca de visto humanitário e os refugiados em situação desumana na Alemanha.

Observamos que o T08 – sobre a integração social e habitacional de refugiados na Alemanha em contêineres – não traz um sujeito singularizado na narrativa. O que ocorre é uma redução das pessoas em processo diaspórico à condição de sujeito-personagem, mas sem identificação individual. Ao longo do texto – enquanto o repórter-narrador (colaborador, em Berlim) faz críticas à configuração do alojamento em massa, a partir do discurso indireto e das citações diretas (de fontes oficiais do governo alemão) –, podemos ter uma noção do sujeito-personagem que a reportagem deseja construir, a partir do uso frequente de adjetivos. Isso é percebido pelos termos “refugiados”, “imigrantes” e “seres humanos”, que qualificam e caracterizam o personagem em questão. Se essa é a visão dos que apoiam as pessoas à margem, por outro lado,

a visão da “oposição” representa o dividido e tumultuado cenário alemão, expondo o antagonista dessa narrativa. Contrário à integração dessas pessoas na Europa, aparece o grupo de extrema direita Patriotas Europeus Contra a Islamização do Ocidente (Pegida), e, a partir dele, os refugiados são mencionados como “gado” ou como “um risco” à população local. Assim, fica clara a visão anti-islã e preconceituosa desse grupo político sobre os muçulmanos no Ocidente, embora a reportagem não deixe clara qual a nacionalidade ou origem das pessoas alojadas nos contêineres. Entendemos que, nesse caso, a alteridade – percebida pela reportagem no plano da vida – não chega a imprimir no texto a outridade, pois o que ocorre na diegese é uma redução do “outro” à condição de sujeito diaspórico, sem expressar, por exemplo, seus modos de ser, agir, falar, sentir ou pensar.

Notamos uma situação semelhante no texto sobre a realidade precária dos habitantes de Mossul (T01). Nele, a fonte que conduz a narrativa é um historiador (sem identificação) que mora na região do Iraque. Entrevistado pela reportagem, ele narra as condições “pré-históricas” da cidade controlada pelo Estado Islâmico. Embora ele seja sujeito-fonte, não é sobre ele, especificamente, que a *Folha* deseja falar. O personagem principal – o “outro” que merece atenção jornalística – é percebido pelo mesmo movimento reducionista explicado acima. O “protagonista” está generalizado na categoria de “povo”, “pessoas”, “moradores”, “minorias” ou “habitantes de Mossul”, sendo o “outro antagonista” e, também, generalizado o Estado Islâmico – pelos designantes “milícia” e “grupo terrorista”. Não conhecemos quem são esses sujeitos singularmente pela narrativa – apesar de o nome de Saddam Hussein (presidente do Iraque entre 1979 e 2003) figurar uma vez no contexto, mas sem o aprofundamento em sua subjetividade. Assim, com esse texto, não temos acesso à outridade dos personagens, apenas sabemos e conhecemos sua etnia, ideologia ou religião – árabes sunitas, curdos,

cristãos, xiitas, turcomanos e yazidis – e o cenário descrito como escasso à subsistência dos reféns do Estado Islâmico. Os trechos da reportagem exemplificam a situação:

Mossul ficou **isolada do mundo exterior** quando o EI cortou as telecomunicações em novembro. Agora, **as pessoas** procuram locais onde há cobertura de celular. **Falta tudo**: comida, roupa, combustível. Mas o caos econômico é o de menos. O **pior é viver sob a interpretação ultraortodoxa da sharia**. (T01)

[...] **nada disso vai derrotar o EI** se não forem equacionadas as questões sectárias que permitiram a expansão do **grupo terrorista**. A **maioria da população do Iraque é xiita**. Quando o **ditador sunita Saddam Hussein** estava no poder, ele reprimia os xiitas. Depois da retirada americana, em 2011, o ex-premiê Nouri al-Maliki, xiita, passou a **perseguir sunitas**. (T01)

Dessa forma, verificamos que a *Folha* privilegiou a alteridade, mostrando uma diferença entre sujeitos baseada em um conflito do Oriente Médio, sem representar a outridade (modo de existência do outro) no texto (T01 e T08). Nos demais (do T02 ao T07), a narrativa é desenvolvida a partir dos “outros” em destaque, como sujeito-personagem-fonte, que têm associado seu modo de existência às seguintes características (Tabela 2).

Tabela 2: Construção do “outro-personagem” desamparado ou à margem

Aspectos Considerados	T02 e T03	T04	T05	T06 e T07
Personagem	Sanaa (principal). Mulher; 21 anos; estudava geografia; escrava sexual; ex-escrava; yazidi; minoria; vive um pesadelo; foi sequestrada; foi vendida; foi estuprada; é vista como um dos “adoradores do diabo” por ser yazidi; monoteísta, tem medo do EI e de voltar para casa; perdeu o ânimo; perdeu a confiança nos árabes; sente-se sozinha; mantém os olhos baixos.	Abdulahim. Africano e muçulmano do norte; jovem; rapaz; 25 anos; reciclador; trabalha no lixão; derrete cabos de cobre há 10 anos; vive da reciclagem; arrisca a vida e a saúde com trabalho com substâncias tóxicas; ajuda a família com a profissão; sente dor no peito; gostaria de poder mudar de trabalho.	Nelia, Beatriz, Yosefin e Yanela. Cubanas; mulheres; jovens; prostitutas de Havana; têm o sonho de sair de Cuba. Nelia: 20 anos, inquilina do quatinho alugado, moça, morena franzina, sozinha e inexperiente; Beatriz: 20 anos, se sente preocupada, tem pânico de autoridade, foi presa, se diverte ao contar suas experiências, tem como propósito de vida casar e ter uma família; Yanela: 24 anos, experiente e divertida, há 8 anos no ramo, para ela alguns turistas são generosos e educados em comparação aos cubanos; Yosefin: 20 anos, jovem e animada.	Abel Marthine (principal). Haitiana, mulher, mãe, imigrante, deseja buscar os filhos, mora no Brasil, estudou, conseguiu emprego como babá e sustenta os filhos no Haiti.
Designantes				
Relação	Distante e diferente.	Distante.	Semelhantes (ao levar em conta a realidade social).	Diferente e próximo.
Visibilidade	Reconhecido em sua particularidade.	Reconhecido em sua particularidade.	Reconhecido em sua particularidade.	Reconhecido em sua particularidade.
Intenção	Mobiliza compaixão e instiga empatia.	Mobiliza compaixão e simpatia.	Mobiliza simpatia.	Mobiliza compaixão.

Fonte: autoria própria.

Para além das informações da tabela acima, reparamos em uma contraposição entre os textos da narrativa sobre os haitianos que desejam migrar para o Brasil. Se por um lado (T07) o drama das famílias do Haiti, que vivem a expectativa do reencontro, é personificado pela figura de Abel Marthine, por outro lado (T06), a realidade daqueles que esperam por um visto humanitário leva em consideração o ponto de vista de Vitor Hugo Irigaray – cônsul brasileiro no país centro-americano e personagem secundário. A partir da rotina de trabalho do cônsul – que, pela *Folha*, soa tão problemática quanto a dos imigrantes –, a reportagem trata dos haitianos no geral, ou seja, sem ser sujeito-fonte, sem nome, sem singularidade. Eles são expostos, nesse caso, pelas citações de Irigaray – este é descrito como um sujeito empenhado em ajudá-los, que se sente exausto com a situação de crise no consulado, que não tem vida social por conta da demanda de trabalho, que se sente perseguido pelos haitianos, mas não foge deles. Na soma das características dispostas nessa reportagem (T06), os haitianos ganham visibilidade, mas são tidos como sujeitos marginalizados, desesperados e como figura totalizada por seus atos, pela condição social e pelo desejo de sair do Haiti.

Ainda no conjunto do “outro” como *sujeito desamparado ou à margem*, identificamos o uso de recursos da literatura na história trágica da minoria yazidi (T02). De cunho informativo, mas com viés literário, a narrativa, em alguns momentos, se aproxima a de um perfil, guiando o leitor para “dentro” de uma cena específica e que o põe em contato com a personagem principal. Além desse aspecto, o que se distancia do comum – frente às matérias desse eixo – é o tratamento dado à outridade, pois fica evidente a intenção dos enviados especiais da *Folha* em humanizar a vida das mulheres yazidis – grupo religioso curdo, no Iraque – que, constantemente, é invisibilizada. A descrição literária da abertura da reportagem se resume no trecho a seguir:

Sanaa se preparava para almoçar com a família quando eles chegaram em picapes brancas Toyota e Kia. Armados com metralhadoras, **os milicianos do Estado Islâmico gritavam: “Vocês são infiéis, vocês são infiéis”**. (T02)

Fora o recurso da literatura, o texto faz uma crítica ao apagamento e ao esquecimento desses sujeitos em relação a outros que, mundialmente, têm destaque midiático:

Enquanto milhões se horrorizam com cenas do piloto jordaniano queimado vivo e dos jornalistas decapitados pelo EI, **mais de 2.000 mulheres iraquianas continuam vivendo um pesadelo bem longe das câmeras**. (T02)

Ao tornar pública a realidade dessas mulheres, a *Folha* reafirma o “medo” e o “mal” que circundam o imaginário ocidental sobre o Oriente Médio, deixando claro – pela imagem criada do personagem-antagonista, o Estado Islâmico – quem são aqueles “outros” tidos como estranhos, indesejáveis e dos quais se quer manter distância. No entanto, a mesma matéria é capaz de instigar compaixão e uma ação empática no leitor sensível. Isso fica expresso pela dimensão narrativa que ora particulariza ora universaliza o “outro” construído na reportagem – mesmo que, em relação à cultura ocidental, a mulher yazidi seja um “outro” diferente e distante. A mobilização da sensibilidade ocorre, então, pela valorização do personagem-sujeito descrito e mimetizado, expondo as circunstâncias que abarcam um contexto particular (o fato de elas pertencerem a uma minoria iraquiana massacrada pelo Estado Islâmico, a ponto de a ONU investigar se as ações do EI configuram genocídio) e reiterando uma característica universal (o fato de serem seres humanos).

Considerações finais

Ao longo da análise, percebemos que, na dinâmica que relaciona o mundo da vida e o do texto, a construção da identidade do “outro” como sujeito

desamparado ou à margem, na narrativa da editoria Mundo da *Folha de S. Paulo*, dependeu diretamente do contexto ao qual os sujeitos-narrados pertenciam, assim como do tipo de conhecimento e do sentido que a reportagem desejava produzir sobre eles através da ação mimética. Nessa lógica, reconhecemos que a *Folha* deu atenção à diversidade nos 8 textos investigados, apesar de ter feito generalizações de alguns personagens frente a outros. Esses que tiveram a outridade (modos de existência) preservada foram descritos em sua particularidade e singularidade (T02, T03, T04, T05, T06 e T07), o que nos possibilitou confirmar que o jornalismo articula, pelas categorias do singular, do particular e do universal, o conhecimento que produz sobre os fenômenos do mundo.

Verificamos também que, na abrangência dos relacionamentos intersubjetivos, reconhecer o “outro” – pelo texto – em sua situação social ou física, por exemplo, pode estimular ações afetivas. Pela análise, apareceram – explícita ou implicitamente – a empatia, a simpatia e a compaixão.

Nos chamou a atenção o fato de que nem sempre a alteridade era trabalhada com o intuito de mostrar a outridade. Assim, notamos que os textos que privilegiaram somente o fenômeno da alteridade (T01 e T08) se dedicaram a apresentar as relações de contraste entre dois ou mais sujeitos narrados. Como a maioria dos personagens apresentados nos textos era de origem estrangeira em relação ao Brasil, observamos que a nacionalidade foi um dos designantes mais utilizados para a identificação do sujeito-personagem nas matérias. Além de nacionalidade, notamos o uso recorrente de estereótipos.

Concluimos que a construção do “outro” pela atividade jornalística, neste caso, se baseou em um processo bastante complexo, que levou em consideração aspectos da alteridade e da semelhança, além de depender da dinâmica própria que conformou a narrativa jornalística. Por fim, entendemos que a outridade esteve articulada, fundamentalmente, às categorias do singular e do particular,

revelando no texto, pela descrição e mimetização, o modo de existência dos sujeitos-personagens baseado nas características que lhes são genuínas, isto é: o ser, agir, pensar e sentir próprios.

Referências

AGUIAR, Pedro. **Jornalismo Internacional em Redes**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2008.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da Notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BOMFIM, Ivan. **O Global Player “Megalonânico”**: a visão do portal Veja sobre a política externa do governo Lula. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Porto Alegre: UFRGS, 2015.

_____. **O Interesse Nacional nas Revistas Carta Capital, Época, Isto É e Veja**: eles y nosotros. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Porto Alegre: UFRGS, 2011.

FREITAS, Camila. **Alteridade e Jornalismo**: a outridade na editoria Mundo da Folha de S. Paulo. Dissertação. (Mestrado em Comunicação e Informação). Porto Alegre: UFRGS, 2017.

FREITAS, Camila; BENETTI, Marcia. **Alteridade, Outridade e Jornalismo**: da fenomenologia à narração do modo de existência. *Brazilian Journalism Research*, v. 13, n. 2, p.10-29, 30 ago. 2017. Associação Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/989/930>>. Acesso em: 11 maio 2018.

GENETTE, Gérard. **Discurso da Narrativa**. Lisboa: Vega, 1995.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide**: para uma teoria marxista do Jornalismo. Porto Alegre: Tchê!, 1987.

HUSSERL, Edmund. **Cartesian Meditations**: an introduction to Phenomenology. Boston: Martinus

Nijhoff Publishers, 1982.

KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, Ética e Liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

LÉVINAS, Emmanuel. **Totalité et Infini: essai sur l'exteriorité**. The Hague: Kluwer Academic, 1971.

_____. **De Otro Modo que Ser, o Más Allá de la Esencia**. Salamanca: Ediciones Sígueme, 1987.

_____. **Ética e Infinito**. Lisboa: Edições 70, 1982.

MEDITSCH, Eduardo. O Jornalismo é uma Forma de Conhecimento? In: HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Teoria da Comunicação**: antologia de pesquisadores brasileiros. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da Percepção**. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

PONTES, Felipe Simão. **Adelmo Genro Filho e a Teoria do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2015.

SCHÜTZ, Alfred. **On Phenomenology and Social Relations**: the heritage of sociology. Chicago: The University of Chicago Press, 1973.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque

as notícias são como são. V.1. Florianópolis: Insular, 2012.

TUCHMAN, Gaye. **Making News**: a study in the construction of reality. New York: The Free Press, 1978.

TREANOR, Brian. **Aspects of Alterity**: Lévinas, Marcel, and the contemporary debate. New York: Fordham University Press, 2006.

Camila Freitas – Mestre em Comunicação e Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Integra o Núcleo de Pesquisa em Jornalismo (Nupejor) – UFRGS/CNPq. **E-mail**: freitas.csiqueira@gmail.com

Recebido: 11 dez. 2017

Aprovado: 25 mai. 2018

Em busca do ethos perdido? Um debate conceitual sobre mídia, partidarização da imprensa e crise moral da notícia no Brasil

In search of the lost ethos? A conceptual debate on media, partisanization of the press and moral crisis of the news in Brazil

Giovanni Alves Duarte Sá

Universidade Federal da Paraíba
João Pessoa, PB, Brasil.

Resumo

Este artigo propõe construir problematizações, apontamentos e reflexões teóricas acerca de questões consideradas fundamentais para um aprimoramento do campo midiático em favor da valorização do seu *ethos* cidadão. Partimos do estímulo ao debate sobre ética e partidarização da imprensa enxergando reflexos críticos sobre a seara moral das notícias produzidas pelos conglomerados de comunicação na contemporaneidade, especificamente, na perspectiva de contextos eleitorais no Brasil.

Abstract

This paper proposes to create theoretical issues, notes and reflections about matters considered fundamental for an improvement of the media field in favor of the valorization of "ethos-citizen". We begin with the stimulus for the debate on ethics and partisanship of the press, seeing critical reflexes about the moral field of the news produced by the conglomerates of communication in contemporary times, specifically, from the perspective of electoral contexts in Brazil.

Palavras-chave

mídia; jornalismo; ética; política.

Keywords

media; journalism; ethic; policy

Introdução

A centralidade das mídias¹ em um período eleitoral é evidente (Sá, 2016). O jornalismo, em especial, neste jogo assume um *ethos* privilegiado não somente pela interação dos campos midiático e político na troca de informações, como também pela relação de confiança que a mídia busca construir perante o público.

Por se colocar como uma instituição cujo principal compromisso é informar com isenção, o jornalismo apresenta-se como plataforma confiável de debates e amplificação do discurso político. Fausto Neto (2004) ilustra que uma das primeiras situações que marcou a confluência entre a mídia e o discurso político aconteceu nos Estados Unidos, quando o presidente D. Eisenhower, nos anos 50, buscou modernizar a sua campanha eleitoral tentando aproximar-se dos veículos de comunicação inaugurando estratégias publicitárias para se projetar. “O campo das mídias somente se converte numa problemática estratégia para o discurso político no final da década de 70 e ao longo dos anos 80, em diferentes países e, por razões distintas” (Neto, 2004, p.111).

No Brasil, esse processo foi ensejado no final de década de 1970, especialmente na figura do ex-presidente do regime militar João Baptista Figueiredo. No entanto, o marco primordial dessa relação ocorreu nas eleições 1989, quando a estratégia presente no discurso político passou a dialogar com a técnica e a depender da gramática do próprio veículo, sob o fenômeno do espetáculo, ainda não verificado na época, como ressalta Fausto Neto.

Com o passar dos anos cada vez mais o discurso político ficou dependente da estética e semântica das mídias e expandiu seus horizontes acompanhando a evolução técnica destes dispositivos e

1 Adotamos aqui o entendimento do termo como trabalhado por Muniz Sodré e Raquel Paiva (2011), quando analisam a mídia situando-a como o complexo de jornais, revistas, rádios, tvs e internet que, juntas, forjam uma forma de vida articulada com mercado e tecnologias da informação.

flertando com as estratégias de intervenção social oferecidas pelos processos de midiáticação.

Como se observa em várias ocasiões do processo político brasileiro mais recente, o campo das mídias e da TV não se constitui apenas num dispositivo de representação do que se passa na cena política, mas se converte, segundo estratégias discursivas distintas em dispositivos que não só narram, mas agem sobre o espaço público, evocando a si, muitas vezes, a condição de um poder a partir do qual põe em funcionamento estratégias de onde se aponta os caminhos e os destinos da política e os de seus atores (NETO, 2004, p.120).

Fausto Neto (2004, p.121) ilustra o debate recordando que nas eleições de 1994, jornais e TVs apostaram numa tática massiva de análises de pesquisas de opinião. Essa estética acabou “construindo assim uma propaganda política peculiar, uma vez que procuravam agendar os dados das pesquisas, segundo óticas que enquadravam os candidatos em situações favoráveis e desfavoráveis.” O jornalismo assim praticado, conclui o autor, se torna um desdobramento da própria política.

É neste sentido que pretendemos refletir sobre a relação entre mídia e política, especificamente sobre a função do jornalismo em um cenário de eleições. Na visão de Miguel (2007, p.215), um dos problemas que levam a uma prática partidariada da mídia é a concentração do seu poder nas mãos de alguns poucos no Brasil. “A concentração da mídia – isto é, a capacidade de produzir informações e de participar do debate político – é um dos principais pontos de estrangulamento da democracia brasileira”, afirma o autor.

Miguel discute que não se trata apenas da existência de um conglomerado dominante, mas porque todas as grandes empresas do setor comungam dos mesmos pontos de vista pautando e compartilhando os mesmos valores. A mídia brasileira carece, conclui ele, de um maior pluralismo. Postura que põe

em risco os preceitos democráticos, já que o pouco pluralismo de vozes nos jornais tende a concentrar o debate político na imprensa em favor de sentidos ideológicos específicos.

Nunes (2004, p. 367), por outro lado, relativiza esse *ethos* manipulador da imprensa. Diz que eleições, mídia e expectativas do povo estão intimamente relacionadas, mas, neste contexto, o eleitor participa ativamente do processo selecionando discussões, apontando falhas e acertos, influenciando também na construção da imagem do candidato. "Na verdade, a estratégia não é de manipulação, mas de identificação dos interesses coletivos, capitalização desses interesses e transformação num produto atraente e digerível para as massas, elaborado pelos meios da comunicação".

Com isso, não se trata, somente, de afirmar que a imprensa tem poder de manipular opiniões, mas sim de reconhecer que boa parte das informações repassadas são construídas a partir da oferta de um painel político de escolhas editoriais. Desse modo, atualmente, a política eleitoral vem sendo pensada, inevitavelmente, incorporando a comunicação como ferramenta indispensável para a sua realização.

Outros autores concordam com este argumento ao encarar a politização da imprensa não como algo negativo:

A politização da imprensa não é, em si, condenável ou louvável. O posicionamento em relação a temas e projetos da pauta pública contribui para alimentar o repertório disponível aos cidadãos para que formem opiniões e tomem decisões. No entanto, o democrático é que haja uma pluralidade de informações e opiniões à disposição do público. Este pluralismo pode ser interno – quando cada veículo pretende trazer todas as versões e interpretações para as notícias – ou externo, quando várias empresas jornalísticas dividem o público de acordo com as suas opiniões políticas, oferecendo linhas editoriais explicitamente diferentes (ALDÉ, FIGUEIREDO, MENDES, 2007, p. 170).

Por outro lado, alguns enxergam negativamente a postura politizada da imprensa ao identificarem que o papel do jornalismo ultrapassou a mera divulgação do fato político, o que evidencia o forte poder de interferência dos *media* em contextos eleitorais. Na visão de Amaral (*apud* NUNES, 2004), os veículos de comunicação, se comportando dessa maneira, tendem agir:

(...) politizados, partidarizados, construtores do discurso único, do discurso unilateral, do discurso monocórdio do sistema. Esses meios – que no passado, tão relevantes serviços prestaram à democracia – de há muito abandonaram o clássico papel de intermediação social. São hoje atores. Não reportam: interferem no fato e passam a ser o fato; não narram, invadem o andamento do fato em narração; não informam, constroem a opinião, não noticiam, opinam. Mas do que nunca a realidade é o fato, mas a sua versão. (AMARAL *apud* NUNES, 2004, p. 360)

Assim, "os candidatos sabendo desse caráter de guia do jornalismo, pensam em formas de usar os recursos midiáticos em benefício próprio, tornando suas propostas especialmente simplificadas para os diversos formatos de mídia" (Câmara, 2015, p. 64).

Ética e crise moral da notícia

Aldé (2003, p. 97) justifica que o jornal vira palco privilegiado para o jogo eleitoral porque pauta o que deve ser avaliado como os fatos mais significativos da campanha. Desse modo, revela algo das escolhas políticas "embutidas na prática do jornalismo comercial!". Ao tomar essa postura, a mídia pode acabar esvaziada em seu caráter cidadão, deixando de ser, como alerta Amaral (*apud* Nunes, 2004), um instrumento voltado para o interesse público.

Lima (2006) reflete que a condição de ator político é possível de ser desempenhada pela mídia por causa do poder econômico que os grandes conglomerados possuem, pela influência que os seus

dirigentes são capazes de desempenhar diretamente no mundo da política e a capacidade que a mídia tem de produzir e distribuir capital simbólico.

Ou seja, nessa relação de troca entre mídia e política, fica evidente a tentativa de apropriação de discursos entre os dois lados, numa espécie de comensalismo simbólico inerente à lógica de ambos. Barreto (2006) aborda essa questão enxergando a relação entre jornalismo e política sob um prisma de circularidade onde, no trabalho de simbolizar o mundo na permanente busca pela notícia, faz o jornalista voltar sempre ao convívio das fontes políticas, e a continuada busca destas pela mídia, num fluxo ambivalente.

É nesse ponto em que a ética torna-se aliada da imprensa na busca por evitar que interesses políticos e econômicos no trato com a fonte manipulem a missão cidadã do jornalista, ou vice e versa, já que os jornais também possuem valores e interesses que possam entrar em conflito não só com as expectativas da fonte, mas com os do próprio profissional de imprensa.

Entre o jornalista e o político ocorre aproximação em função do papel que ambos representam neste jogo de disputas: o primeiro é valioso enquanto plataforma de projeção (audiência), o segundo, enquanto fonte propulsora de pautas e potencialmente "furos". Analisando essa relação, Miguel (2002) destaca o entrelaçamento de práticas distintas que precisam incorporar a lógica um do outro.

Sob pena de perder a fonte, o jornalista deve ponderar aquilo que publica, calculando seus efeitos sobre o campo político; e fazer concessões aos interesses do outro, divulgando o destaque de certas notícias (mas nunca ao ponto de comprometer a própria credibilidade). Já a fonte, para manter seu acesso privilegiado à imprensa, deve reconhecer o material que é útil ao jornalista e, sobretudo, manter a própria confiabilidade diante dele, não transmitindo informações equivocadas em busca de benefícios de curto prazo (MIGUEL, 2002, p.14).

Uma problemática no âmbito da ética do jornalismo político. Este esbarra em um conflito paradoxal e interdependente onde a relação de confiabilidade entre jornalista e fonte deve se basear, primordialmente, na sinceridade. "Havendo isso, haverá ética. E mais: havendo racionalidade, equilíbrio, haverá fidelidade narrativa, para a qual, entretanto, um ingrediente é também essencial: é preciso que aquilo que o político declarou coincida com a realidade" (Barreto, 2006, p.15). Em outras palavras, cada lado precisa ter o dever ético de falar o mais próximo possível da verdade durante a construção do fato.

Santayana (2006, p. 44) reforça a discussão ao afirmar que jornalistas têm que agir com base no dever ético, especialmente, consigo mesmos, numa lógica em que a ética vai além da técnica e por isso mesmo além das próprias redações. "O fundamento do exercício profissional dos jornalistas, mais do que técnico é ético. (...) Em todas as horas do dia o jornalista é jornalista e sua consciência moral se faz na dialética do cotidiano".

Outros autores como Merrill (*apud* Gomes, 1997, p.70) também entram em sintonia com a aplicabilidade da ética do dever ao campo jornalístico numa lógica em que a moral pessoal e social não se dissociam. Assim, o jornalista não está somente "escrevendo para o consumo de outros; está escrevendo como uma expressão de si mesmo e se põe a si e seu próprio eu em seu jornalismo".

Em outras palavras, o dever ético é que vai indicar ao jornalista até que ponto sua relação com a fonte política está ferindo o interesse público, pois em se tratando de uma ação partidarizada a favor de um determinado candidato, quanto mais exposição midiática melhor para ele. O político espera sempre aparecer bem na mídia.

Em todo caso, diante disso, a noção do dever ético recai, principalmente, sobre a atuação política do meio de comunicação evitando uma postura panfletária. Ou seja, além da relação de confiança com a

fonte, o dever ético alerta para a relação ainda mais verdadeira com o público consumidor de notícias. Pensar o jornalismo como ator político nesse contexto é refletir principalmente sobre quais valores éticos a prática se apóia, já que a atuação política do jornalismo é, além de uma escolha da máquina de informar (Charaudeau, 2013), também de quem constrói suas narrativas.

Outro aspecto a ser abordado da relação entre ética e jornalismo político, nesse contexto, é o denunciamento moralizante com que trabalha a imprensa, especialmente, durante coberturas eleitorais. Para alguns pesquisadores, isso é fruto de uma crise moral que afeta a qualidade das notícias.

Para Muniz Sodré (2012), a imersão descontextualizada da imprensa numa pauta de escândalos e denúncias com foco no comportamento da classe política empobrece o jornalismo. Isso ocorre porque o investimento noticioso no que chamou de amplitude do apodrecimento moral dos políticos tende a se tornar cada vez mais difícil para o leitor não especializado entender. Este, esclarece o autor, acaba acompanhando os fatos distante de uma hermenêutica.

Sodré entra em consonância com a visão de alguns autores já citados, quando discute que a base do jornalismo é essencialmente ética na medida em que os fatos postos à mesa devem conter a chave-mestra do discernimento, ou seja, do senso de equilíbrio de vozes e clareza da notícia.

A questão do discernimento é propriamente ética e, em última análise, um dos fundamentos da imprensa moderna. Em meio à crise do momento, ela aparece com mais clareza quando se toma conhecimento de que um órgão de imprensa (no caso, a revista *Veja*) foi manipulado no passado recente pelo bicheiro situado no centro da atual CPI, com o objetivo de detonar denúncias capazes de afetar grupos rivais (casos da propina dos Correios, da Operação Satiagraha, etc.) (SODRÉ, 2012, p.1).

Ao trazer a Revista *Veja* como exemplo, Sodré também se incorpora na discussão em torno do jornalismo como ator político, especialmente, quando denuncia a manipulação de notícias em favor de interesses específicos, o que vai de encontro ao preceito ético do discernimento debatido pelo pesquisador. Diante de parcerias desta natureza, ensina Muniz Sodré (2012), perdem-se as balizas éticas que deveriam nortear os comportamentos e as atitudes morais dos agentes sociais.

Na visão de Rubim (2006, p. 160), a postura partidarizada da imprensa nos processos eleitorais parecia superada, no entanto, tem-se observado estratégias que desde 1989, tornaram cada vez mais sutis. Concordando com Sodré, o autor reflete sobre a base ética desta relação diante o apelo da imprensa pelo escândalo político. “Tal exacerbação tem transformado toda avaliação da política em uma questão apenas moral, em detrimento de outras dimensões essenciais para uma avaliação consistente”.

A crise moral das notícias, portanto, está no fato da cobertura denunciante sistemática abafar criteriosamente assuntos e pautas bem intencionadas para a discussão de uma política com ética, pautada em avaliações desenvolvidas pelos governos de olho no presente e no futuro da condição social do cidadão.

Ao invés disso, “a cobertura jornalística tem esquecido a política e colocado em seu lugar a moral” (Rubim, 2006, p. 161). Assim, Rubim e Sodré convergem no sentido de que, ao investir numa pauta moralizante-denunciante da política, a imprensa põe em xeque o conhecimento e o discernimento dos fatos.

Hoje se informa quase como se respira, o que elimina da função informacional a pausa reflexiva que leva ao discernimento ético. Este discernimento é imprescindível à estabilidade do corpo social. Presupondo sempre uma “sociedade de seres morais”, a ética toma como sua questão própria o relaciona-

mento entre consciência moral e sociedade. Ela é, portanto, sempre algo concreto, posto em relação com a comunidade, entendida como o *locus* da reciprocidade entre os atores da vida social. (SODRÉ, 2012, p.1).

Os escândalos, acentua Sodré (2012), decorrem da impossibilidade de se abafar a podridão moral inerente a certas decisões no âmbito político diante os interesses de apropriação privada de recursos públicos. E assim a mídia investe em cruzadas morais, em coberturas tão anti-éticas do ponto de vista da elucidação dos fatos quanto suas próprias intenções moralizadoras.

São posturas editoriais nocivas à cidadania e que empobrecem as notícias por não abrirem espaço para opiniões e visões conflitantes, ou seja, que possam estimular o pluralismo noticioso. Neste sentido, voltamos a concordar com Sodré (2012) quando reflete que esse *ethos* plural, em termos da valorização da diversificação de vozes na mídia, se torna cada vez mais raro com o controle da informação pela lei de mercado.

Nesse contexto, analisando a idéia das cruzadas moralizadoras da imprensa, Rubim (2006) traça uma diferença importante entre ética na política e a ética da política dentro do jogo discursivo da mídia:

A supremacia da dimensão moralizante (ética na política) é tão avassaladora na cobertura da mídia que faz submergir e mesmo bloqueia a circulação de informações e de análises que permitam uma avaliação mais consistente das políticas de governo (ética da política). Em nome de uma cruzada que busca pretensamente uma política com ética, produz uma cobertura na qual a dimensão moralizante (e não mais a ética da política) toma o lugar da política. (RUBIM, 2006, p.164)

A ética da política tem foco em enquadramentos propositivos e pressupõe uma agenda positiva. Mas a ética na política ganha força no

debate midiático por gerar, essencialmente, o panóptico moralizante com base em acusações e denunciamentos. Neste contexto, a crise moral da notícia decai por não apoiar-se em virtudes públicas e apostar em interesses mercadológicos de audiência que, via de regra, alimentam certos interesses políticos.

Sodré (2012) volta a refletir que uma das missões do jornalismo é afinar-se eticamente com virtudes públicas e com o dever de pautar a verdade dos fatos com base no pluralismo.

A proposta histórica do jornalismo é afinar-se eticamente (logo, com virtudes públicas) com a causa da verdade ou com ideais coletivos, tais como a visibilidade das decisões de Estado, o estabelecimento da verdade sobre questões essenciais para a coletividade, a informação isenta sobre a vida cotidiana, a livre manifestação de pensamento etc. É isto precisamente o que Immanuel Kant (1724-1804) chamava de "publicidade" e que conviria hoje melhor designarmos como "publicismo": a possibilidade de discernimento ético-político sobre a história presente. (SODRÉ, 2012, p.1)

Para o autor, sem o respeito a este imperativo, a produção de notícias tende a ao "denunciamento cego" que nega a confluência com idéias contrárias. A mídia demonstra-se, dessa maneira, eticamente inferior a tudo aquilo que a faz fiscalizadora da própria ética, o que denuncia a sua própria "auto-desmoralização". Mas o que daria sustento a esse *ethos* moralizante da mídia?

Sodré e Paiva (2011, p. 21) contextualizam a reflexão lembrando que há um pacto velado de credibilidade que mescla as expectativas do público e a responsabilidade da mídia. A ela "caberia garantir não apenas a livre expressão, mas também a publicização da verdade oculta nos desvãos do Poder". Dessa forma, o trabalho de noticiar se investe de um direito moral de narrar os fatos, na tentativa de transparecer uma mediação confiável aos olhos da população.

A virtude da imprensa estaria na ação em que seu dispositivo presta-se a ouvir o cidadão e a lhe garantir a liberdade civil de falar o que pensa publicamente. Foi assim que a imprensa livre pôde ser reconhecida como produto da modernidade e, desse modo, construir sobre si uma áurea tão moralizante a ponto de tornar “condenável pela consciência moral do jornalista o falseamento ou o encobrimento da verdade factual. Isso significa que o jornalismo de fato enuncie a verdade? Claro que não, responderia qualquer pensador armado de boa lógica” (Sodré; Paiva, 2011, p.23).

Ou seja, é importante que, além da exigência de uma ética profissional, os jornalistas aprimorem o trabalho de checagem e verificação de suas próprias visões de mundo rumo a uma ética que identifique e rechace engodos semânticos e injunções sociais.

Ética e representação

Diferente do espelho do real, o jornalismo auxilia a construção da realidade através da narrativa do mundo. Para tanto, se vale de uma técnica objetiva para auxiliar um processo de subjetivação que a leva à interpretação, seleção e padronização da vida cotidiana, dentro de uma geometria mercadológica de oferta e procura.

Dessa maneira, está imbuída na narratividade destes fatos uma construção simbólica que é posta à prova diante à realidade e o repertório cultural de cada indivíduo, auxiliando, dessa forma, a maneira como eles mesmos edificam suas representações de mundo.

Falar em construção do real pela imprensa é narrar a partir da interpretação de um interlocutor, que se impõe como um mediador de sentidos. Ou seja, cada um pode apresentar a versão de um fato a partir de um ponto de vista específico, o que nos leva a um importante questionamento: até que ponto a realidade narrada pelo jornalismo pode ser balizadora de valores normativos, no sentido de fornecer a mais crível versão?

Um caminho para respostas encontra-se na reflexão de Caio Túlio Costa (2009), quando é categórico ao dizer que o jornalista já traça a sua representação da realidade a partir de outro processo de representação. Dessa forma, quando o profissional “realiza a representação de uma representação ele está muito aquém dos ditos pilares – verdade, justiça e ética, porque nunca conseguirá uma representação pura. Estará sempre reproduzindo a visão de outrem” (Costa, 2009, p. 46).

Isso quer dizer que, apesar do senso comum apegar-se ao mito da imparcialidade da imprensa e nos tentar oferecer garantias da realidade inquestionável, o processo narrativo no jornal mescla diversas visões de mundo que empurram o olhar do leitor para sentidos específicos, sejam eles morais ou políticos.

Outro problema ético que surge a partir disso encontra razão no discurso de credibilidade da imprensa ao divulgar um fato a partir de um *ethos* de verdade, levando o cidadão a crê que o conteúdo veiculado corresponde à própria realidade. Desse modo:

pode reproduzir, muitas vezes sem o saber uma representação nem verdadeira, nem justa e nem ética. Nem no momento em que é testemunha ocular de um fato, um assassinato, por exemplo, ele estará sozinho com sua representação, porque o jornalismo não se dará apenas com a publicação do seu testemunho na primeira pessoa - e esse testemunho também vem carregado das representações que o formaram como ser humano e técnico em jornalismo - (...) outras representações propiciarão informações sobre o assassinato: o que diz a autoridade policial, a família da vítima, o agressor, o advogado do agressor e outras eventuais testemunhas. O exemplo vale para praticamente todas as situações de cobertura jornalística (COSTA, 2009, p. 46).

Ou seja, qualquer cobertura, por mais criteriosa que seja, não consegue deixar de escolher um fato a partir de um ponto de vista. Assim, pensar a ética no

jornalismo é encará-la como vítima de um processo paradoxal, onde a realidade e o simulacro caminham juntos. O que nos leva reforçar: "Um jornalista profissional é aquele que deforma os fatos, consciente ou não" (Beuve-Méry *apud* Costa, 2009, p.46).

Levantar essa discussão e trazê-la para o âmbito da ética se faz necessário porque o jornalismo vai sempre representar algo a partir de outro olhar. Ou seja, será um processo eternamente mediado por repertórios distintos onde cada construção da realidade perpassa sentidos específicos e que, não necessariamente, apostam nas diferentes subjetividades interpretativas de um corpo social.

Resultado disso é o namoro da mídia com uma ética do afeto negativo, com o sangue, a morte e violência. Tudo isso se apresenta como regra, deixando cada vez mais os jornais e jornalistas em suspensão à espera do extraordinário-sórdido ou do desvio.

É uma lógica que põe em xeque a ética do discernimento por Sodré (2012) e do pluralismo por com Miguel (2007). A questão  tica na representa o ganha força principalmente quando apenas certos enquadramentos de padrões sociais viram notícia, o que gera exclusão de sentidos e fere a essência da pluralidade simbólica do cotidiano, que acaba vítima de um determinismo editorial cego e que, por vezes, provoca esse efeito não são em quem o consome, mas também em quem o produz.

Karam (1997, p.12) ensina que a  tica jornalística deve questionar, diariamente, a própria deontologia profissional ao compartilhar valores e dilemas que devem ser reatualizados ao longo da prática. E que para isso é preciso uma a o menos subsergente dos profissionais que constroem o poder midiático. "Para isso, entendemos que são um processo dialético que constitua um movimento ético dos profissionais, aliado ao reconhecimento dos profissionais pela sociedade, pode criar as condi es de realiza o técnica, política, moral e  tica da profissão" (Karam, 2014, p.12).

No entanto, Thompson (2013) alerta que a es-

trutura  tica da m dia está totalmente submersa numa lógica prejudicial de mercado. Quer dizer que as estratégias de reforço   espetaculariza o, ao estímulo de estereótipos, linhas e enquadramentos sensacionais visando o lucro, são tendem a matar o senso ético dos seus profissionais.

Ou seja, ataque    tica no exercício do jornalismo estaria intimamente ligado à estrutura privada da média. Segundo Thompson (2013), a lógica capitalista contribui para calar muitos dilemas  ticos que se apresentam diariamente   prática profissional da média, onde sérias preocupa es  ticas são banidas com o crescimento da mercantiliza o da notícia. "A recep o dos produtos da média pode ter certas características distintivas (...), mas em termos de importância  tica, há bem pouca diferença do consumo de refrigeradores, das batatas ou de qualquer outra mercadoria. O advento da m dia não foi uma boa notícia para a  tica (Thompson, 2013, p.324).

Thompson nos leva a considerar que estamos diante uma instância disposta a justificar os fins pelos meios. Isto é, em busca de audiência, a moral midiática leva a uma prática que tende a esquecer o imperativo ético da alteridade. Caio Túlio Costa (2009) também reforça que a moral que sustenta a prática jornalística se forja mais em fun o das tiragens dos jornais, sendo que eles oferecem ao consumidor o que eles acham que o público quer, e sob estratégias que aumentem ou segurem a circula o e a audiência.

É quando se investe nas coberturas imediatistas "advindas das mais diversas fontes e apresentadas sob uma  tica e/ou enviesadas de deturpa o. Vinte e cinco séculos depois do julgamento de Sócrates não se conseguiu retirar do produto jornalístico nem a ideia, nem a aparência, nem a impressão de que ele é indiferente àquilo que se possa chamar de imperativo ético (Costa, 2009, p. 229).

Esse movimento deságua no que Túlio Costa chama de moral provisória do jornalismo, ou seja,

que não confere caráter firme à atividade “porque é temporária, porque não tem caráter permanente, porque serve provisoriamente para uma determinada situação que requer, por exemplo, meios moralmente condenáveis para obter fins moralmente defensáveis” (Costa, 2009, p.253)

Este debate se apresenta como um dos principais desafios da comunicação nas últimas décadas, rumo a uma reflexão mais franca, compromissada e honesta com a sociedade. Problematizar a mídia por este viés nos leva a concluir que não está em jogo, durante a construção dos fatos, “nenhuma demonstração lógico-filosófica da verdade, e sim um pacto de credibilidade que, como toda convenção, institui as suas próprias regras (ficcionalmente sedutoras) de aceitação do pactuado” (Sodré; Paiva, 2011, p.23), o recai na venda do jornalismo comercial como uma prática eminentemente livre.

Considerações finais

Estaria a imprensa no Brasil ainda muito distante da constituição de um *ethos* inerentemente público, isto é, forjado sob o imperativo do dever cidadão que impulsiona uma prática realmente independente, crítica, apartidária e plural? Ou estaríamos às voltas em busca de um *ethos perdido* que nos reconecte a uma essência cidadã? Faz-se alusão ao célebre ‘elo perdido’, termo que remete à espécie que liga o *homo sapiens* aos seus primeiros descendentes. O ‘elo perdido’ conteria a chave para se decifrar as lacunas que ainda teimam em obscurecer a compreensão sobre a evolução humana.

Apostar na reconquista de um *ethos* seria, na perspectiva aqui proposta, não remontar a um passado, mas reconhecer os limites éticos incrustados no papel sócio-político dos veículos de comunicação e a partir deles projetar uma ontologia para o futuro. Um dos primeiros passos rumo a este caminho estaria na auto-crítica sobre a estratégia retórica do jornalismo, seu ideal de objetividade e de credibilidade frente os interesses do mercado e do campo político.

Como nos lembra Charaudeau (2013), a máquina de informar tem a necessidade de parecer crível na construção do seu *ethos* narrativo. O desafio é que a informação seja aceita sem dúvidas pelo público e que pareça honesta. Seria justamente o trabalho de sustentação dessa aparência o marco a ser superado pelo campo jornalístico, no sentido do bem comum. Por ora, o que paira é mais um engodo retórico que reforça a permanência de um mecanismo de poder simbólico sobre a população.

Em outras palavras, a mídia tende a seguir manipulando sentidos que, retomando Charaudeau (2013), asseguram imagens de lealdade junto ao campo da política através do reforço de legitimação do poder; por meio de imagens de protesto, voltada à instância cidadã, que justificam a legitimidade do ato de tomar a palavra; e imagens de denúncia, para a instância midiática, que mascaram a lógica comercial pela lógica democrática.

Referências

- ALDÉ, Alessandra. **As eleições presidenciais de 2002 nos jornais**. Revista Alceu. V. 3, n.6, p. 93 -121. jan/jun, 2003.
- _____. FIGUEIRO, Marcus. MENDES, Gabriel. **Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006**. Revista de Sociologia, n. 10, p. 153 - 172. abril, 2007.
- BARRETO, Emmanuel. **Jornalismo e Política - A Construção do Poder**. Revista de Estudos em Jornalismo e Mídia. V.3. n.1. jan/jun, 2006.
- CÂMARA, Clara. **O bem comum, o poder e a liberdade no discurso político: uma análise das noções de política enunciadas no Jornal da Paraíba e no Correio da Paraíba nas eleições estaduais de 2010**. 117 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. Paraíba, 2015.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São

Paulo: Editora Contexto, 2013.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

GOMES, Pedro Gilberto. **Comunicação Social: Filosofia, ética, política**. São Leopoldo: Unisinos, 1997.

KARAM, Francisco José Castilho. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 2014.

LIMA, Venício. **Mídia, crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

MIGUEL, Luiz Felipe. O possível aquém do necessário: transformando ação política da mídia no Brasil. In: LIMA, Venício de. (Org.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.

_____. **Os meios de comunicação e a prática política**. Revista Lua Nova, n. 55-56, pp. 155-184. 2002.

NETO, Antônio Fausto. Discurso político e mídia. In: RUBIM, Antônio Albino (Org.). **Comunicação e Política: Conceitos e abordagens**. Salvador: Unesp/Edufba, 2004.

NUNES, Márcia Vidal. Mídia e Eleições. In: RUBIM, Antônio Albino (Org.). **Comunicação e Política: Conceitos e abordagens**. Salvador: Unesp/Edufba, 2004.

RUBIM, Antônio Canelas. Ética da política e ética na política nas eleições de 2006. In: LIMA, Venício. (Org.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo:

Fundação Perseu Abramo, 2006.

SÁ, Giovanni. **Ethos, mídia e discurso político**: uma análise das noções de ética nos jornais Correio da Paraíba e Jornal da Paraíba nas eleições estaduais de 2014. 131 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. Paraíba, 2016.

SANTAYANA, Mauro. Ética dentro e fora das redações. In: SEABRA, Roberto; SOUZA, Vivaldo de. (Org.). **Jornalismo político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SODRÉ, Muniz. **A crise moral da notícia**. 2012. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/a_crise_moral_da_noticia/>. Acesso em: 8 maio. 2018.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. Informação e boato na rede. In: SILVA, Gisele; KUNSCH, Dimas A.; BERGER, Christa; ALBUQUERQUE, Afonso. (Org.). **Jornalismo Contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador: Edufba; Brasília: Compós, 2011.

THOMPSON, John. **A Mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. São Paulo. Petrópolis, 2013.

Giovanni Alves Duarte Sá – Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal da Paraíba. Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. Graduado em Jornalismo pela mesma instituição. Faz parte do Gresp (Grupo de Estudos e Pesquisas em Sociologia Política) vinculado ao PPGS-UFPB. E-mail: giovannialvesduarte@gmail.com

Recebido: 23 ago. 2018

Aprovado: 04 nov. 2018

**“Cuidado ao acessar. Imagens fortes”:
a circulação do discurso sobre
violência urbana a partir de
lógicas jornalísticas e policiais**

**‘Watch out! shocking pictures’:
the circulation of the discourse about
urban violence from
journalistic and policial logics**

Igor Fernando Mallmann

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)
São Leopoldo, RS, Brasil.

Aline Santos

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)
São Leopoldo, RS, Brasil.

Ana Paula da Rosa

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)
São Leopoldo, RS, Brasil.

Resumo

Sob a perspectiva da midiaticização e do aumento da produção e circulação de imagens com os novos dispositivos, este trabalho trata do perfil do *Facebook* "Boletim Geral", que veicula imagens chocantes de violência e morte explícitas. Por meio da análise das fotografias, texto e interações com o público da página, procura-se compreender qual construção simbólica sobre segurança pública estas imagens produzem, tendo em conta o discurso policial muito presente e a tensão provocada em relação ao jornalismo tradicional. O alicerce teórico vem de autores como Fausto Neto (2007, 2010) e Rosa (2014, 2016) sobre midiaticização, circulação e imagem; Flusser (2002) sobre imagens e imaginários.

Abstract

From the perspective of mediatization and the increase of the production and circulation of images with new devices, this paper deals with the *Facebook* page 'Boletim Geral', which displays shocking pictures of explicit violence and death. Through the analysis of photographs, text, and interactions with the public of the page, we try to understand which symbolic construction about public security these images produce, considering the highly present discourse of the police, and the tension provoked in relation to the traditional journalism. The theoretical foundation comes from authors like Fausto Neto (2007, 2010), and Ana Paula da Rosa (2014, 2016) on mediatization, circulation, and image; and Flusser (2002) on images and imaginary.

Palavras-chave

mediatização; imagem; jornalismo; Facebook.

Keywords

mediatization; image; journalism; Facebook.

1. Introdução

As imagens participam da construção do imaginário humano desde a pré-história, com as pinturas rupestres, por exemplo. Porém, as possibilidades tecnológicas alcançadas pela sociedade provocaram uma explosão na profusão de imagens. Agora estas são produzidas e divulgadas por bilhões de pessoas, na forma de fotos e vídeos, por meio de dispositivos técnicos (físicos e virtuais) sempre à mão.

Aqui analisamos a página do *Facebook* intitulada "Boletim Geral", que divulga acontecimentos do âmbito policial na mídia social através de imagens cruas e impactantes. Nela, as informações são apresentadas em texto de maneira sucinta, enfatizando primordialmente a imagem como gatilho principal do conteúdo apresentado. Destaca-se que esta página foi extinta no início de 2018, exatamente por exceder às exigências do filtro *Facebook*¹ quanto ao teor das imagens. No entanto, o movimento de aparecimento e desaparecimento de páginas com forte apelo sensacionalista e policial é característica deste tipo de publicação, que nasce já com um limite temporal previsto: o da subversão às regras do *Facebook*. Após o banimento novas páginas são criadas mantendo o mesmo perfil de publicações, transformando o processo de circulação destas imagens em cíclico e tentativo. Entendemos que esta especificidade do objeto de análise merece a atenção enquanto um fenômeno comunicacional típico de uma sociedade em midiatização.

O perfil em análise oferece a seu público o que os meios de comunicação tradicionais comumente não publicam e se destaca pelo número de acessos e curtidas. Imagens que chocam, que re-

tratam a violência, a morte explícita. A descrição da página anuncia: "Cuidado ao acessar. Imagens fortes. A realidade nua e crua dos fatos". Este anúncio já deixa claro o papel central das imagens no conteúdo postado. A imagem é entendida como "a realidade nua e crua" e, portanto, um documento- prova.

Para compreender esse quadro de aumento vertiginoso da circulação das imagens e da emergência de veículos como o *Boletim Geral*, situamos a página no cenário da midiatização, no qual se mobilizam processos comunicacionais, contextos sociais e dispositivos, sendo que

há uma nova modalidade de interação entre os campos sociais, particularmente, caracterizada pela tomada como por empréstimo, por parte de outros campos, de regras do trabalho jornalístico, e que são apropriadas, como condições de produção, para a geração dos novos processos de noticiabilidade. (FAUSTO NETO, 2007, p. 119-120).

O jornalismo passa a ser tensionado justamente por ser retirado do posto de único produtor ou legitimador de sentidos nos fatos midiatizados. Aí surgem diversos espaços para que atores sociais que não tenham a função midiática como ofício, manifestem seus sentidos e discursos.

Um dos atores, de papel central para o caso aqui analisado - a página *Boletim Geral* - é a polícia, que é onipresente nas postagens. Este e outros atores adquirem a potencialidade de se comunicar com o público sem depender dos meios tradicionais, seus critérios e interesses.

Se a emergência de um veículo como o *Boletim Geral*, no *Facebook*, torna-se possível em função das lógicas e dispositivos próprios da midiatização, quais interesses e imaginários os atores sociais colocam em movimento? Que tipo de atração estas imagens violentas geram e quais construções simbólicas sua circulação concretiza ou fortalece?

1 O filtro do *Facebook* para imagens de teor de violência foi implantado no final de 2015 após casos de exibição de imagens de cabeças espetadas na Síria e de vítimas de atentados como o *Charlie Hebdo*. Destaca-se que é exigência do *Facebook* que os vídeos e fotografias com teor de violência alertem sobre o conteúdo a ser exposto.

Pretende-se analisar - do ponto de vista das imagens, dos textos escritos e das interações nos comentários das postagens - quais são as impressões geradas pelas fotografias, compreender como o público da página se relaciona com elas e como se dão as interações entre os consumidores das fotos. Antes, porém, procederemos à exposição do alicerce teórico no qual embasamos nossa análise.

2. Miatização e construção de sentido a partir das imagens

A comunicação social, já há algum tempo, não pode mais ser compreendida como uma relação unilateral de produção de conteúdo entre emissor e receptor. Por meio da evolução e multiplicação de dispositivos técnicos acessíveis ao grande público, chegamos a uma recepção que também produz. Por isso, falamos em uma sociedade miatizada ou em vias de miatização, que sucede a sociedade dos meios. Isso não quer dizer que as lógicas dos veículos tradicionais tenham sido suplantadas, que as grandes corporações midiáticas não sejam mais hegemônicas. Na verdade, às vezes, o poder de atribuição de sentido e valor dessas instituições tradicionais é mesmo reforçado nos processos de miatização. O que ocorre é que entram em jogo novos atores, novas configurações nas correlações de forças, novas possibilidades de comunicação tanto para as instituições midiáticas como para as não midiáticas. Como explica Fausto Neto:

os acontecimentos são tessituras complexas, e na sociedade marcada por elevados processos de miatização, se engendram muito além das próprias fronteiras do jornalismo. Seus fluxos de produção, circulação e de recepção estão subordinados e dispostos à uma complexa rede de dispositivos e uma teia de relações entre campos, afetados por lógicas, regras e operações do próprio trabalho da miatização. (NETO, 2007, p. 119).

As condições técnicas geradas pela disseminação do uso dos dispositivos midiáticos conferiram mais autonomia às instituições não midiáticas, em relação ao campo jornalístico, nos processos de comunicação com o público. Se, na sociedade dos meios, os diferentes campos, como político, acadêmico, etc., precisavam quase que obrigatoriamente, ainda que com desconfiança, recorrer à mediação jornalística para sua divulgação, hoje esses atores podem utilizar as redes sociais, sites, vlogs, entre outros, com uma eficácia bastante satisfatória.

Conforme Adriano Duarte Rodrigues (1999), o campo dos *media*, como o denomina, teve sua emergência consumada em meados da década de 80. Para o autor, os dispositivos midiáticos são complementos de nossos órgãos sensoriais e reconstruem o sentido da experiência do mundo. A principal função do campo dos *media* é a discursiva, sendo que este campo se consolida como porta-voz e legitimador das funções específicas dos demais campos e é legitimado por estes, já que lhes é imprescindível.

É por isso que, à medida que o campo dos *media* se autonomiza, cada um dos outros campos tende a profissionalizar um corpo próprio encarregado de assegurar esta função de mediação, encarregado sobretudo de redigir *releases* ou comunicados destinados ao público. (RODRIGUES, 1999, p. 27).

No caso do Boletim Geral, temos o papel central desempenhado por uma instituição não midiática, que é a polícia, a qual envia as imagens para o administrador da página. Não é de surpreender, portanto, a linguagem visual e textual muito próxima do campo policial nas postagens. Essas são questões que tensionam o conceito tradicional de jornalismo. Agora não temos mais apenas algumas instituições que fornecem notícias. Qualquer um pode fazê-lo. Torna-se difícil classificar as informações e é pertinente questionar, por exemplo, se as

imagens postadas pelo Boletim Geral atendem à finalidade de proporcionar compreensão sobre os fatos. No que se refere à atuação dos campos sociais em sua promoção, Ana Rosa comenta que:

ao tomar como ponto inicial das operações midiáticas o fato de que as instituições não-midiáticas, ou aquelas que não possuem fins jornalísticos, se valem de estratégias também midiáticas para alcançar o campo das mídias, percebe-se que, cada vez mais, os fatos vêm sendo colocados em uma situação de secundários em relação aos sentidos gerados pelas coberturas jornalísticas. (ROSA, 2014, p. 2).

Se aqui tratamos dessa tensão entre campos provocada pela midiatização de imagens, partimos da ideia de que as imagens técnicas são construções sociais, e não janelas para a realidade. As imagens técnicas são tecno-imagens, portanto, projeções de sentido sobre superfícies, o que implica cada vez mais tensão com a referência. Como alerta Vilém Flusser,

a aparente objetividade das imagens técnicas é ilusória, pois na realidade são tão simbólicas quanto o são todas as imagens. Devem ser decifradas por quem deseja captar-lhes o significado. Com efeito, são elas símbolos extremamente abstratos: codificam textos em imagens, são metacódigos de textos. A imaginação, à qual devem sua origem, é capacidade de codificar textos em imagens. (FLUSSER, 2002, p. 14).

Se as imagens são, nesse sentido, metacódigos de textos, contribuem decisivamente na estruturação de imaginários individuais e coletivos. Não retratam uma cena isolada apenas, mas um quadro de crenças. Por um lado, uma imagem pode redundar em diversos significados, em função de diferentes indivíduos que a interpretam, já que "a imagem revela mais de quem a contempla do que

de quem a produziu" (Rosa, 2016, p.79). Por outro, várias imagens diferentes podem reforçar uma única imagem no sentido simbólico, uma construção do imaginário. A questão central é que as imagens técnicas fazem emergir uma nova estrutura social, esta ancorada naquilo que Flusser chamava de uma "sociedade informática" (Flusser, 2008). Deste modo, as fotografias e vídeos produzidos pela polícia e disponibilizadas para circulação em espaços "tentativos de notícia" jogam com a ideia de circuito fechado. O autor tcheco já destaca que "queremos e fazemos o que as imagens técnicas querem e fazem", isto é, há um comportamento social programado.

No caso do Boletim Geral, como veremos na análise do empírico, temos diversas imagens e textos verbais que seguem determinadas lógicas parecidas e constituem temas como assaltos frustrados pela polícia, morte de criminosos em confronto, homicídios em geral, etc. As postagens provocam interesse e são consumidas de forma constante, gerando sempre comentários semelhantes aos posts anteriores. Isto é cada nova imagem vai corroborando um determinado quadro sobre as questões de violência e insegurança, programando modos de ver. Uma aproximação poderia ser feita com o conceito de fagia social, um dos cinco níveis de circulação e apropriação de imagens propostos por Ana Rosa (2016). A fagia social é o processo em que atores sociais "devoram" imagens inscritas na circulação por instituições jornalísticas e as crescem de discursos e sentidos diferentes, mas preservando a imagem em si. Aqui temos o público da página inserindo discursos verbais às imagens por meio dos comentários e compartilhamentos, como quando alguém diz "bandido bom é bandido morto", por exemplo. Diferenciando que, neste caso, temos uma página de *Facebook* inscrevendo as imagens e não uma mídia tradicional. Ou seja, diferentemente do abordado por Rosa (2016), as imagens, aqui, não são produzidas por instituições

jornalísticas que migram para espaços de atores sociais, elas já nascem nesse espaço, fruto de construções imagéticas que não entrariam na pauta de instituições tradicionais. Ao mesmo tempo, o conceito de fagia se evidencia pela lógica da replicação instaurada, assim como pela manutenção em circulação de uma imagem consolidada sobre o fato, mesmo que formada por muitas fotografias e vídeos.

Sendo assim, as pessoas se apropriam do conteúdo, replicando informações variadas frente a um processo cuja origem desencadeia diferentes nuances de compartilhamento. Nesta dinâmica de sujeitos em atuação coletiva, Fausto Neto afirma que:

são modelos equidistantes à teoria da ação que vão situar a problemática da recepção em outro patamar. São, justamente, os limites pouco revelados nestas fronteiras que causam a ampliação dos olhares e a constatação de que a questão dos efeitos está associada mais a uma problemática de complexidades do que das linearidades. (NETO, 2010, p. 60).

A circulação, neste caso, também ultrapassa o compartilhamento de informações e passa a abranger interações. Por exemplo, na postagem do triplo homicídio que apresenta o seguinte fato: "Data: 03/10/16, hora: madrugada, fato: Dois (2) homens e uma (1) mulher foram mortos em Imbiruçu -Santo Antônio da Patrulha-RS. Uma quarta vítima, gravemente ferida, foi conduzida ao Hospital. Os autores ainda atearam fogo e deixaram a válvula do gás aberta. Identificação das vítimas: João Batista Santos da Silva, Renan Corrêa da Silva, Ana Cristina Motta dos Santos mortos no local. Cleiton Corrêa da Silva conduzido ao hospital". Nesta postagem, os comentários circulam, visto que além dos comentários emitindo opiniões "que horror", "alguém conhece?", surgem também as marcações com os nomes dos internautas que terão acesso à notícia ao visualizarem a notificação no *Facebook*.

3. Análise do empírico

A página Boletim Geral, interligada ao programa de web rádio de mesmo nome, é vinculada à editora de jornais "Líder do Vale", oriundo de Sapucaia do Sul, que mantém um conjunto de veículos comunicacionais como jornal, rádio web, TV online e jornal digital, além de um informativo da Brigada Militar, quase todos com um caráter bastante amador. Neste sentido, a *fanpage* acaba complementando visualmente as informações compartilhadas pelos demais veículos, captando audiência e maior interação em rede.

Nota-se na dinâmica de atuação da página uma tentativa de intervenção jornalística na construção de uma narrativa noticiosa, porém despida de critérios elaborados para a prática. Ou seja, há uma tentativa de agir conforme os padrões e regras da prática jornalística, revestindo a informação de um tom de legitimidade típico do jornalismo profissional, mas resguardando o tom e o formato informativo do boletim policial. Contudo, a tentativa de construir uma narrativa noticiosa, esbarra na ausência dos critérios de notícia do jornalismo, já que aquilo que orienta o fazer da página é exatamente o que seria excluído no jornalismo tradicional. Tome-se como exemplo as imagens de corpos e vítimas, estas certamente não teriam espaço em outras publicações, mesmo quando os fatos a que remetem tenham interesse coletivo. Segundo o radialista Neiron Marx, idealizador da página, as imagens, bem como as notícias, são encaminhadas a eles pelos próprios agentes de segurança pública e afirma que o critério chocante é o que mais chama a atenção dos internautas. Nota-se em sua fala, a ideia de "adaptação" do texto policial para o texto jornalístico, no entanto o que vemos na página é uma adaptação que "reveste" o discurso policial de uma aparência de notícia, borrando as bordas entre os campos.

Para analisar o material empírico (postagens e interações na página) definimos um período de duas semanas, do dia 23 setembro a 7 de outubro de 2016. Nesse espaço de tempo, ocorreram sete

postagens por parte da administração do perfil (em média, uma a cada dois dias). Ou seja, as postagens não são diárias. Às vezes tem-se alguns dias de intervalo entre uma e outra. E há dias que contam com mais de uma postagem. Este recorte temporal levou em conta dois critérios centrais: a) a quantidade de postagens e de comentários e b) a inexistência de fatos macro, isto é, não se buscou observar a página a partir de acontecimentos pré-estabelecidos como um crime de grande repercussão, mas para observar o seu fazer cotidiano no que diz respeito à pauta de segurança pública no Estado do Rio grande do Sul, que vem sendo, inclusive no âmbito político, uma das principais temáticas sociais tendo em vista o aumento significativo da violência urbana, mesmo em cidades de pequeno porte.

3.1 “Imagens fortes”

Ao acessar a página Boletim Geral, fica-se frente a frente com fotografias de morte e violência que saltam aos olhos. Antes de ler a descrição da página ou o texto das postagens, as imagens prendem a atenção, são o elemento principal do perfil. São fotos geralmente sem grande qualidade de resolução e com enquadramentos estranhos ao que vemos normalmente em jornais e portais de notícias. São fotos que poderiam ter sido tiradas por qualquer pessoa com um celular. Os enquadramentos, aliás, por vezes não oferecem uma boa noção do que retratam, cortando elementos, com planos fechados ou abertos demais, gerando alguma confusão visual.

A primeira postagem² que observamos traz a ocorrência de um corpo encontrado em uma vala. A imagem (figura 1) mostra o corpo parcialmente coberto pela água e sujo de lodo.

Já a postagem³ de 3 de outubro trata de um triplo homicídio. Uma das fotos (figura 2) enquadra uma parte das pernas e o tronco de uma vítima cuja camiseta está manchada de sangue. Uma

segunda foto tem um plano mais geral do cômodo em que estão os corpos, sendo que há riscos negros adicionados sobre os rostos para preservar suas identidades.

Figura 1 - Corpo encontrado em vala.



Fonte: Reprodução/Facebook.

Figura 2 - Ocorrência de triplo homicídio.



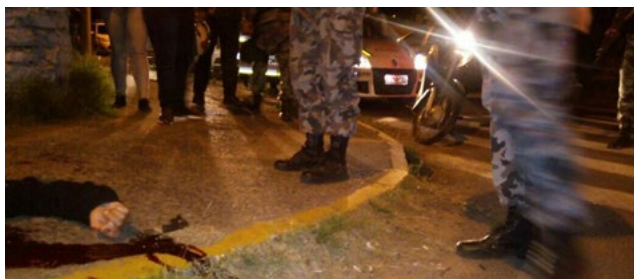
Fonte: Reprodução/Facebook

2 https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=

3 <https://www.facebook.com/permalink>

Nos dias 23 e 28 de setembro são apresentadas duas postagens contendo o tipo de ocorrência bastante popular e frequente na página: o assalto frustrado pela polícia. No post do dia 23⁴, percebe-se o registro de um homicídio que resultou em duas pessoas presas pela polícia após anunciarem um assalto. Tudo foi registrado a partir da ação de um policial que estava entre os que sofreram o assalto, o que já indica uma ampla noção de midiaticização. Isto é a imagem produzida iria circular. Na primeira foto (figura 3), aparece um braço estendido na rua, com sangue que escorre a seu lado. Ao redor, vemos as pernas de policiais militares fardados e suas botinas. Outras imagens semelhantes, onde a presença da polícia é evidente, são bastante utilizadas pela página. Isto é, a figura da polícia é frequente nas imagens “jornalísticas” deste espaço, o que sugere uma coprodução desta instituição.

Figura 3 - Assalto frustrado pela polícia.



Fonte: Reprodução/Facebook.

O público não só consome estas imagens, como também as compartilha e marca amigos para as verem, apesar de seu caráter agressivo aos olhos. Há interesse em ver e mostrar para os conhecidos também. A crueza das imagens confere um aspecto de veracidade, fatos “sem edição”. O aspecto não convencional da qualidade das imagens também parece atrair por passar a impressão de ocorrência imediata, uma fotografia que foi tirada em primeira mão, diretamente de onde aconteceu e antes das câmeras de jornalistas.

⁴ https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1129604147125561&id=928237500595561

3.2 Texto

A composição textual reveste as imagens construindo uma história que, independente do fato em si, atrai o leitor para que este “deguste” o acontecimento dentro de uma costura narrativa que se desenvolve tal qual uma trama cinematográfica. O texto trabalhado pelo idealizador da página aviva, na mente do internauta, um desejo de descobrir o desfecho do caso, entretanto, esse desfecho pode ser vasculhado e redefinido pela lógica de quem se apropria do conteúdo e replica outras variações para os acontecimentos narrados.

Os títulos das postagens iniciam sempre em caixa alta e utilizam substantivos, verbos no pretérito e gerúndio como na postagem do dia 8 de setembro com o título “Fabricando Balinhas” e na data de 4 de setembro “Homicídio – São Leopoldo”. O corpo da notícia se constitui em forma de relato sucinto, salientando elementos da foto e não ofuscando a mesma. Fica claro que o público se interessa, prioritariamente, pelas imagens, tanto que as postagens que possuem textos maiores, recebem menos comentários. Outra curiosidade envolve o tipo de linguagem utilizada: argumentos que contêm gírias chamam a atenção e fomentam comentários dos internautas, mediante a identificação com uma linguagem informal. Um exemplo disso é a postagem de 23 de setembro com o título “Assaltaram e se ferraram”. O texto é muito semelhante a um boletim policial – informa o local e o fato, numa descrição breve. Isto é feito geralmente em tom de quem “conta” uma história, com verbos no passado, o que é menos comum em texto jornalístico, mas bastante usado na narrativa de rádio quando são feitos os boletins policiais.

É notório que a disposição do texto em cada post varia com relação à quantidade de linhas, de maneira que o formato padrão abrange no mínimo cinco e no máximo dez linhas, para que o texto não obstrua a percepção principal, no caso, a imagem. Todos os títulos são escritos em caixa alta, sus-

tentando a atenção do leitor para uma tentativa de enfatizar, simbolicamente, a violência, isto se dá desde a grafia até a imagem em diferentes tons.

3.3 Interações

Uma das primeiras constatações a destacar sobre as interações entre a página e o seu público é que os comentários nas postagens, com raras exceções, não têm cunho problematizador. Quer dizer, são incomuns os debates, discussões ou conflitos de ideias entre o público. Outro ponto é que o administrador do perfil da página não interage nos comentários das fotos; apenas faz intervenções muito pontuais para adicionar alguma informação que alguém solicita, como a identificação de uma vítima, por exemplo.

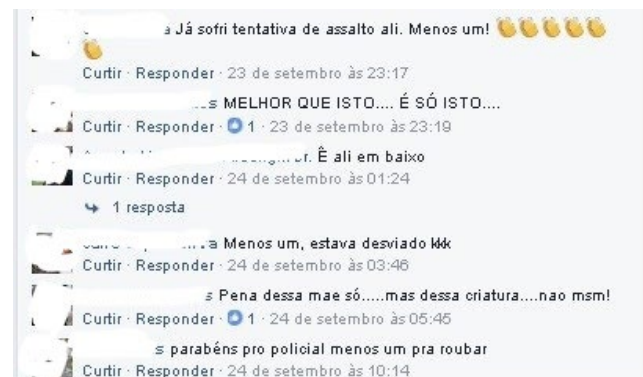
Assim, os comentários seguem um padrão de conformidade com as ocorrências que acabam "bem" e consternação com os fatos tristes. Cada um dá o seu apoio à polícia ou seu voto de indignação para com a insegurança, comungando com os demais que compartilham o espaço. Interessante notar que são reproduzidos certos discursos de maneira exaustiva: cada um replica bordões do senso comum ou encaixa suas noções de justiça e segurança sobre cada fotografia, como "bandido bom é bandido morto".

Como exemplo, podemos citar uma postagem que traz fotos de um assalto frustrado, em que temos quatro comentários que trazem as palavras "menos um". Outros comentários comemoram e parabenizam a ação policial. Essa postagem também teve 32 compartilhamentos. De modo geral, as interações, aqui, manifestam o sentimento de que há justiça foi feita. E percebe-se a narrativa de heroísmo do policial que reagiu ao assalto com sucesso.

Já na ocorrência de um assalto a um posto de gasolina que teve dois presos e dinheiro apreendido, há um elemento novo, que é a descrença em relação às instituições da justiça. Os policiais

fizeram sua parte e são festejados, mas se teme que, como não foram mortos, os assaltantes logo estejam soltos. Um comentário diz: "A polícia fez a sua parte agora espero que a justiça os mantenha presos!" Outro é mais cético: "Um excelente trabalho da brigada militar... Pior e q amanhã esses vava...GaGa...bunbun..dodos...já estão nas ruas cometendo mais crimes isso e um tapa na cara da sociedade...uma boa tarde a todos!!!!". Alguns também lamentam e incluem a sentença "pena que não morreu".

Figura 4 - Comentários sobre morte de homem pela polícia.



Fonte: Reprodução/Facebook.

Nas fotos que trazem vítimas fatais, que não sejam os "bandidos", há indignação com a insegurança e medo por ela provocado. Muitos evocam Deus e questionam "Para onde estamos indo?". Uma peculiaridade é que no caso do corpo encontrado em um valo em Esteio/RS (figura 1), há muitas pessoas questionando pela identidade do corpo encontrado, alguns inclusive aventando a possibilidade de ser o corpo de um rapaz desaparecido em Sapucaia/RS. As dúvidas seguem até que o próprio sobrinho do homem encontrado intervém nos comentários e dá o nome do tio, evidenciando o vínculo social constituído pela página. As pessoas afirmam não ter visto muitos detalhes do fato nas mídias convencionais. Portanto, aqui temos um caso em que o público se utiliza

da página do *Facebook* em contato direto com atores próximos do fato noticiado, sem nenhuma mediação jornalística. Esse gênero de postagem também tem bastante poder de atração: apesar de chocante e desagradável ao olhar. Há um interesse em ver o que aconteceu, há interesse na vítima, mesmo que seja um desconhecido. Este caso do corpo achado no valo, por exemplo, passou dos 100 comentários, teve 264 curtidas e 31 compartilhamentos.

Pode-se afirmar que o público que acessa o perfil tem opiniões gerais semelhantes sobre os temas. A interpretação dos fatos postados começa pelo impacto visual das imagens, passa pelo texto que as explica e culmina nos comentários que vão reconstruindo o significado das fotografias a partir de certos imaginários de que o combate ao crime deve ser com violência e força. Nos termos de Adriano Rodrigues (1999), a experiência do ser humano é por ele interpretada por "quadros de sentido construídos pela mediação", os quais, para serem efetivos, ele não pode perceber. O quadro é uma "fronteira" para a experiência, abarcando algumas coisas, deixando outras de fora. Aqui temos, especificamente, os comentários, após imagens e texto verbal do perfil que constroem um quadro para dar sentido ao que é retratado nas imagens e também sobre o que vai além de seu enquadramento: as noções de segurança e justiça.

3.4 Análise transversal

Se, em um primeiro momento, o que parece definir a página são as imagens chocantes, a análise dos três tópicos acima (imagens, texto e interações) aponta para uma complexa construção de sentidos na qual a polícia (em uma acepção ampla) é a chave para compreendermos as razões de ser do Boletim Geral. Embora não seja midiática por ofício, a instituição (polícia), envia as fotos, em primeiro lugar. Depois, sua linguagem está presente no texto verbal, com gírias e até piadas – para falar

de um assalto frustrado, por exemplo. O mesmo ocorre nas interações de comentários e compartilhamentos. Nessa parte não aparecem discursos próprios da polícia como instituição, mas de outros atores que se apropriam de certas lógicas e noções sobre segurança pública.

A crueza das fotografias, aliada à limitada quantidade de texto nas postagens, confere um caráter de imediatismo e realidade sem intervenção à página. O que é postado se apresenta como algo factual e concreto para o público, de uma forma bem mais intensa do que o jornalismo tradicional.

A construção do imaginário social, a partir das fotos, se constitui em uma via de mão dupla. Por um lado, a crueza do conteúdo permite que as interações construam significações não contidas (ao menos de forma explícita) nas publicações. Um exemplo é o desejo e a comemoração do que poderíamos chamar de justiça sumária – quando há morte de criminosos nas ocorrências. O outro lado da moeda é que as postagens já deixam um caminho de interpretação trilhado. Isso se manifesta nas fotografias, feitas do ponto de vista do agente de segurança pública, no respectivo texto escrito com jargão policial e no público em geral, cujas interações, de certa forma, desencorajam a expressão de opiniões divergentes nos comentários.

4. Considerações finais

Recapitulando as perguntas iniciais deste artigo, pode-se afirmar, prontamente, que a construção social que prevalece nas relações do perfil Boletim Geral com seu público é a de uma sensação de insegurança e falta da promoção da justiça por parte das instituições do Estado. Porém – e este aspecto é ainda mais marcante –, esse sentimento negativo é contrabalançado pela glorificação da polícia, personificada nos agentes que atendem as ocorrências no dia a dia, o que gera esperança. Isso é expresso em uma perspec-

tiva bastante maniqueísta, pela recorrência do bordão "bandido bom é bandido morto".

Retomando o conceito de fagia, de Ana Rosa (2016), temos a atração gerada pelas imagens de violência veiculadas pela página, que alimentam um imaginário já existente e o expandem. Essa "magia" desempenhada pelas imagens-choque não é diferente de outras tantas manifestações do desejo humano para este tipo de estética ao longo das eras, seja no cinema, na literatura, no folclore, música e no próprio jornalismo. Fica aberta, ainda assim, a reflexão acerca do impacto disso nesse caso específico, no qual há uma carência de aprofundamento jornalístico para uma compreensão mais multifacetada dos fatos - carência manifestada, por exemplo, com os textos muito rasos que acompanham as fotos e uma quase fusão com o relato do boletim policial.

O fenômeno comunicacional analisado na página Boletim Geral traz à tona interligações relevantes com os processos de circulação e midiática. É um estudo constante, visto que as lógicas de interação se reinventam, podendo adquirir diferentes significados. Os sujeitos sociais trocam constantemente de papel (emissor-receptor) e reformulam seus diálogos conforme a necessidade. A observação dos fatos, mediante a presença constante da imagem, traz à tona opiniões, expectativas e críticas conforme a cultura, regionalidade e diferentes interações sociais tanto dos internautas com a postagem, quanto com entre si nos grupos de discussão que se formam acerca de um fato exposto pela página. O produto desta equação nada mais é do que a repercussão (das imagens, do texto e dos próprios comentários).

O discurso da polícia, instituição não-midiática, não se deixa apenas perceber na forma de acesso às imagens ou no tratamento dado aos textos, mas efetivamente na presença testemunhal diante do fato. As marcas dessa presença se evidenciam nas próprias imagens. Assim, estabelece-se a presença desse ator social na mídia, havendo a construção

de uma imagem bastante positiva. A polícia, ganha, inclusive, status de protagonista nas ocorrências, deixando de ser mera fonte dos acontecimentos. Encontra, ainda, um público bastante receptivo ao seu discurso, sem necessitar de uma mediação direta de sua assessoria de imprensa ou de um veículo jornalístico tradicional.

Revela-se aí uma face importante ligada à mediação, a própria polícia se apropria de conhecimentos midiáticos para ter acesso a esse espaço, encontrando na página um local propício para que seu discurso, geralmente remodelado pelo jornalismo, possa se evidenciar com menor filtragem. Além disso, as fotos-choque, que colidem com o fazer jornalístico tradicional que prima por evitar o constrangimento do público, são a essência do Boletim Geral. O choque é sua razão, seu objetivo. É como se a página traduzisse a crueza da realidade, esta não bem representada pelos meios tradicionais. Os atores sociais que acessam a página e encontram nela uma identificação, sentem-se participantes, interferem nas produções a partir do momento em que podem trazer mais dados sobre um crime, complementar as informações já postadas e até mesmo enviar imagens por eles produzidas. Essa capacidade de acolhida do dispositivo, isto é, a página do Facebook, o transforma em um espaço de valorização social e coletiva dessas imagens, legitimando-as, papel esse classicamente atribuído ao jornalismo. Estaríamos, então, ante um movimento novo, no qual as fagias imagéticas definem a circulação da violência urbana com base em lógicas, oriundas das instituições midiáticas, mas que são integradas pela prática policial e pelos atores sociais, o que gera certa hibridização de campos. Cabe destacar que em 2018 a página foi retirada de circulação pelo próprio Facebook, no entanto, páginas semelhantes e alternativas passam a atrair esta produção amadora, até que sejam novamente barradas pelo seu teor. Importa perceber que o fato da impermanência da página no ar, não significa a impermanência de sua lógica ou conteúdo, ao con-

trário, verifica-se a presença em diferentes cidades de páginas de exploração da temática da violência pelo ângulo da polícia ou de um imediatismo de relato que se aproxima do jornalismo, mas que passa longe do seu fazer efetivo. O próprio Boletim geral já teve outros nomes e versões anteriores. Há uma necessidade de lidar com a temporalidade da página em função de uma "censura" de conteúdo realizada pelo dispositivo que a ancora. É exatamente este dispositivo, o Facebook, o espaço dos atores que ascendem aos meios.

Referências

- BOLETIM GERAL. **[Corpo no valão]**. Sapucaia do Sul, 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1130353783717264&id=928237500595561&qsefr=1>. Acesso em: 05/04/17
- _____. **[Triplo homicídio]**. Sapucaia do Sul, 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1137181303034512&id=928237500595561>. Acesso em: 05/04/17
- _____. **[Assalto frustrado pela polícia]**. Sapucaia do Sul, 23 set. 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1129604147125561&id=928237500595561>. Acesso em: 20/04/17
- _____. **[Assalto a posto de combustíveis]**. Sapucaia do Sul, 28 set. 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1133376966748279&id=928237500595561>. Acesso em: 20/04/2017
- _____. **[Latrocínio]**. Sapucaia do Sul, 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1129261567159819&id=928237500595561>. Acesso em: 20/04/2017
- FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.
- _____. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.
- NETO, Antônio Fausto. A midiatização jornalística do dinheiro apreendido: Das fotos furtadas à fita leitora. In: **Dossier de Estudios Semióticos, La Trama de la Comunicación**, Volume 12, UNR Editora, Rosario, 2007.
- _____. As bordas da circulação. In: **Revista Alceu**. PPGCOM/PUC- RJ, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 55-69, jan./jun., 2010.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Experiência, modernidade e campo dos media. Universidade Nova de Lisboa, 1999. **Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf> Acesso em 15 out. 2016.
- ROSA, Ana Paula da. Imagens-totens e circulação: a chancela jornalística do caso Michael Jackson. In: **Revista E-Compos**. Vol, 17. Nº 2, 2014.
- _____. De reflexos a fagias: os níveis de circulação e apropriação midiática das imagens. In: **Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos: cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y de los medios en red**. Argentina: Universidad Nacional de Rosario, 2016.

Igor Fernando Mallmann - Estudante de Jornalismo na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Bolsista de Iniciação Científica UNIBIC sob a orientação da prof. Dra. Ana Paula da Rosa. Integra o Grupo de pesquisa Epistecom e investiga temas referentes à mídiatização, imagem e jornalismo. **E-mail:** igor.mallmann96@gmail.com

Aline Santos - Estudante de Jornalismo na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Bolsista de Iniciação Científica FAPERGS sob a orientação da prof. Dra. Ana Paula da Rosa. Integra o Grupo de pesquisa Epistecom e investiga temas referentes à mídiatização, imagem, circulação e jornalismo. **E-mail:** aline.s.santos82@gmail.com

Ana Paula da Rosa - Jornalista, doutora em Ciências da Comunicação (UNISINOS), Mestre em Comunicação e Linguagens (UTP). Atualmente é professora nos cursos de Comunicação e no PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos, na linha de pesquisa Mídiatização e Processos Sociais. Orientadora deste trabalho de IC. **E-mail:** anaros@unisinos.br

Recebido: 23 set. 2018

Aprovado: 24 out. 2018

Crise Política no governo Temer (PMDB): uma análise do enquadramento noticioso da Folha de S. Paulo

Political crisis in the government Temer (PMDB): a framework for analysis of news Folha de S. Paulo

Mariane Motta Campos

Universidade Federal de Juiz de Fora
Juiz de Fora, MG, Brasil.

Mayra Regina Coimbra

Universidade Federal de Juiz de Fora
Juiz de Fora, MG, Brasil.

Resumo

O artigo busca analisar a interface mídia e política, tomando como objeto de investigação o jornal *Folha de S. Paulo*, sob a perspectiva do enquadramento noticioso dado aos pronunciamentos do presidente Michel Temer (PMDB) diante de momentos de crise no seu governo. Tendo em vista a crise política e institucional vivenciado no Brasil desde 2014, é importante trazer contribuições analíticas sobre o papel da mídia no agravamento desta situação peculiar da história do país.

Abstract

This paper analyzes the media and political interface, taking as object of investigation the newspaper *Folha de S. Paulo*, from the perspective of the news framework given to the pronouncements of President Michel Temer (PMDB) in the face of moments of crisis in his government. Given the political and institutional crisis experienced in Brazil since 2014, it is important to bring analytical contributions about the role of the media in aggravating this peculiar situation in the history of the country.

Palavras-chave

comunicação; crise política; enquadramento; Temer; mídia.

Keywords

communication; political crisis; framework; Temer; media.

1 Introdução

O presente artigo traz como objeto de investigação o jornal *Folha de S. Paulo*, sob a perspectiva de analisar o enquadramento noticioso, como representação da cobertura midiática, tendo em vista a centralidade da mídia, que, segundo Lima (2006), interfere nos diferentes processos e esferas da atividade humana, inclusive, a esfera política.

Em primeiro lugar, deve-se destacar a crise política que enfrentamos nesse momento, que não se limita ao governo Temer, mas se trata de uma situação de descrença nas instituições políticas. Remete a uma crise de representação política e um processo de desmonte da própria lógica democrática. Nesse sentido, ao discutir as democracias contemporâneas, Robert Dahl (1997) afirma que existem pobres aproximações do ideal democrático. O autor define dois eixos para analisar o bom funcionamento de um Estado democrático: a participação dos cidadãos e o grau de institucionalização. Dahl argumenta que os países que consolidaram, primeiramente, as regras institucionais e foram gradativamente ampliando a participação popular têm democracias mais consolidadas. No caso do Brasil, houve um processo inverso - ampliou-se o eixo da participação, mas não se investiu no processo de institucionalização.

Nesta mesma linha de análise, ao analisar a democracia brasileira, Santos (1993) afirma que o país se estruturou a partir de uma institucionalização precária, já que as regras mudam facilmente e de acordo com os interesses dos grupos dominantes. Além disso, o processo democrático brasileiro passou por vários momentos de ruptura, como os golpes militares em 1937 e 1964. Em 1985, iniciou-se finalmente o processo de consolidação democrática e o fato de termos chegado à sétima eleição presidencial (1989, 1994, 1998, 2002, 2006, 2010 e 2014) mostra o fortalecimento da democracia, porém a política brasileira ainda sobre interferências de grupo dominantes e

de interesses dos mesmos. Dessa forma, o processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff tem sido visto por muitos analistas políticos como mais uma ruptura da ordem institucional, mesmo sem o uso coercitivo da força. A polarização política intensificada após a vitória de Dilma em 2014, a grave crise política e institucional deflagrada a partir de 2015 e as movimentações que levaram ao impeachment da petista revelam um retrocesso no processo democrático brasileiro, considerado por estudiosos e analistas políticos como um golpe em função de não ter sido uma cassação respaldada em argumentos jurídicos sólidos e motivada muito mais por articulações políticas, principalmente de políticos do MDB (antigo PMDB), que era o principal aliado do PT. Santos (2017) considera o impeachment como um golpe jurídico, midiático e legislativo, o que leva a comparar o golpe de 2016 com o golpe de 1964 em alguns aspectos. Souza (2016) também aponta que o golpe já começou a ser articulado desde as Jornadas de Junho, quando as forças de direita começaram a se organizar.

Após o impeachment, Michel Temer (PMDB) assumiu o governo diante de uma crise econômica e política causada não apenas pela ruptura da ordem institucional, mas também pelos desdobramentos da Operação "Lava-Jato" que investiga uma parte da cúpula do MDB, incluindo o presidente, de corrupção envolvendo pagamento de propinas por empresas. Além disso, o governo Temer propôs uma série de reformas impopulares para a recuperação da economia. Tudo isso levou a queda histórica de popularidade do presidente Temer - segundo pesquisa do Ibope realizada em abril de 2017, 79% da população desaprova o governo Temer e segundo a Pesquisa Ipsos, também realizada em abril, 87% dos brasileiros rejeitam o governo Temer. A disputa presidencial de 2018 é incerta, já com uma grande fragmentação e um elevado número de candidatos e questionamentos a sua legitimidade, já que o ex-presidente Luiz

Inácio Lula da Silva (PT) que lidera as pesquisas de opinião pública para vencer no primeiro e no segundo turnos foi condenado a 12 anos e 9 meses de prisão, tendo sido preso no dia 07 de abril de 2018 por determinação do juiz Sérgio Moro.

A crise política vem ganhando grande visibilidade midiática e suscita questões importantes em relação ao papel da instância midiática na contemporaneidade. Constata-se que, no Brasil, há uma concentração de poder da mídia em poucos conglomerados (Lima, 2006). Tal controle horizontal dos meios de comunicação tanto massivos como digitais nas mãos de alguns grupos empresariais, familiares e políticos suscita outros questionamentos. De que forma a mídia interfere nessa crise como um importante ator político, tomando posicionamentos ao enquadrar os fatos a partir de determinadas percepções sobre a política? Como a *Folha de S. Paulo* vem retratando os discursos do presidente Michel Temer? Suas falas diante de momentos de crise em seu governo têm sido enquadradas positivamente ou negativamente pelo jornal?

2 Referencial Teórico

Antes de trazer uma análise sobre o enquadramento noticioso dos pronunciamentos de Michel Temer, o artigo apresenta uma base teórica e conceitual a partir de dois eixos temáticos: (a) a centralidade da mídia para a política, gerando uma ênfase personalista e uma cobertura espetacular; (b) a imprensa sob a perspectiva construcionista com ênfase na discussão sobre o enquadramento noticioso.

2.1 A centralidade da mídia para a política: o personalismo e a dimensão espetacular

Ao tratar da interface mídia e política, é imprescindível tratar da centralidade da mídia para a política. Segundo Lima (2006), a política nos regimes

democráticos é uma atividade eminente pública e visível, ou, é o que deveria ser. E é a mídia que define o que é público, ou seja, a mídia torna público o que for de seu interesse, com isso para se ter visibilidade, a política depende da mídia bem como a mídia depende da política para se pautar e até por questões mercadológicas. A partir daí podemos perceber a centralidade da mídia para a política, bem como a relação de simbiose tensionada entre os campos.

É importante trazer as contribuições sobre campos simbólicos de Bourdieu (1986). O campo, para o autor, é um espaço de disputa entre dominantes e dominados. E isso se dá tanto para o campo da política, como para o campo midiático. Todo campo, segundo Bourdieu, almeja a autonomia e o fechamento para si próprio, mas no caso da política o fechamento é limitado, já que esse campo precisa se abrir aos eleitores. O capital político é uma forma de capital simbólico (uma espécie de crédito especial), já que para se chegar ao objetivo e chegar ao poder o agente depende da popularidade dentro do próprio campo político. Mas Bourdieu destaca que cada vez mais a geração de capital político depende da visibilidade nos meios de comunicação, significando uma perda de autonomia para o campo político.

O campo midiático pode ser entendido também a partir da contribuição de Adriano Duarte Rodrigues. Na perspectiva de Rodrigues (1990, p. 202), a razão de ser do campo das mídias é constituída pelas funções de mediação. A atuação das mídias na sociedade envolve a publicização de informações, a tematização de agendas, a construção de cenários, enfim, ações que garantem a existência pública de um acontecimento. O campo das mídias detém então as modalidades de acesso, presença, circulação e permanência das diversas entidades na dimensão pública, o que conduz a realidade hoje ser confundida cada vez mais com aquilo que é midiático. Segundo Rodrigues, o campo da comunicação autonomiza-se a partir da emergência da modernidade e passa a ocupar o espaço de centralidade na vida social. A instância comunicativa mediática avoca a

tarefa de servir de mediação dos campos sociais, onde estes buscam visibilidade e transparência. Por isso, a política hoje para se realizar tem que recorrer à esfera midiática.

Segundo Miguel (2003), a visibilidade nos meios de comunicação é importante para o reconhecimento público, ou seja, para o crescimento na carreira política, deve-se ter essa visibilidade, que é alterada ou reafirmada pelos meios de comunicação. Miguel afirma que a mídia interfere na estruturação da carreira política já que influencia na produção de capital político. A partir do momento em que o indivíduo com alta visibilidade midiática pode conquistar cargos mais elevados na carreira política, a mídia torna-se uma fonte de capital político. O autor nomeia essa relação complexa entre mídia e política como "simbiose tensionada".

Em decorrência da simbiose entre mídia e política, tem-se uma crescente espetacularização do discurso. Nesse sentido, o processo teatral, dramático e espetacular que os campos sociais assumem está relacionado à lógica espetacular da mídia. Antes de entrar na discussão da espetacularização propiciada pela mídia, é importante tecer considerações acerca do trabalho de Erving Goffman (2013), que argumenta que a vida social é tecida por interações sociais pautadas num jogo de representação social e teatral. Os indivíduos exercem papéis e, no jogo de interações, mudam de máscaras sociais conforme o processo de interlocução.

Gomes (2004), por sua vez, explica que a política, para sobreviver, precisa se acomodar à lógica da cultura midiática, que é regida por uma natureza espetacular. Entende-se por espetacularização, sob a ótica do autor, o fato de a mídia acionar três subsistemas: a diversão, o drama e a ruptura das regularidades. Tudo o que entra na mídia precisa atender a um desses subsistemas. A política, então, torna-se mais dramatizada, porque se vive da criação de fatos novos e surpreendentes. Além disso, mesmo quando se tem uma

onda de denúncias e escândalos, não deixa de ser divertida e atrativa para o público midiático.

Esta relação entre a política e a mídia gera processos, como o personalismo e a espetacularização da política. Debord (1997), que tem uma visão bem crítica em relação ao capitalismo e à indústria cultural, afirma que a mídia se constitui como um forte elemento na vida da sociedade. Segundo o autor, por meio do processo de alienação, conceito apropriado da visão marxista, a mídia impõe a sociedade à passividade. Por isso, a opinião pública desaparece em meio ao cenário dominado pelas informações midiáticas.

Para Gomes (2004), o jornalismo político destaca-se nessa prática de usar a teatralização ao empregar, por exemplo, o uso de músicas em campanhas ou até o discurso informal que é utilizado de forma não autêntica por muitos políticos ou candidatos. Segundo Gomes, há um crescente interesse do jornalismo atualmente pela dramatização, principalmente depois da televisão. Gomes afirma que se o jornalismo busca desqualificar algumas encenações protagonizadas por políticos é porque ele mesmo quer controlar o espetáculo político.

A opinião pública se constrói através dos meios de comunicação. E os *mass media*, para Gomes, atuam como vitrines da indústria cultural. A mídia busca grandes audiências por meio da espetacularização, utiliza o poder de interferência na opinião pública para lucrar, vendendo a notícia e interferindo em setores importantes da sociedade como a política. O cenário político é mediado pelos *mass media* que não retratam a realidade, mas sim criam versões da realidade a partir de interesses editoriais, políticos e econômicos.

Segundo Gomes (2004), a cultura midiática é gerada diante de condições sociais que os meios de comunicação oferecem ao público ao emitir informações. Por isso, somente é possível compreender todo o processo de ligação entre

espetáculo e sociedade se analisar efetivamente o processo cultural e de valores da sociedade. Com isso, percebe-se que a importância desse tema para a interface mídia e política é a discussão da forma como os discursos políticos são construídos e lançados na mídia, pois a mídia é apenas mais um agente da espetacularização, juntamente com a cultura, e a política.

Junto ao processo de espetacularização, a mídia intensifica o caráter personalista da vida pública. Nesse sentido, Manin (1995) destaca o personalismo na vida política contemporânea. Segundo o autor, na sociedade atual os partidos políticos ficam em segundo plano, perdendo espaço para o voto. Assim, o eleitor na atual sociedade é influenciado pela imagem do líder, da pessoa. Essa característica cria uma crise de representação, com baixa identificação do eleitor com os partidos e com organizações como os sindicatos, por exemplo. Esse fator resulta em uma instabilidade eleitoral e ao mesmo tempo fortalece a mídia, que hoje acaba tomando o lugar que antes era dos partidos, fazendo assim, com que o campo político vá perdendo cada vez mais sua autonomia diante do campo midiático.

Manin (1995) destaca que antes os partidos políticos se preocupavam em apresentar o plano de governo e se comprometiam a cumpri-lo caso chegassem ao poder. Porém, segundo Manin, nos dias atuais, a estratégia eleitoral dos candidatos e dos partidos fundamenta-se, em vez disso, na construção de imagens vagas que projetam a personalidade dos líderes. O autor aponta que como consequência dessa personalização as eleições já não têm mais como foco o cidadão e suas reivindicações. Manin cria tipos ideais de democracia representativa e afirma que saímos de uma democracia de partidos, que vigorou até os anos 80, para uma democracia de público, centrada no papel central da mídia e nos líderes personalistas.

2.2 Enquadramento noticioso

Segundo Porto (2001), o conceito de enquadramento tem sido utilizado para definir os “princípios de seleção, ênfase e apresentação” usados por jornalistas para organizar a realidade e o noticiário. No caso da cobertura política, os enquadramentos permitem aos jornalistas conquistar audiências, organizar e interpretar temas e eventos políticos de forma específica. Para o autor, os enquadramentos noticiosos pautam as conversas e discussões sobre problemas sociais e políticos, fazendo com que o enquadramento tenha um importante efeito no modo como a audiência interpreta esses problemas. Em uma sociedade onde as pessoas possuem uma baixa escolaridade, por exemplo, essa interpretação tende a ser menos crítica. Com isso, o enquadramento dado pela mídia tem uma influência ainda maior.

Motta (2007) explica que os enquadramentos não são produzidos pelos jornalistas, mas recolhidos por eles da experiência e cultura humanas. No caso do jornalismo político, Motta explica que ele tende a utilizar os enquadramentos dramáticos lúdicos, tipo jogos (guerra, duelo, luta de boxe e outros), porque esses *frames* culturais enquadram melhor os enfrentamentos políticos, facilitando a compreensão dos complexos conflitos da política. O autor ressalta ainda que as disputas políticas representadas em metáforas de jogos tornam-se pedagógicas sem serem didáticas, ou seja, esse uso do enquadramento dramático na cobertura de política pode ser de fácil entendimento para o leitor ou telespectador, mas torna esse tipo de enquadramento simples demais para a complexidade da política.

Martins (2016) lembra que a objetividade jornalística é um mito e configura-se como uma estratégia de mercado. Ao cobrir um acontecimento ou ao elaborar uma notícia, o jornalista carrega consigo uma cultura e valores. Segundo a autora, o fator tempo, as rotinas de produção, os critérios

de noticiabilidade e os métodos jornalísticos são fatores que interferem na construção da realidade. Por isso, verificar o tipo de enquadramento que uma notícia tem é necessário, uma vez que a realidade é enquadrada de diversas formas.

3. Análise da cobertura da *Folha de São Paulo*

3.1 Metodologia e contexto político

Procedemos a uma análise de conteúdo das matérias publicadas pela *Folha de S. Paulo* a fim de compreender como foi dado o enquadramento dos discursos de Temer durante momentos de crise da sua imagem e de seu governo. Parte-se da compreensão de Bardin (2013), que compreende a análise de conteúdo como um método que aplica tanto técnicas quantitativas como qualitativas e visa a obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores que permitam ao pesquisador fazer inferências sobre o objeto investigado. As notícias veiculadas pela *Folha de S. Paulo*, conforme Quadro I, evidenciam bem o papel da mídia como ator político, ao escolher uma determinada angulação, um enquadramento. Pretende-se analisar as notícias a partir das seguintes categorias de análise: (a) a imagem do presidente e do seu governo no jornal; (b) Personagens; (c) as temáticas acionadas; (d) O caráter teatral e espetacular.

Quadro I - Notícias publicadas no Jornal *Folha de S. Paulo*

Data da publicação	Título	Jornalistas que assinam a matéria	Contexto
19 de maio de 2017	'Não renunciarei', diz Temer em discurso	Gustavo Uribe, Marina Dias e Bruno Boghossian	Após a divulgação das delações da JBS, que citam Temer
26 de maio de 2017	Temer faz aceno ao Congresso em busca de sobrevivência política	Marina Dias, Bruno Boghossian e Gustavo Uribe	Após manifestações contra o governo depois da divulgação das delações
28 de junho de 2017	Temer vê revanche de Janot e insinua que ele obteve propina	Gustavo Uribe e Marina Dias	Após Janot apresentar denúncia de corrupção passiva contra Temer
03 de agosto de 2017	Resultado é conquista das instituições, diz presidente	Gustavo Uribe e Talita Fernandes	Após a votação na Câmara dos Deputados que decidiu pelo arquivamento do processo contra Temer

Antes de começar a análise, é importante entender o contexto político. O governo Temer teve início no dia 12 de maio de 2016, quando assumiu interinamente até o fim do julgamento da presidenta Dilma Rousseff. No dia 31 de agosto de 2016, Temer assumiu o posto de presidente de forma definitiva, após Dilma Rousseff perder o mandato sob acusação por práticas de "pedaladas fiscais" - termo que se refere a operações

orçamentárias realizadas pelo *Tesouro Nacional*, não previstas na legislação, que consistem em atrasar o repasse de verba a bancos públicos e privados com a intenção de aliviar a situação fiscal do governo em um determinado mês ou ano, apresentando melhores indicadores econômicos ao mercado financeiro e aos especialistas em contas públicas. Ao chegar à presidência em meio a uma crise econômica, Temer propôs uma série de reformas para a recuperação da economia. A primeira delas foi aprovada por meio da PEC 55, que impõe limites de gastos futuros do governo federal, podendo cortar gastos inclusive de setores essenciais a população como saúde e educação. A PEC 55 foi aprovada em dezembro de 2016 e demonstrou a força da base aliada do governo Temer. Outras propostas foram apresentadas, como a Reforma Trabalhista e a Reforma da Previdência, consideradas as mais essenciais pelo governo para estabilizar a economia e reduzir os gastos públicos, mas, por outro lado, são as mais criticadas pela oposição, pelos movimentos sociais e organizações sindicais. Para os movimentos de esquerda, as reformas significam um retrocesso em termos de perda de direitos dos trabalhadores, garantidos tanto pela CLT como pela Constituição de 1988.

Porém, essas reformas impopulares bem como o envolvimento da cúpula do governo Temer e do próprio Presidente em esquemas de corrupção têm contribuído para a queda de popularidade de Temer. Segundo pesquisa do Ibope realizada em abril de 2017, 79% da população desaprova o governo Temer e segundo a Pesquisa Ipsos, também realizada em abril, 87% dos brasileiros rejeitam o governo Temer. Diante da impopularidade, diversas manifestações pedindo a saída de Temer e contra as reformas trabalhistas e da Previdência aconteceram em várias partes do país.

A Reforma Trabalhista foi aprovada em julho de 2017, demonstrando mais uma vez a força da base governista. Entretanto, a Reforma da Previ-

dência acabou não sendo votada após algumas manifestações por parte da população e principalmente devido ao ano de eleição, em que muitos políticos temiam a rejeição por conta de mais uma aprovação impopular.

A crise do governo Temer agravou-se após a divulgação da mídia, no dia 18 de maio, sobre as delações dos donos da Empresa JBS, Joesley Batista e Wesley Batista que gravaram conversa como Presidente Temer dando aval para comprar o silêncio do ex-deputado preso Eduardo Cunha. Os empresários denunciaram também o senador Aécio Neves (PSDB) e Guido Mantega (PT), ex-ministro da fazenda do Governo Dilma. Essas delações levaram o Supremo Tribunal Federal (STF) a autorizar abertura de inquérito contra o Presidente Michel Temer (PMDB). Além disso, a base governista se desestabilizou e, desde então, uma crise política assola não somente o Governo Federal, mas também as instituições políticas passam por uma instabilidade e incertezas para a disputa eleitoral em 2018.

No período de 06 a 09 de junho de 2016, o governo Temer passou por outro momento tenso, com o julgamento no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) da ação impetrada em 2014 pelo PSDB para cassar a chapa então eleita de Dilma Rousseff (PT) e Michel Temer (PMDB). Por 4 votos a 3, a chapa não foi cassada e manteve Temer no poder, mas gerou uma série de questionamentos ao TSE, principalmente ao presidente do Tribunal, o ministro Gilmar Mendes, que, anteriormente, quando Dilma estava no poder, defendia uma apuração e julgamento da chapa com um posicionamento crítico.

Após as denúncias dos executivos da empresa JBS, a Procuradoria abriu inquérito contra Temer, acusando-o de ter recebido a propina que Rodrigo Rocha Loures (PMDB) recebeu da JBS. A denúncia contra Temer passou primeiro pela Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) da Câmara que rejeitou o parecer pela admissibilidade

da denúncia contra o presidente Michel Temer, e aprovou o relatório substitutivo que sugeria o arquivamento do processo. Após isso, foi aberta a votação na Câmara dos Deputados, que poderia ser favorável ou não ao relatório da CCJ. Por 267 votos a 227 o Plenário votou a favor do relatório da CCJ, que recomendava a rejeição da denúncia da Procuradoria Geral da República por crime de corrupção passiva contra o presidente Michel Temer. Com isso, Temer só poderá ser julgado após a sua saída da Presidência e mais uma vez a força da base aliada do governo venceu.

Porém, no dia 12 de setembro de 2017, o ministro Roberto Barroso, do Supremo Tribunal Federal (STF), decidiu abrir um novo inquérito contra o presidente Michel Temer sob a suspeita, a partir da delação de executivos da J&F, de que ele possa estar envolvido num esquema de corrupção e lavagem de dinheiro na edição de um decreto que mudou regras portuárias. Com essa decisão, outra votação ocorreu em Plenário da Câmara. E em outubro de 2017, mais uma vez a Câmara decidiu pelo arquivamento da segunda denúncia contra Temer. Por 251 votos a 233 os deputados decidiram acompanhar o relator Dep. Bonifácio Andrada (PSDB), beneficiando o peemedebista. Diante disso, é importante analisar o enquadramento que vem sendo feito pela mídia da crise no governo Temer, tendo em vista a importância da mídia como ator político.

3.2 Análise de conteúdo da *Folha de S. Paulo*

O jornal *Folha de S. Paulo* tem grande circulação no Brasil, sendo o maior jornal de circulação em formato digital e o terceiro no formato impresso, no ano de 2015, segundo dados do *Instituto Verificador de Circulação (IVC)*, tornando-o um importante veículo para análise, principalmente tendo em vista que o mesmo realizou enquadramentos negativos com relação ao governo Dilma, é importante analisar como o mesmo enquadrou o governo Temer. Como *corpus* de análise foram escolhidas quatro matérias publi-

cadas pelo veículo sobre os principais momentos de crise do governo, a fim de analisar o enquadramento dado ao discurso de Temer nesses momentos, buscando compreender se o jornal buscou enquadrar positivamente ou negativamente as falas de Temer nos principais momentos de crise escolhidos: (1) Após a divulgação das delações da JBS, que citam Temer; (2) Após manifestações contra o governo depois da divulgação das delações; (3) Após Rodrigo Janot, Procurador Geral da República, apresentar denúncia de corrupção passiva contra Temer; (4) Após a votação na Câmara dos Deputados que decidiu pelo arquivamento do processo contra Temer. Tendo em vista que o jornal escolhido para a análise tem feito uma exaustiva cobertura do governo Temer e principalmente da crise política, foi escolhido um pequeno recorte dos principais momentos de crise do governo peemedebista até o momento da escrita.

3.2.1 A imagem do presidente e do seu governo no jornal

Nesse tópico a pesquisa adotará como operacionalizador de análise o conceito de valência, tal como desenvolvido pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Opinião Pública – Doxa, do antigo Iuperj (Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro). O conceito de valência tem por finalidade verificar o enfoque dado às reportagens jornalísticas, buscando esclarecer se elas prejudicam ou beneficiam a imagem de um candidato, governo, ações e estratégias governamentais. Conforme análise das 4 (quatro) notícias publicadas pela *Folha de S. Paulo* e que constituem o *corpus* do artigo, o presidente Michel Temer foi citado 14 vezes, sendo 10 de forma negativa (71%) e apenas 04 de forma positiva (29%), conforme o Quadro 2 a seguir:

Quadro 2 - Imagem do presidente e do seu governo.

Matéria:	Data de publicação:	Nº de vezes acionado positivamente:	Nº de vezes acionado negativamente:
1ª	19 de maio de 2017	1	2
2ª	26 de maio de 2017	1	5
3ª	28 de junho de 2017	0	1
4ª	03 de agosto de 2017	2	2
TOTAL:		4	10

De acordo com Rodrigues (1990), o campo midiático passou a ocupar um espaço de centralidade nas sociedades contemporâneas. Tendo em vista a centralidade da mídia, é importante analisar a imagem do presidente Temer e de seu governo, diante da mídia. No Quadro 2, é retratado o número de vezes que a imagem do presidente e seu governo são retratos pelo jornal *Folha de S. Paulo*, seja positivamente ou negativamente. Diante do enquadramento feito pelo veículo, percebe-se que a imagem do presidente foi apresentada mais negativamente nesses momentos de crise do governo. As matérias utilizam-se muito da palavra "crise" para caracterizar o governo Temer, ao mesmo tempo que aponta algumas vezes a baixa popularidade do governo: "Em um esforço para reverter a baixa popularidade, o presidente também quer retomar agenda de viagens pelo país..." Na matéria publicada no dia 28 de junho, os jornalistas afirmam que os deputados presentes no discurso de Temer foram chamados para blindar o presidente na entrada, desqualificando os apoiadores que apoiavam Temer no debate. Dessa forma, acionam mais uma vez de forma negativa a imagem de Temer, dando a

entender que os apoiadores estavam lá para representar o apoio de forma não espontânea.

Tendo em vista que o número de acionamentos negativos ao governo Temer supera os acionamentos positivos, pode-se concluir que as quatro matérias analisadas tiveram valência negativa, prejudicando a imagem de Temer diante dos quatro momentos de crise analisados.

2.2.2 Personagens

Segundo Manin, nos dias atuais, a estratégia eleitoral dos candidatos e dos partidos fundamenta-se na construção de imagens vagas que projetam a personalidade dos líderes, fortalecendo o personalismo na política. Além disso, como explica Gomes (2004), o jornalismo político destaca-se nessa prática de usar a teatralização e dentro do teatro a personagens, sejam eles "vilões" ou "mocinhos". Assim, é importante para a análise compreender como o jornal enquadró os personagens que Temer citou em suas falas.

A oposição não foi citada nas matérias analisadas. Nos momentos analisados, Temer tratou Rodrigo Janot (Procurador Geral da República), Marcelo Miller (assessor de Janot) e Joesley Batista (executivo da JBS) como seus adversários. E foi dessa forma que o jornal enquadró esses personagens, sempre utilizando as palavras "ataque", "insinuação" para contextualizar a fala de Temer com relação a seus adversários. Os adversários e aliados de Temer bem como Temer foram os personagens que mais apareceram nas matérias, conforme mostra o Quadro 3 (abaixo).

Quadro 3 - Personagens

Matéria	Data de publicação	Personagens
1ª	19 de maio de 2017	Temer; Joesley Batista; Eduardo Cunha, Bruno Araújo; Raul Jungmann; Rodrigo Rocha Loures; Rodrigo Maia; Carmem Lúcia
2ª	26 de maio de 2017	Temer; Fernando Henrique Cardoso; José Sarney, Lula; Tasso Jereissati; Rodrigo Maia; Admar Gonzaga; Tarcisio Vieira
3ª	28 de junho de 2017	Temer; Marcelo Miller; Rodrigo Janot; Rodrigo Rocha Loures e Joesley Batista
4ª	03 de agosto de 2017	Temer; Rodrigo Janot; Carlos Gomes; Francisco Franceschini; Esperidião Amin; Antonio Imbassahy

Conforme podemos ver no Quadro 3, muitos personagens apareceram nas matérias conforme o foco dos acontecimentos e conforme o discurso de Temer. Conforme Motta (2007) explica, o jornalismo político tende a utilizar os enquadramentos dramáticos lúdicos, tipo jogos (guerra, duelo, luta de boxe e outros), porque enquadram melhor os enfrentamentos políticos, facilitando a compreensão dos complexos conflitos da política. Dessa forma, é importante analisar como os personagens são enquadrados pela mídia, tendo em vista o poder midiático na opinião pública.

2.2.3 As temáticas acionadas

Quadro 4 - Temáticas

Matéria	Data de publicação	Temáticas
1ª	19 de maio de 2017	Recuperação econômica, renúncia; investigação; manifestações; mandato tampão
2ª	26 de maio de 2017	Investigação; julgamento no TSE; recuperação econômica
3ª	28 de junho de 2017	Investigação
4ª	03 de agosto de 2017	Reformas; Recuperação econômica

O Quadro 4 mostra todos os assuntos que apareceram nas matérias analisadas. Como podemos observar, a temática da recuperação econômica foi recorrente nos discursos de Temer e enquadrada nas matérias da *Folha*. Na matéria do dia 19 de maio, apareceu a temática do mandato tampão. Nesse momento, o veículo especulava quem assumiria o poder caso Temer saísse. Ainda na primeira matéria a renúncia foi trazida como tema, devido às especulações de que o presidente renunciaria. A segunda matéria trouxe a temática do julgamento da chapa de Temer, que poderia culminar na perda do mandato também. Já a última matéria trouxe como subtítulo “Reformas”, que foi uma temática de destaque no jornal após a Câmara decidir pelo não afastamento do presidente.

2.2.4 O caráter teatral e espetacular

Segundo Gomes (2004), a política contemporânea é espetacular porque se dedica a tarefa de providenciar eventos, fatos, situações e textos dotados de características espetaculares a fim de ganhar visibilidade para se impor na esfera da visibilidade da comunicação de massa, ou seja, o discurso político passa a adotar a espetaculariza-

ção para atender a lógica midiática que é teatral e espetacular.

Schwartzenberg (1977) discute a espetacularização da política, comparando o campo político a um espetáculo de teatro, no qual predominam os personagens e os seus papéis. Assim, segundo o autor o Estado passa a ser uma empresa teatral e a sociedade passa a ser espectadores dessas encenações.

Ao analisar as matérias veiculadas pela *Folha de S. Paulo*, percebemos o enquadramento dramático e espetacular dos discursos de Temer, que já são espetaculares o suficiente. “Não renunciarei. Repito: não renunciarei ..!”, declarou Temer”, podemos perceber um enquadramento dramático de uma fala já espetacular Temer.

Ao defender que o enquadramento predominante no jornalismo político é o enquadramento dramático e lúdico, Motta (2007) justifica que isso acontece para que a mensagem se torne mais fácil e compreensível. Na terceira matéria analisada, percebe-se claramente o enquadramento lúdico que Motta descreve, como se ocorresse um duelo entre o Procurador Rodrigo Janot e o presidente Temer: “Temer vê revanche de Janot e insinua que ele obteve propina”. Já fica claro esse tipo de enquadramento já no título da matéria.

Segundo Motta (2007), o enquadramento dramático dado no jornalismo político permite revelar, amplificar ou instituir conflitos, tensões, clímax; heróis e vilões; bons e maus homens, como na literatura e podemos concluir que isso também leva ainda mais a espetacularização da política. “O presidente também fez questão de elevar o nível dos ataques ao empresário Joesley Batista, da JBS, a quem chamou de “bandido confesso” e de “grampeador”...”, fica nítido o enquadramento dramático e espetacular do veículo.

Ao analisar a matéria, percebemos também que há um interesse em mostrar os bastidores da política, caracterizando ainda mais o caráter

espetacular: “Antes do discurso, Temer recebeu privadamente certa de 40 deputados, que já estavam sentados em seus lugares, e foram chamados para pajear o peemedebista durante a entrada”. Esse trecho da matéria esclarece também sobre o caráter teatral da política, atendendo a lógica midiática do espetáculo.

Considerações Finais

A partir das análises das matérias vinculadas pela *Folha de S. Paulo*, percebe-se que a imagem do governo foi enquadrada de forma mais negativa frente aos momentos de crise do governo, que foram tomados como recortes. As temáticas mais recorrentes nas matérias foram às reformas e a recuperação econômica, dando destaque, assim, a possibilidade de uma recuperação econômica vinda do governo do peemedebista. Foram acionados diversos personagens citados por Temer em seus discursos, dando pouco destaque as acusações de Temer aos seus adversários. Nas matérias analisadas, constata-se também o destaque dado a falas polêmicas e a necessidade de mostrar os bastidores por trás da crise política no governo peemedebista, reforçando a ideia da espetacularização midiática.

O governo Temer começou em meio a uma crise econômica e uma crise política causada pelas investigações da “Lava-Jato” que vêm envolvendo muitos políticos em escândalos de corrupção, bem como uma parte da cúpula do PMDB, partido do presidente. Além disso, o governo de Temer tem aprovado uma série de reformas impopulares, dentre elas a PEC 55, que impõe limites de gastos futuros do governo federal, podendo cortar gastos inclusive de setores essenciais a população como saúde e educação, e a Reforma Trabalhista, bastante criticada por movimentos de esquerda que vêm a reforma como um retrocesso em termos de perda de direitos dos trabalhadores, garantidos tanto pela CLT como pela Constituição de 1988.

Além disso, recentemente Temer também foi alvo da Operação “Lava-Jato”, mas conseguiu o apoio da maioria do Congresso que votou pelo arquivamento do processo contra Temer.

Tendo em vista a centralidade da mídia na sociedade contemporânea e no caso do Brasil em que há uma concentração de poder da mídia em poucos conglomerados (Lima, 2006), analisar um importante veículo como a *Folha de S. Paulo* é relevante para compreender como foi dado o enquadramento em momentos de crise do governo Temer. Diante da crise política que o Brasil se encontra, é importante nos perguntarmos qual o papel da mídia nisso? E qual a intenção dos grandes conglomerados midiáticos?

É importante destacar o caráter espetacular da mídia que tende a adotar buscando principalmente a audiência. Gomes (2004) entende por espetacularização, o fato de a mídia acionar três subsistemas: a diversão, o drama e a ruptura das regularidades. Tudo o que entra na mídia precisa atender a um desses subsistemas. Ao analisar as quatro matérias sobre os discursos de Temer, podemos observar que é acionado esses subsistemas. Cabe avaliar se a *Folha de S. Paulo* enquadra negativamente a fala de Temer buscando a espetacularização ou se o enquadramento é negativo por motivos editoriais e mercadológicos, cabe então analisar no futuro outros cadernos do jornal e em outros momentos, que não sejam momentos de crise, já que em momentos de crise o drama e a ruptura das regularidades tendem ao enquadramento negativo, já que a mídia tem de atender a lógica espetacular.

O governo Temer, apesar de enfrentar uma crise política e uma baixa popularidade histórica, conta com o apoio de boa parte do Congresso graças a acordos políticos. Isso revela que ainda tem um capital político forte no sentido de articular forças de apoio no Congresso. No entanto, tem uma visibilidade negativa na mídia, a partir de um enquadramento desfavorável da grande mídia e das mídias

alternativas, fato agravado por ser um dos presidentes com mais baixo índice de popularidade.

Enfim, os resultados aqui apresentados constituem um pequeno recorte diante da amplitude de veículos a serem analisados e de possíveis recortes. A intenção principal é trazer reflexões sobre a influência midiática nos processos políticos.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1986.

BORBA, F. M. **Propaganda negativa nas eleições presidenciais brasileiras**. *Opinião Pública*, v. 21, p. 268-295, 2015.

DAHL, Robert A. **Poliarquia**. São Paulo: Edusp, 1997.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2013.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2004.

LIMA, Venício A. **Mídia. Crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais (RBCS)**, São Paulo, ano 10, n. 29, out. 1995.

MARTINS, Thamiris Franco. **A construção da imagem de Dilma Rousseff (PT) na esfera midiática: dissonâncias e convergências narrativas entre a presidente e a candidata à reeleição**. Dissertação de mestrado (Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM UFJF). Juiz de Fora, 2015.

MIGUEL, Luís Felipe. "Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o congresso brasileiro". In: **Rev. Sociologia Política**. Curitiba, 20, p. 115-134, jun. 2003.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Enquadramentos lúdico-dramáticos no jornalismo: mapas culturais para organizar conflitos políticos. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 17, p. 1-25, julho/dezembro 2007.

PORTO, M. P. A Mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de S. Paulo, **Cadernos do CEAM**, Ano II, n. 6, 2001, p. 11-32.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação**. Lisboa: Presença Editorial, 1990.

SANTOS, Wanderley Guilherme dos. **Razões da Desordem**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1993.

SANTOS, Wanderley Guilherme dos. **A democracia impedida**: o Brasil no século XXI. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2017.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado espetáculo**. São Paulo: Difel, 1978.

SOUZA, Jessé de. **A radiografia do golpe**. Entenda como e por que você foi enganado. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2016

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

Mariane Motta Campos - Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). **E-mail:** marianemottadecampos@hotmail.com

Mayra Regina Coimbra - Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Graduada em Comunicação Social (Jornalismo), pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). **E-mail:** mayrarcoimbra@gmail.com

Recebido: 30 jan. 2018

Aprovado: 25 abr. 2018

Jornalismo Literário de Viagem: Jornalistas brasileiros flanando pelos Estados Unidos

Literary travel journalism: brazilian Journalists to stroll by the United States

Eduardo Ritter

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)
Santa Maria, RS, Brasil

Thâmara Roque dos Santos Sousa

Centro Integrado de Tecnologia e Pesquisa (Cintep).
João Pessoa, PB, Brasil.

Resumo

O *flâneur* é uma figura que caminha ociosamente e inteligentemente por ruas em deslocamentos urbanos. Muitos jornalistas, ao escreverem livros-reportagem de viagem, acabam se tornando, mesmo que inconscientemente, uma dessas figuras. A partir de levantamento feito de obras produzidas por jornalistas brasileiros em viagens internacionais foram identificados cinco livros de autores transitando pelos Estados Unidos. Percebe-se que, mesmo tendo sido escritas em épocas distintas (entre 1941 e 2015), elas apresentam alguns traços em comum, dentre eles, a narrativa autobiográfica com reflexões sobre os lugares visitados, em deslocamentos feitos de maneira totalmente diferenciados na comparação com o turista comum: flanando pelas ruas e conhecendo de maneira mais próxima a cultura do país visitado.

Abstract

The flâneur is a figure who wanders idly and cleverly the streets in urban displacements. Many journalists who write travel books become, even unconsciously, one of these figures. Based on a survey of works produced by Brazilian journalists on international journeys, this research identified five books of authors in transit through the United States. Although they were written at different times (from 1941 to 2015), the analysis shows that they present some common traits, among them the autobiographical narrative with reflections on the places visited, in displacements made in totally different ways in comparison with the common tourist: walking along the streets and knowing more closely the culture of the country visited.

Palavras-chave

jornalismo literário de viagem; *flâneur*; jornalista brasileiro; Estados Unidos; livro-reportagem.

Keywords

literary travel journalism; flâneur; Brazilian journalist; U.S.A.; book-report.

Que todos tenham uma boa flanada

Um jornalista e escritor gaúcho que faz uma visita de três meses aos Estados Unidos, após uma viagem de navio do Rio de Janeiro a Nova York no início dos anos 1940, e janta com um dos maiores cineastas de todos os tempos: Orson Welles. O nome dele é Erico Verissimo que, anos mais tarde, ainda em meio a Segunda Guerra Mundial, retorna para o país para lecionar em uma universidade durante dois anos e, entre uma flanada e outra, acaba recebendo o título de doutor em Literatura. Dessas duas passagens por solo americano, surgem as obras: *Gato preto em campo de neve* e *A volta do gato preto*.

Anos depois, já no século XXI, outro jornalista gaúcho também escreve uma narrativa de viagem para contar sobre as suas andanças por Nova York: Airton Ortiz, com o seu *Nova York*. Já o jornalista carioca Dodô Azevedo parte para a terra do Tio Sam para refazer a Rota 66, consagrada em *On the road*, por Jack Kerouac. Dessa experiência o autor publica *Fé na estrada*. Por fim, o correspondente brasileiro da TV Globo nos Estados Unidos, Rodrigo Alvarez, parte para a estrada logo após a primeira eleição de Barack Obama, em 2008. Durante 15 dias de viagem ele vai a fundo ao interior do país para entender um pouco mais sobre a cultura interiorana americana. Dessa aventura, que resultou em uma série de reportagens para a emissora brasileira, também nasce o livro *No País de Obama*.

São esses cinco livros, que no presente artigo são abordados como livros-reportagem viagem (Lima, 2004), o objeto de estudo desta pesquisa, que visa responder à seguinte questão: que características apresentam obras escritas por jornalistas brasileiros sobre os Estados Unidos, maior potência econômica do mundo e uma das principais referências em política e cultura para a América Latina? A partir disso, objetivando identificar e interpretar tais obras optou-se pela utilização de métodos de pesquisa abertos, que seguem as orientações de

Machado da Silva: "As lentes dos jornalistas e dos pesquisadores ampliam ou reduzem o observado de acordo com o grau de interesse do observador, do seu ângulo de visão e da sua grade de percepção" (Silva, 2011, p.16). Destarte, ressalta-se que os aportes metodológicos são utilizados conforme a etapa da pesquisa, que se caracteriza, principalmente, pelo seu caráter descritivo. "As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis" (Gil, 1994, p.45). Também são utilizados os conceitos de *flânuer* recuperados por Frandoloso (2017), afinal, o presente texto não deixa de ser uma flanada pelas ruas e estradas do Jornalismo Literário.

Iniciando o passeio, primeiramente é abordada a história e o conceito de Livro-Reportagem Viagem, na classificação de Lima (2004) e de Jornalismo Literário de Viagem, na de Martinez (2016). Posteriormente é feita uma breve apresentação dos autores dos livros pesquisados para, em um terceiro momento, analisar e interpretar as semelhanças e diferenças das narrativas das cinco obras escritas pelos quatro jornalistas brasileiros em viagem aos Estados Unidos.

Por fim, ressalta-se que o presente artigo pertence a um estudo mais amplo sobre a temática, sendo resultado dos trabalhos desenvolvidos no projeto de pesquisa intitulado "Jornalismo literário de viagem: narrativas de jornalistas transitando pelo mundo", coordenado pelo autor junto ao Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), campus Frederico Westphalen-RS. Assim, esse texto se junta a outros, como o que tratou da obra *Israel em abril*, apresentado no 14º Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) de 2016 e posteriormente publicado na Revista Tráide, da Universidade de Sorocaba (Uniso), e também ao texto *Jornalismo Literário de Viagem Internacional: Um Panorama do Cenário Brasileiro*, apresenta-

do no XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul (Intercom Sul) de 2017.

Flanando pela história e pelos conceitos do Jornalismo Literário de Viagem

Dentro dos estudos sobre Jornalismo Literário, um conceito tem ganhado força nos últimos anos: o de Jornalismo Literário de Viagem. Alguns autores apresentam reflexões iniciais sobre a temática, como Martinez (2016) e Lima (2004). A primeira autora aborda os relatos de trânsito humano feitos por jornalistas, salientando que após a consolidação do Jornalismo como profissão em meados do século XIX, diversos jornalistas, que também eram escritores, passaram a publicar no formato de livro o “excedente de seu material de reportagem ou reflexões sobre suas próprias viagens” (Martinez, 2016, p. 80). A pesquisa da autora, entretanto, não se limita ao formato livro, também incluindo vídeos, revistas, jornais e outras plataformas midiáticas.

Lima (2004), por sua vez, apresenta uma proposta de classificação para os livros reportagens. Dentre as 13 categorias mencionadas, uma delas chama-se livro-reportagem-viagem. Esse tipo de produção se caracteriza como Jornalismo Literário de Viagem. Conforme o mesmo autor, nesse tipo de texto o foco principal do jornalista é uma viagem para alguma região específica do mundo, “o que serve de pretexto para retratar, como em um quadro sociológico, histórico, humano, vários aspectos das realidades possíveis do local” (Lima, 2004, p.58). Diferentemente do relato turístico, a narrativa do jornalista apresenta técnicas profissionais de escrita, que são fundamentais para a produção de uma obra jornalístico-literária.

A partir dessas duas perspectivas, Ritter, Paula, Marques, Cabral, Vilanova e Andrade (2017) apresentam uma proposta de conceito para o Jornalismo Literário de Viagem. Conforme os autores, esse tipo de produção inclui apenas obras que tem

o trânsito do jornalista em primeiro ou segundo planos, ou seja, não estão inclusas bibliografias em que o jornalista viaja para determinado lugar para apurar uma pauta, mas em que a viagem não é mencionada ou praticamente não aparece na narrativa, como no clássico *A sangue frio*, de Truman Capote, por exemplo. No citado caso, o jornalista viaja para o interior do estado americano do Kansas para reconstituir a história do assassinato da família Clutter, mas praticamente não menciona o seu próprio deslocamento no romance de não ficção. Na perspectiva dos autores:

Vale ressaltar também que jornalismo literário de viagem apresenta perspectivas diferentes da ficção literária, como também não se restringe no que é visto cotidianamente na prática do jornalismo diário ou comercial, apesar de não se desprender do viés literário que intrinsecamente horizontaliza a disparidade do real com o que é fantasioso (RITTER; PAULA; MARQUES; CABRAL; VILANOVA; ANDRADE, 2017, p. 6).

Ou seja, tanto no deslocamento do jornalista e na narrativa sobre tal ação, o jornalista busca romper as suas limitações geográficas, interagindo com os elementos socioculturais do local onde ele se encontra e transmitindo isso ao leitor durante a narrativa. Vale ressaltar que, para isso, não há regras para a seleção dos episódios que vão ser inseridos no enredo, afinal, “diariamente, os veículos desprezam o acompanhamento de boas histórias” (Belo, 2006, p.14). O jornalista e escritor Ruy Castro, por exemplo, em entrevista concedida ao diretor da Revista Imprensa, Sinval de Itacarambi Leão, destaca que, quando parou de trabalhar em redações, em 1988, não o fez por opção, mas sim, por necessidade: “Nunca fiz essa opção. No começo de 1988 comecei a ter ideias que não cabiam mais em um jornal nem em revista porque exigiam muito mais espaço” (Leão, 2017, p.21), destacou o escritor, salientando que o livro

era a melhor alternativa para ele contar tudo o que tinha a dizer.

Nesse gênero, o jornalista não apenas narra, mas compartilha as experiências vividas com o leitor. “Desde os textos bíblicos as narrativas de viagem se fazem presentes na literatura universal. De Moisés cruzando o Mar Vermelho, às epopeias de Homero, há personagens que viajam por cidades, países e, anos mais tarde, continentes” (Ritter, 2016b, p.166). E como a narrativa sobre essa viagem acaba resultando em um texto diferenciado, por exemplo, daquele que objetiva a divulgação turística das localidades visitadas pelo jornalista? Para responder tal pergunta, vale a pena ser conferida a pesquisa feita sobre a história e o conceito de *flâner* por Frandoloso (2017) em *O flâner e as ruas*. Nessa obra, o autor propõe um passeio pelas ruas acompanhado de fotógrafos que se inspiraram em andanças não planejadas pelas cidades para registrar imagens em seus trabalhos, partindo do princípio de encontrá-las ao acaso. Destarte, no presente artigo, mais adiante, observar-se-á os acontecimentos registrados nas narrativas, no formato texto, que também foram encontrados inesperadamente pelos jornalistas-narradores em suas viagens feitas aos Estados Unidos em diferentes períodos.

Para o *flâner*, perfeito, para o observador apaixonado, eleger domicílio no meio da multidão no inconstante, no movimento, no fugitivo e no infinito, constitui um imenso gozo. Estar fora de casa e, no entanto, sentir-se em todo o lado em casa; ver o mundo, estar no centro do mundo, e permanecer escondido do mundo, tais são alguns dos pequenos prazeres destes espíritos independentes, apaixonados, imparciais, que a língua apenas pode definir de um modo imperfeito (BAUDELAIRE apud FRANDOSO, 2017, p.120).

Essa frase do poeta francês, recuperada pelo pesquisador brasileiro, reflete bastante o espírito

do jornalista-viajante que deixa o seu país para tentar descobrir um pouco mais sobre o que acontece em outros lugares, buscando a onipresença através de seu texto. Conforme Frandoloso (2017, p.121) o termo surge no século XIX para designar “uma nova experiência urbana, proporcionada pelo crescimento desenfreado das grandes cidades europeias”. Essa figura, chamada de *flâner*, anda pelas ruas ociosamente buscando os significados da modernidade. E, de certa forma, é o que os jornalistas brasileiros que viajam para os Estados Unidos buscaram retratar em seus livros: através de andanças feitas praticamente ao acaso, eles tentam encontrar significados ocultos que não são tão conhecidos do leitor brasileiro.

Flanando pela vida dos autores

A produção de livros-reportagem viagem por jornalistas brasileiros não chega a ser uma criação contemporânea, porém, como apontam Ritter, Paula, Marques, Cabral, Vilanova e Andrade (2017) em estudo intitulado *Jornalismo Literário de Viagem Internacional: Um Panorama do Cenário Brasileiro*, a especialização nesse tipo de produção cresceu a partir do século XXI. Conforme levantamento dos autores, de um universo de 99 obras com narrativas de viagem escritas por jornalistas brasileiros e estrangeiros publicadas em língua portuguesa por editoras nacionais, 60 caracterizam-se como livros-reportagem de viagens internacionais. Ou seja, essas obras sobre trânsito humano foram escritas a partir do deslocamento do jornalista para outro país, que não o seu de origem. E, dessas 60 obras, escritas por 35 jornalistas, cinco tem como destino os Estados Unidos. Porém, a forma de produção e os motivos das viagens de cada um dos quatro jornalistas que escreveram esses livros foram os mais variados.

Cronologicamente, os dois primeiros livros são do jornalista e escritor Erico Verissimo. O romancista nasceu em 1905 em Cruz Alta-RS e faleceu

em 1975, em Porto Alegre. De acordo com Ritter (2016), apesar de ficar conhecido como ficcionista, Verissimo teve uma longa trajetória no jornalismo, que inclui trabalhos na redação da Revista e Editora do Globo que lhe renderam a vitória na primeira eleição para a presidência da Associação Rio-grandense de Imprensa (ARI), em 1935. Apenas a partir da década seguinte é que Verissimo passa a se dedicar integralmente à literatura. “Já a partir de 1940 Erico Verissimo passa a dedicar praticamente todo o tempo à produção de livros, e no mesmo ano lança *Saga*” (Ritter, 2016, p.52). Logo após essa publicação, Verissimo lança o primeiro de seus quatro livros de viagem: *Gato preto em campo de neve*, publicado em 1941. Em 1946, ele publica *A volta do gato preto*. Essas duas obras são sobre viagens feitas pelo escritor aos Estados Unidos, detalhadas mais adiante. Seus outros dois livros de viagens são: *México*, publicado em 1957, e *Israel em abril*, de 1969.

Outro jornalista gaúcho que escreveu sobre os Estados Unidos foi Airton Ortiz, autor de *Nova York*. Formado em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), ele se destaca nesse tipo de produção, pois de 1999 até 2016 ele publicou um livro de viagem por ano, totalizando 18 publicações feitas pelo jornalista, escritor e fotógrafo. Ortiz (2015), que nasceu em Rio Pardo-RS em 1954, se autoproclama o criador do gênero jornalismo de aventura, já tendo vencido o Prêmio Ari de Jornalismo Cultural.

Luiz Fernando Azevedo, mais conhecido como Dodô Azevedo, é jornalista desde 1998, atuando em jornais como *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, e também trabalhando como professor de Literatura e Filosofia, escritor e músico (Azevedo, 2012). *Fé na estrada – seguindo os passos de Jack Kerouac*, que resulta de viagem feita pelo autor logo após os atentados de 11 de setembro de 2001, é o único livro com narrativa de viagem publicado pelo jornalista, que viajou para os Estados Unidos para tentar resgatar o espírito da

geração *beat* dos anos 1950 e 60 e que foi consagrada por três escritores americanos da época: Jack Kerouac, Alan Ginsberg e William Burroughs. “Se a *beat* teve Ginsberg e Kerouac como portavozes, teve Burroughs como orientador” (Willer 2010, p. 47). Textualmente, Willer (2010) ressalta como característica principal dos *beats* a fusão entre três esferas importantes da literatura, mas que geralmente estão separadas umas das outras: a produção simbólica, os acontecimentos cotidianos e os acontecimentos históricos e sociais. Tudo isso em uma narrativa de fôlego, mesclando ação, emoção, reflexão e o sonho e busca por algo perdido. Azevedo, por sua vez, encontrou a própria geração *beat* algo perdido que ele foi tentar encontrar em território norte-americano.

Por fim, o quarto jornalista a escrever um livro-reportagem de viagem sobre os Estados Unidos é Rodrigo Alvarez (2009), repórter da Rede Globo. Em 2008, em meio às eleições que levaram Barack Obama pela primeira vez à Casa Branca, o jornalista e um cinegrafista da emissora caíram na estrada para produzir uma série de reportagens para o *Jornal da Globo*. Como boa parte das histórias captadas pelo repórter não couberam no reduzido espaço da televisão aberta, Alvarez acabou encontrando no livro-reportagem uma maneira de contar com maior profundidade as diversas situações vividas por ele e seu colega de equipe nos 17 dias de deslocamentos pelo país. Além dessa obra, Alvarez, nascido em 1974, tem mais um livro contendo suas andanças pelo mundo como foco narrativo: *Haiti, depois do inferno*, de 2010.

Feita essa breve apresentação da biografia de cada um dos quatro autores analisados, são analisadas, descritas e comentadas as cinco obras. Como pode ser percebido ao longo do próximo item, cada uma delas têm suas particularidades, no entanto, todas apresentam um ponto em comum: o espírito *flâneur* de seus autores.

Flanando com Erico Verissimo, Dodô Azevedo, Airton Ortiz e Rodrigo Alvarez

Em uma manhã de 1940 o cônsul dos Estados Unidos em Porto Alegre entrou no gabinete de trabalho de Erico Verissimo para convidá-lo para uma viagem de três meses para visitar os Estados Unidos. A partir dessa viagem, Verissimo publicou *Gato preto em campo de neve*. Mesmo sem ter tido a intenção de escrever um livro-reportagem, o texto do jornalista e escritor acaba se enquadrando como uma narrativa biográfica de trânsito humano da proposta de Martinez: “Com a consolidação do jornalismo no século XIX, muitos jornalistas-escritores publicam em livros-reportagens o excedente de seu material de reportagem ou reflexões sobre suas próprias viagens” (Martinez, 2016, p.80). Foi exatamente isso que Verissimo e os outros autores analisados neste artigo fizeram.

Em sua narrativa, Verissimo começa relatando as histórias vividas por ele desde a partida do Rio de Janeiro em um navio chamado *Argentina*, passando pela chegada em Nova York e por viagens feitas a outras cidades e estados do país, até o retorno ao Brasil. Na narrativa, Verissimo não faz um texto propagandístico dos Estados Unidos, mas sim, conta em primeira pessoa o que ele fez, elogiando e criticando o referido país da América do Norte. Outra característica, possivelmente herdada do seu trabalho como jornalista na década anterior, é a habilidade em descrever lugares e situações, como, por exemplo, quando ele conta como é almoçar em um restaurante nova-iorquino: “Não há mesa vaga? Sentamo-nos junto de algum outro freguês, o qual nem sequer ergue os olhos para olhar a cara do recém-chegado” (Verissimo, 1996b, p.67). Além disso, ele também escreve sobre a história das cidades por onde passa e dos personagens que conhece ao longo do passeio. A cidade urbana, aliás, é o *habitat* natural do *flâneur*, que anda pela rua a procura do inesperado. “Qualquer cidade é composta em parte por sua materialidade e parte pelo imaginário que

aguça cada habitante. Portanto, elas só podem existir enquanto narrativa” (Frاندoloso, 2017, p.111). Nesse sentido que Verissimo atua como um *flâneur*: ele é o sujeito que anda ociosamente pelas cidades na busca pelo inesperado.

Em diversos trechos da narrativa, Verissimo está flanando pelas cidades americanas e, a partir desses passeios sem um objetivo específico ou destino certo ele apresenta as suas impressões e descrições do que é visto, como no seguinte trecho, em que o escritor está flanando por Nova York:

Passo pelo Columbus Circle. Um orador popular está falando contra Roosevelt. “Não temos nenhum interesse em ajudar os plutocratas a ganhar esta guerra” – berra ele. Alguns homens o escutam em silêncio. Outros apenas olham e passam de largo. Policiais passeiam indiferentes pelos arredores. Estão aqui para garantir ao orador a liberdade de expressão. Mais adiante outro discursador clama contra os bárbaros e concita a América a pegar em armas em defesa da democracia. Raro é o dia em que não há no Columbus Circle um comício popular (VERISSIMO, 1996b, p.187).

Vários dos temas abordados por Verissimo nesse primeiro livro voltam à tona anos mais tarde, quando ele retorna para os Estados Unidos, dessa vez para ficar no país por dois anos (1943-1945). As duas passagens de Verissimo por solo americano que resultaram na publicação de livros nasceram a partir de convites feitos pelo governo estadunidense, que estava em meio a Segunda Guerra Mundial e tinha como política levar escritores e artistas latino-americanos para conhecer a sua política e seus ideais.

A *volta do gato preto*, assim como a primeira obra de viagem de Verissimo, também se caracteriza como Jornalismo Literário de Viagem, principalmente se considerarmos que “o jornalismo literário apresenta-se como uma alternativa a esse caminho tomado pelo jornalismo hegemônico” (Borges,

2013, p.181). Ou seja, o jornalista encontra no formato livro um espaço e uma liberdade muito maior para apresentar ao leitor o que acontecia nos Estados Unidos em meio a Segunda Guerra Mundial do que encontraria em um jornal, revista ou programa radiofônico, que eram os principais veículos de comunicação da época.

Nessa narrativa, Verissimo reside nos Estados Unidos por dois anos acompanhado da esposa Mafalda e dos filhos Clarissa e Luis Fernando. Já na chegada ao país, o jornalista-escritor descreve a viagem feita de Miami, aonde aterrissou, até Berkeley, na Califórnia, onde ficava a universidade em que ele ministraria aulas sobre Literatura Brasileira. Nesse livro, Verissimo também reflete sobre o seu gosto por viagens. “Quer saber duma coisa? O que sou mesmo é um viajante nato. Levei quase quarenta anos para descobrir isso” (Verissimo, 1996a, p.373). Cruzando o país da costa leste à costa oeste em um mês de viagem de trem, o autor vai refletindo sobre os estados que ficam pelo caminho, como no trecho a seguir: “Texas é um verdadeiro império” (Verissimo 1996a, p.88) e cita o bairrismo dos texanos ao ouvir de uma garçonete a seguinte pergunta: “Vieram de tão longe... para morar na Califórnia?” (Verissimo 1996a, p.90).

No total, Verissimo percorreu mais de mil quilômetros visitando mais de vinte cidades, cada qual apresentando um cenário perfeito para flanadas, afinal, o *flâner* é um “cronista da banalidade rotineira que sabe ver a cidade, que contempla as paisagens de concreto e, ao mesmo tempo, observa as festividades, os aglomerados, o desfilar das mulheres e os detalhes da moda” (Franceloso, 2017, p.119-120). Aliás, é descrevendo um passeio em um dia qualquer, que o escritor anteciparia em três anos o título de sua obra mais famosa, *O tempo e o vento*. “O tempo passa levado pelo vento ou enrolado na bruma – às vezes lépido, outras vezes lerdo. O tempo cheira a maresia, a névoa, a eucalipto e humidade...” (Verissimo, 1996a, p. 214).

Na narrativa, Verissimo também conta como

recebeu o título de doutor em Literatura no dia 4 de junho de 1944. O título foi concedido pelo professor White Smith, presidente do Mills College, valendo-se de um direito que é concedido ao presidente pela junta administrativa da instituição. Pela relevância social dos romances escritos e dos trabalhos como professor e conferencista, Verissimo passa, então, a ser Dr. Erico Verissimo. “O Presidente White me aperta a mão e me entrega um pergaminho, enquanto um fotógrafo bate uma chapa. O ato está consumado. Boa-tarde, doutor!” (Verissimo, 1996a, p.228).

Mesmo tendo morado nos Estados Unidos por dois anos, considera-se essa uma narrativa de viagem, pois dentro do país estrangeiro Verissimo destaca ao longo do livro os deslocamentos feitos de trem, tanto sozinho quanto acompanhado pela família. Outro jornalista que residia nos Estados Unidos, trabalhando como correspondente da Rede Globo, e que escreveu uma narrativa de viagem sobre o país foi Rodrigo Alvarez, autor de *No país de Obama*.

Nesse livro, o autor apresenta um objetivo que vai ao encontro do ideal *flâner*: “A proposta era muito clara: não marcar entrevistas, fazer apenas um roteiro de viagem e ser levado pelo que acontecesse no caminho” (Alvares, 2009, p. 14). Com isso em mente, o jornalista, acompanhado de um cinegrafista da emissora, deixaram São Francisco, na Califórnia, para 17 dias depois chegar a Nova Orleans, no estado de Louisiana. “Atravessamos estradas no meio de desertos, fomos parados pela polícia, conhecemos o abandono de cidades que um dia foram o motor da economia, vimos a pobreza americana e a alegria de meninos rappers [...]” (Alvares, 2009, p.14). Independentemente do tamanho ou fama da cidade, Alvares explorou-as como um autêntico *flâner*, principalmente se considerarmos que a cidade é:

Ambiente onde ele pode experimentar emoções, sensações, paixões, onde ocorre a construção da trama social produzida por anônimos que não se

conhecem, porém se cruzam em uma mistura de sentimentos e conflitos. (FRANDOLOSO, 2017, p.123-124).

Em uma dessas flanadas, o jornalista descreve e apresenta Detroit, uma cidade que no passado havia sido apelidada de *Paris do Oeste*, e que deixou o jornalista com a seguinte sensação:

E foi assim que eu me senti quando cheguei a Detroit: uma alma perdida, tentando entender para onde haviam fugido os habitantes daquela que um dia foi a capital mundial dos automóveis; procurando alguém que me explicasse aquela imagem nebulosa do fim dos tempos (ALVARES, 2009, p.152).

Com isso em mente, o jornalista passou a flunar pela cidade, sem roteiro ou entrevistas agendadas, observando e conversando informalmente com moradores. Foram em passeios como esse feitos em diversas cidades que Alvares conseguiu ouvir frases como a de um americano de Belmonte, que revelou: "Não gosto do Obama porque é liberal... e os liberais gostam de tirar as nossas coisas e os nossos direitos" (Alvares, 2009, p.91). Já outro, nunca havia ouvido o nome do presidente americano recém-eleito.

Outro jornalista e escritor brasileiro que caiu na estrada e mergulhou no interior dos Estados Unidos foi Dodô Azevedo, autor de *Fé na estrada - seguindo os passos de Jack Kerouac*, que, como o próprio nome diz, foi escrito como um tributo ao mais famoso autor da literatura *beat*. Como sintetiza Ritter (2015), o jornalista brasileiro viajou para os Estados Unidos em 2003 para cruzar o país de leste a oeste, saindo de Nova York até chegar na Califórnia. O objetivo de Azevedo era constatar o que sobrou da literatura *beat* logo após os atentados de 11 de setembro. Acompanhado de uma amiga fotógrafa, o jornalista fez a viagem em um carro alugado. "Na tentativa de vi-

ver o espírito *beat*, Azevedo também teve a experiência de ficar sem dinheiro, tendo que conseguir qualquer trabalho que aparecesse para conseguir seguir viagem" (Ritter, 2015, p.61).

Assim como Jack Kerouac fez em *On the road*, Azevedo também encarnou o ideal *flâner* em cada cidade por onde passou, afinal, "caminhar à deriva em uma grande cidade quer dizer reconstruí-la, dotá-la de novos significados. Para cada novo caminho escolhido, uma nova cidade se configura" (Frandoloso, 2017, p.116). Foi numa dessas flanadas, quando estava em Las Vegas, que o jornalista brasileiro descobriu uma comunidade que morava no subsolo das ruas e avenidas, em galerias fluviais que também são usadas por caminhões da prefeitura para manutenção da rede de luz de uma das cidades mais iluminadas do mundo. Ao descer lá, acompanhado de um morador que conheceu em uma de suas andanças, o jornalista se deparou com uma comunidade inteira de desabrigados que moram há anos no local. Ao ouvir a exclamação de espanto da fotógrafa que acompanhava Azevedo, dizendo que naquele local deveriam existir muitos ratos e baratas, uma moradora, que cozinhava ali por perto, exclamou: "As únicas baratas nesse lugar são vocês, seus estrangeiros terroristas!" (Azevedo, 2012, p.213).

Ao longo da narrativa são diversas as histórias contadas por Azevedo a partir de suas flanadas, sendo que, como aponta Ritter (2015) o uso do humor é uma das características mais marcantes do texto. Pode-se dizer que o jornalista assimilou o ato de flunar no sentido dado por outro jornalista-escritor brasileiro: João do Rio, que apresentou a seguinte definição para o termo, que tem origem na língua francesa.

Flunar é ser vagabundo e refletir, é ser basbaque e comentar, ter o vírus da observação ligado ao da vadiagem. Flunar é ir por aí, de manhã, de dia e à noite, meter-se nas rodas da população, admirar o menino da gaitinha ali na esquina, seguir com os garotos o lutador do Cassino vestido de turco, conversar com os

cantores de modinha nas alforjas da Saúde, depois de ter ouvido os diletantes aplaudirem o mau tenor do Lírico numa ópera velha e má [...] (RIO, 2012, p.22).

Ao contrário de Dodô Azevedo, que explorou várias cidades, Airton Ortiz escreveu um livro sobre flanadas em apenas um destino: Nova York, a cidade que dá título à obra. Entretanto, o jornalista e escritor adotou um estilo diferente dos anteriores. Ortiz literalmente flanou pelas ruas de Nova York para apresentar a cidade a partir de passeios feitos pelo autor, divididos por região geográfica. Quando fala sobre a Estátua da Liberdade, por exemplo, ele não conta a história do monumento de forma didática ou entrevistando especialistas que comentam o principal ponto turístico da cidade, mas sim, narra em primeira pessoa como foi a sua flanada pelo local. "Agora há uma longa espera. Comprar ingresso nas bilheterias do Castle Clinton se tornou um jogo de paciência" (Ortiz, 2015, p.3).

Outra diferença de Ortiz em relação à Verissimo, Alvares e Azevedo, é que ele se especializou em livros-reportagens com narrativas de viagem, assim, o leitor já sabe que ao pegar uma de suas obras ele irá flanar pelos diferentes destinos visitados pelo autor. Até 2017, Nova York era o único destino das obras escritas pelo jornalista-escritor localizado nos Estados Unidos. Aliás, a cidade acaba se tornando perfeita para se flanar sem ser percebido, pois além de ser uma das mais cosmopolitas do planeta, também apresenta os mais variados tipos de imaginários: é a cidade grande, cenário de filmes, com uma ilha que divide milionários e pobres com um parque verde ilhado por arranha-céus e histórias inacreditáveis acontecendo em vários lugares ao mesmo tempo. E flanando por elas, a surpresa pode ser encontrada a qualquer instante, "desde que se esteja distraído, desde que esse caminhar possa estar receptivo ao inesperado" (Frاندoloso, 2017, p.114). E o inesperado, na narrativa de Ortiz, está presente em diversos trechos, como no seguinte, em que o

jornalista gaúcho se depara com uma combinação culinária inusitada em uma quermesse que estava acontecendo em uma escola próxima a Broadway:

Mesmo assim, arrisco ficar por aqui. Já passa do meio-dia e resolvo provar um Texas B.B.Q. Compro o sanduíche de carne desfiada, um assado muito precário, que vem acompanhado por cebola e picles. Pego uma fatia de melancia como sobremesa e me sento num balcão coletivo, embaixo de um guarda-sol. Texas *barbecue*. Churrasco. Com melancia! (ORTIZ, 2015, p.106)

Assim como os outros autores mencionados anteriormente, Ortiz apresenta a sua própria visão sobre os Estados Unidos. Pode-se afirmar, assim, que a flanada de cada um dos jornalistas-escritores resulta em histórias diferentes e em visões completamente distintas, mesmo que sendo feitas no mesmo país ou até mesmo na mesma cidade.

Desta forma, vale a pena retomarmos a nossa questão norteadora de pesquisa: que características apresentam obras escritas por jornalistas brasileiros sobre os Estados Unidos? Ora, em todos os casos apresentados, o viés flâner se faz presente e é o norte da narrativa. Ou seja, os autores-jornalistas andam sem destino certo, buscando descobrir boas histórias ao acaso para montam o seu enredo. E quais são as características dessa narrativa? Vale a pena recorrer a Villas Boas (2008) para respondermos a tal questão. Mesmo sendo uma obra de não ficção, as narrativas aqui descritas apresentam um narrador e um espaço narrativo, elementos fundamentais para o Jornalismo Literário. Tanto os narradores e os espaços variam: enquanto Dodô cruza o país fazendo um trajeto, Alvarez visita o interior americano por outro trajeto. Ou seja, há a liberdade inventiva de cada autor. Nos quatro casos, os autores têm uma voz narrativa autoral, valem-se do espaço e do tempo para dar ênfase aos fatos descritos e apresentam uma versão em que garantem a realidade dos fatos. Diante disso, outra característica comum em todos os textos é a

voz autoral, afinal, “tudo depende do narrador” (Villas Boas, 2008, p.31). Além disso, todos eles optaram por narrar em primeira pessoa, afinal, eles mesmos atuam como autores, narradores e *flâneurs*.

Encerrando a flanada

Ao mesmo tempo em que o Jornalismo Literário se propõe a abordar de maneira diferenciada algumas das temáticas tratadas pelo jornalismo hegemônico, a perspectiva do *flâneur* passa a ser uma ferramenta para que essa narrativa possa ter aspectos alternativos, principalmente quando ela é feita na vertente do Jornalismo Literário de Viagem. No entanto, assume-se aqui que apesar de terem sido identificadas características do ato de flunar nos textos, no sentido recuperado por Frandoloso (2017), nas cinco obras analisadas, essa não é a única possibilidade de se produzir um livro-reportagem viagem. Não obstante, o fato de quatro jornalistas brasileiros que escreveram obras a partir de viagens feitas aos Estados Unidos terem incluído as suas flanadas pelas cidades americanas em suas narrativas é revelador.

Primeiro, porque todos eles se valeram de um aspecto importante para flunar: o anonimato. Conforme Frandoloso, esse é um elemento fundamental para o *flâneur*, pois é apenas nessa condição que ele pode “frequentar todas as eventualidades dos meios e, neles, exercer o enriquecimento de seu mundo particular por meio da diversificação de suas experiências” (Frandoloso, 2017, p.124).

Segundo, porque cada um deles estava em busca de algo que não poderia ser alcançado através de um plano pré-definido ou de entrevistas agendadas. Erico Verissimo anda pelo país tentando entender o que acontecia com os americanos que não estavam no campo de batalha da Segunda Guerra Mundial. Rodrigo Alvares fugiu de Washington e de outros destinos tradicionais para tentar entender o que o americano do interior pensava da eleição do primeiro presidente negro da história do país, especialmente em regiões conhecidas por terem problemas de ra-

cismo. Dodô Azevedo, por sua vez, tentou encontrar o que havia sobrado sobre a cultura *beat*, que ainda hoje mexe com o imaginário de milhões de fãs de Jack Kerouac, Ginsberg, Bukowski e outros, que seguiram tentando praticar o estilo criado pelo movimento do final dos anos 1950. Enquanto que Airton Ortiz caminha por todos os bairros de Manhattan tentando captar o que há de oculto por trás do imaginário midiático que gira em torno de Nova York.

Além disso, estas são obras que podem ser consideradas Jornalismo Literário de Viagem. Todas as narrativas foram escritas por jornalistas, em primeira pessoa, e abordam de maneira diferenciada o mesmo país: os Estados Unidos. No mesmo sentido, mesmo todas apresentando trechos em que os seus autores estão flunando pelas cidades, as histórias e os estilos são variados, o que demonstra que ainda há espaço para muitas produções do mesmo tipo, mesmo tendo palco idêntico aos dos autores apresentados. Ou seja, cada narrativa escrita a partir de uma flanada sempre será diferenciada das demais. E, no campo do Jornalismo Literário de Viagem, isso torna inesgotável a produção desse estilo, ainda não tão explorado, especialmente no Brasil.

Destarte, conclui-se essa etapa salientando o interesse dos pesquisadores pela temática e destacando que essa foi apenas uma de tantas flanadas na pesquisa. Espera-se que outros também possam beber da fonte do Jornalismo Literário de Viagem para flunar livremente pelos estudos do Jornalismo e, em especial, do Jornalismo Literário.

Referências

- ALVAREZ, Rodrigo. **No país de Obama**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- AZEVEDO, Dodô. **Fé na estrada** – Seguindo os passos de Jack Kerouac. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012.
- BELO, Eduardo. **Livro-reportagem**. São Paulo: Contexto, 2006.

BORGES, Rogério. **Jornalismo literário**. Florianópolis: Insular, 2013.

FRANDOLOSO, Luis Fernando. **O flâneur e as ruas - Fotógrafos e seus dispositivos na captura do acaso**. Curitiba: Appris, 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1994.

LEÃO, Sinval de Itacarambi. "As histórias de Ruy Castro". São Paulo: **Revista Imprensa** (nº325), 2017.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas**. Barueri: Manole, 2004.

MARTINEZ, Monica. **Jornalismo literário - tradição e inovação**. Florianópolis: Insular, 2016.

OTIZ, Airton. **Nova York**. São Paulo: Saraiva, 2015.

RIO, João do. **A alma encanadora das ruas**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.

RITTER, Eduardo; PAULA, Inácio de; MARQUES, Fernanda; CABRAL, Ewerton; VILANOVA, Isadora; ANDRADE, Thaina. (2017). "Jornalismo Literário de Viagem Internacional: Um Panorama do Cenário Brasileiro". Caxias do Sul: **XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, 2017.

RITTER, Eduardo. "A influência da contracultura norte-americana no jornalismo literário brasileiro contemporâneo". Itajaí: **Vozes e Diálogo**, volume 12, número 1, 2015.

RITTER, Eduardo. **A tribo jornalística de Erico Verissimo**. Ijuí: Unijuí, 2016.

_____. "Israel em abril: uma narrativa de viagem de Erico Verissimo na interseção entre jornalismo e literatura". Sorocaba: **Revista Tríade**, volume 4, número 8, 2016b.

SILVA, Juremir Machado. **O que pesquisar quer dizer - como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da Capes**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

VERISSIMO, Erico. **A volta do gato preto**. São Paulo: Globo, 1996a.

_____. **Gato preto em campo de neve**. São Paulo: Globo, 1996b.

VILLAS BOAS, Sergio. **Jornalismo literário - um percurso filosófico**. São Paulo: Texto Vivo, 2008.

WILLER, Claudio. **Geração Beat**. Porto Alegre: LP&M, 2010.

Eduardo RITTER - Professor Adjunto do Departamento de Comunicação (Decom) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), campus Frederico Westphalen. Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), com bolsa PDSE na New York University (Estados Unidos). **E-mail:** rittergaucho@hotmail.com

Thâmara Roque dos Santos SOUSA - Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Radialismo e Relações Públicas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Especialista em Arte, Educação e Sociedade, pelo Centro Integrado de Tecnologia e Pesquisa (Cintep). Assessora de comunicação da Ouvidoria Geral do Município de João Pessoa (OGM/PMJP) e Social Media. **E-mail:** thamararoque@hotmail.com

Recebido: 26 ago. 2017

Aprovado: 15 jul. 2018



Entrevista

Novos repertórios de ação e a invisibilidade dos movimentos sociais pela mídia, por Cristiana Losekann

New repertoires of action and the invisibility of social movements by the media, by Cristiana Losekann

Dione Oliveira Moura

Universidade de Brasília (UnB)
Brasília, DF, Brasil.

Liziane Guazina

Universidade de Brasília (UnB)
Brasília, DF, Brasil.

Luana Melody Brasil

Universidade de Québec
Montreal, Canada.

Há um grande investimento dos movimentos sociais na produção de canais alternativos, com sites, páginas do Facebook, os maiores fazem isso. Os movimentos sociais que não são tão estruturados estão em blogs, redes sociais, que conseguem por meio dessas formas livres criar veículos próprios. (Cristiana Losekann)

Pesquisadora dos processos de participação dos movimentos sociais nas políticas ambientais no Brasil, a Professora da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) Cristiana Losekann tem se notabilizado por uma produção intelectual que transcende a compreensão dos fenômenos sociais e alcança a dimensão do exercício da cidadania das populações afetadas por estas políticas. Ao analisar o impacto do maior desastre ambiental do Brasil – o rompimento da Barragem da empresa Samarco/Vale/BHP Billiton, em Minas Gerais –, Losekann e equipe revelam o complexo jogo de interesses entre mineradoras e agentes públicos, a precarização do trabalho e apontam a profunda desigualdade ambiental que impacta na vida das populações atingidas.

Na entrevista a seguir, a pesquisadora defende que a mídia tem um papel importante para os movimentos sociais, papel ainda a ser melhor explorado. Muitas vezes, no entanto, afirma a entrevistada, a mídia tem colaborado no processo de invisibilização de pautas e atores dos movimentos sociais. Losekann, doutora em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), apresenta também pesquisas que identificam novas formas de organização dos movimentos ambientalistas e sociais, por meio da criação de outros modos de atuação, os quais possibilitem participação mais efetiva contra o desmonte da legislação ambiental e das tentativas de privatização de territórios, corpos e vidas por diferentes atores econômicos.

Revista Parágrafo (RP) - Professora Cristiana, você tem uma destacada experiência no estudo dos movimentos ambientais. Também estudou o que, até

agora, foi considerado o maior desastre ambiental no Brasil – o rompimento da barragem de Fundão, da mineradora Samarco/Vale/BHP Billiton [ocorrido em 05 de novembro de 2015, em Bento Rodrigues, no distrito de Mariana, MG]. Que reflexões de maior peso trazem o livro que você coorganizou com o pesquisador Bruno Milanez (UFJF) quanto aos impactos do rompimento da barragem?

Cristina Losekann (CL) - Esse livro [*Desastre no Vale do Rio Doce: antecedentes, impactos e ações sobre a destruição*], Ed. Folio Digital, 2016] foi uma resposta muito imediata ao desastre [da barragem da Samarco/Vale/BHP Billiton]. Tivemos a ideia de começar a reunir publicações e reflexões dos principais atores que, logo depois do rompimento da barragem, começaram, de alguma forma, a se envolver com a questão. Construimos essa obra a partir do que seria uma identificação de antecedentes. Entra uma gama de trabalhos, inclusive do grupo que o próprio Bruno Milanez faz parte, que é o Poemas (Núcleo de Política, Economia, Mineração, Ambiente e Sociedade)¹, são reflexões de grupos que já vêm trabalhando sobre a questão da mineração e a questão dos grandes empreendimentos de forma geral; os impactos, as questões envolvendo também os marcos regulatórios, legislações, as políticas relacionadas a mineração e políticas ambientais.

Reunimos o que seriam esses antecedentes, apresentamos um diagnóstico importante na observação de que essa ruptura da barragem tem um contexto dentro do cenário de mineração do Brasil e, de certa forma, no restante do mundo, porque aí tem uma especificidade que está no livro, que é a diminuição do preço das commodities, uma super exploração do território no sentido de extrair mais minérios para compensar a diminuição do ganho, da perda de lucros em função da

1 Nota das entrevistadoras; Poemas (Núcleo de Política, Economia, Mineração, Ambiente e Sociedade). Página web do Núcleo disponível em: <http://www.ufjf.br/poemas/>. Acesso em: 31 de maio de 2017.

diminuição do valor da *commodity*. Junto com isso tem também alguns capítulos que abordam a questão da precarização do trabalho. Todas as pessoas que morreram [no rompimento de Fundão] estavam ligadas a serviços terceirizados da empresa direta ou indiretamente. Tem essa análise da precarização que também envolve a própria dimensão do Estado, já que sabemos que não tem de forma evidente uma estrutura de fiscalização desses empreendimentos.

E, ao mesmo tempo, existe uma quantidade imensa de mineradoras e de barragens. Até hoje nenhum pedido de licença de lavra, para começar a atividade de mineração, foi negado no Estado de Minas Gerais. Basicamente, [no Brasil], todo mundo que quiser minerar vai conseguir isso [licenciamento]. Daí, vê-se um pouco essa questão do porquê essa barragem rompeu. Depois vem toda uma série também de trabalhos que vão apontar alguns impactos, vão mostrar desde a parte física até a parte das comunidades. Existem vários tipos de estudos, alguns mais na área da geografia física, outros da geografia humana, outros da antropologia, sociologia, que vão a fundo nessa compreensão do que essas comunidades sofreram com esse desastre.

Foi feito aquele acordo [após o desastre da barragem da Samarco/Vale/BHP Billiton], o qual acabou delegando às próprias empresas a responsabilidade por tratar desse desastre imenso. Basicamente, o livro tem essa estrutura e acho importante comentar que ele é feito de Minas ao Espírito Santo, pegamos todo o território e todos os capítulos são intercalados com fotografias que nós mesmos tiramos nos nossos trabalhos ao longo da Bacia e também com depoimentos, que fizemos uma série de entrevistas. Transcrevemos e isso foi uma coisa muito importante de registro do que foi esse abalo das pessoas logo que isso aconteceu. Todas as falas são muito daquele momento, do impacto, queríamos ter isso como registro. Na verdade, ficou um livro muito triste, é um livro pesado, mas é um livro necessário.

O livro tem a participação do MAM (Movimen-

to pela Soberania Popular Frente à Mineração)². Convidamos eles para a introdução do livro. Tem também a participação do *Comitê em Defesa dos Territórios Frente à Mineração*. Todos os grupos que participam aqui são grupos que têm como característica o envolvimento com movimentos sociais. Tem a participação de advogadas ativistas do *Coletivo Margarida Alves*³ e da ONG *Justiça Global*⁴, além da *Rede Nacional de Médicas e Médicos Populares*⁵.

RP - *Você poderia comentar mais sobre o impacto dessa questão da terceirização?*

CL - Tem um trabalho específico que trata disso, da Juliana Venício e Larissa de Oliveira Vieira, elas são do *Coletivo Margarida Alves*, de Belo Horizonte [MG], e trabalham num capítulo exatamente essa questão da precarização que começa já pelos instrumentos normativos, demonstram como a lei vai também viabilizando essa precarização, e a sua relação com essa macroeconomia, que vai impulsionando essas empresas a cada vez mais adotarem um modelo de trabalho terceirizado. No capítulo, elas apresentam dados, o total de trabalhadores, os terceirizados e, conseqüentemente, existe toda uma questão da segurança do trabalho, que é afetada, com muitos trabalhadores sem treinamento. Até participei em alguns momentos de debates envolvendo sindicatos de mineiros e eles defendiam muito que chamasse [o rompimento da barragem da Samarco/Vale/BHP Billiton] de

2 Nota das Entrevistadoras: MAM (Movimento pela Soberania Popular Frente à Mineração). Página web do Movimento disponível em: <http://mamnacional.org.br/mam/historico/>. Acesso em: 31 mai 2017.

3 Nota das Entrevistadoras: Coletivo Margarida Alves. Página web do Movimento disponível em: <http://www.coletivomargaridaalves.org/>. Acesso em: 31 mai 2017.

4 Nota das Entrevistadoras; ONG Justiça Global. Página web da ONG disponível em: <http://www.global.org.br/>. Acesso em: 31 mai 2017.

5 Nota das Entrevistadoras: Rede Nacional de Médicas e Médicos Populares. Página Facebook da Rede disponível em: <https://www.facebook.com/saudepopular.org/posts/763681237076431>. Acesso em: 31 mai 2017.

acidente de trabalho, (...) o que tem por trás desse desastre é uma precarização das condições de trabalho.

É uma questão de fato bastante séria e quando voltamos, principalmente a Mariana [MG] e aos municípios do entorno que foram afetados, é muito visível. [O desastre da barragem da Samarco/Vale/BHP Billiton] acabou criando uma batalha, uma verdadeira batalha entre os atingidos e os trabalhadores e suas famílias, que de alguma forma dependem da mineração. É muito triste. Vimos as casas com cartazes ofensivos aos afetados e desejosos do retorno da Samarco [Samarco/Vale/BHP Billiton]. Um clima de tensão muito sério mesmo. Chegamos a ouvir da população no supermercado falando “que pena que a lama não veio de noite, porque aí teria matado todo mundo”, uma coisa também discriminando os moradores de Bento Rodrigues [Distrito de Mariana, MG], principalmente. Tem todo um pós desastre que envolve essas relações de trabalho e que acabam sendo bastante tensas.

RP - *Que lições o Brasil tira desse acidente? O que deveríamos fazer para evitar que algo assim se repita no Brasil?*

CL - É nossa avaliação, no nosso capítulo de conclusão, o quanto as instituições não aprenderam, como falamos na Ciência Política. O que estamos observando não é um processo que vem em função desse desastre [da barragem da Samarco/Vale/BHP Billiton], já vinha ocorrendo. O desastre não foi suficiente para parar o processo de tentativa de desmonte da legislação ambiental. Ainda estamos percebendo uma flexibilização do licenciamento; o Espírito Santo, por incrível que pareça, teve esse ano uma tentativa do governo do estado de fechar o *Instituto Estadual de Meio Ambiente* (lema), aderindo a uma iniciativa que está sendo tentada em nível nacional, e não se conseguiu fazer, que é a ideia do autolicensing.

RP - *O que é o autolicensing?*

CL - Ao serem considerados de interesse público, os empreendimentos ligados à mineração de infraestrutura passam a ter prioridade em uma série de sentidos da parte burocrática do Estado e passam a ter prioridade em futuros conflitos que existam entre outros direitos. Existe o interesse público da mineração, que é compreendido como interesse maior do coletivo, e temos o direito de uma comunidade tradicional, tendo o mesmo território em jogo. A partir dessa construção, que se faz via essas novas legislações de autolicensing, acaba tendo como priorizar esse empreendimento mesmo que ele afete os direitos de uma comunidade. Esse é o primeiro princípio, é daí que parte o autolicensing. Tendo isso, que já foi feito aqui [no Brasil], dentro do [novo] Código Florestal, o modelo que apresentaram seria basicamente partindo de um protocolo, feito inclusive pela internet; o interessado preenche um cadastro e na medida em que o empreendimento dele fosse isento, porque tem essa garantia, não há a necessidade de apresentação do licenciamento. É um sistema que está sendo tentado em nível nacional. Agora que conseguiram barrar isso. Mas tem muitas fragilidades. Tem todo um problema com o sistema do jeito que ele é. Ele não garante os direitos das comunidades, não garante a proteção do meio ambiente mesmo. Retirando essas salvaguardas todas da legislação, certamente isso vai agravar situações de injustiça ambiental. E isso é um trabalho que, claro, ainda não fiz exatamente esse trabalho, mas, pelas minhas pesquisas anteriores, eu já percebo que ele tem por trás essa mudança toda no marco institucional, nas legislações. Tem muito por trás o argumento de acabar com a judicialização do licenciamento. Os empreendedores reclamam que o processo de licenciamento no Brasil acaba gerando entraves judiciais, porque ainda tem uma legislação que resguarda, o que geraria uma espécie de uma guerra do licenciamento. Essas mudanças na legislação [do licenciamento para mineração] surgem com esse argumento de acabar

com a insegurança jurídica, de facilitar o processo de implementação dos empreendimentos, todos pensando na lógica do mercado.

O Comitê em Defesa dos Territórios Frente à Mineração⁶ foi criado em 2013 justamente em função do novo marco da mineração. Foi uma série de organizações que se juntaram para fazer frente e tentar ter alguma influência nesse processo. Os movimentos têm criado iniciativas para tentar intervir nesse processo. Gosto sempre de frisar que, embora a fala seja hoje em dia muito mais catastrófica, no sentido de que temos, na atualidade, muitas coisas ruins acontecendo em termos de todas essas causas que os movimentos defendem, por outro lado também temos um processo importante de novos atores surgindo, de novas formas organizativas, de novos processos e formatos mesmo. Acho que, nesse caso da mineração, mesmo antes do desastre, se pegarmos esse contexto do comitê, tem o MAM [Movimento dos Atingidos pela Mineração] e uma série de outras organizações que passam a discutir a questão do extrativismo no Brasil. Isso é muito importante, porque nunca se discutiu isso no âmbito da sociedade civil. Na verdade, nunca se discutiu isso no âmbito político, quem discutia eram os setores interessados no fomento da mineração e do extrativismo, e vai ter essa discussão pela primeira vez de uma forma mais crítica, mais política, no sentido de pensar em termos de marcos, e nos interesses de quem faz esses marcos. Isso vai se dar puxado pela sociedade civil. Os partidos – embora tenha ali no próprio comitê pessoas vinculadas a partidos políticos e partidos de esquerda – não têm levado essa discussão em profundidade. Por mais que exista uma série de problemas ocorrendo, isso [os novos atores, formas organizativas, processos e formatos] é muito importante, porque de fato é uma coisa nova.

6 Nota das entrevistadoras: Comitê em Defesa dos Territórios Frente à Mineração. Página Facebook do Comitê disponível em: <https://pt-br.facebook.com/emdefesadosterritorios/>. Acesso em: 31 de maio de 2017.

RP - *Se autorizado esse autolicensing, a sociedade civil não é ouvida, é isso?*

CL - Não, não é ouvida.

RP - *Continuando no desastre provocado pelo desabamento da barragem da Samarco/Vale/BHP Billiton, qual é o seu ponto de vista sobre as esferas de responsabilidade do município, estado e governo federal nesse caso?*

CL - Nunca tivemos um desastre dessa magnitude e, em muitos casos, em muitos sentidos, de fato é uma coisa que pegou os gestores públicos de surpresa. Eles nem sabiam o que fazer; entretanto, muitas coisas poderiam ter sido feitas no âmbito mesmo da administração pública e não foram. Para abordar esse assunto é preciso entender como eles [agentes públicos] se portaram. Num primeiro momento, no caso dos municípios – o que eu acompanho mais aqui é o estado do Espírito Santo, embora eu compartilhe também com os colegas de Minas o que acontece lá – foi uma postura dos prefeitos, com algumas exceções, Baixo Guandu [ES] foi uma exceção nesse sentido, mas é uma postura dos prefeitos muito alinhada às empresas [mineradoras].

Temos que entender que, por exemplo, no Comitê de Bacia do Rio Doce, o presidente era o próprio prefeito de Colatina [ES]. É um comitê que é completamente desacreditado pela sociedade civil, pelas organizações, porque ele tem uma ampla maioria de participação dos próprios empresários do setor de mineração e que poluem a Bacia do Rio Doce. Começa por esses fatos locais: temos uma classe política que está muito ligada com os interesses de mineração. Eles [gestores públicos] foram muito fracos mesmo, subservientes aos interesses da mineradora. Com exceção do prefeito de Baixo Guandu [ES], eu sempre digo, porque ele foi quem fechou os trilhos, ele tem uma atuação um pouco diferente nesse sentido. Esse é um primeiro ponto. E tem também uma total ausência de todo o aparelho administrativo municipal, uma ausência de uma

iniciativa qualquer que seja de lidar com essa nova situação que se coloca para o município.

Não vi nenhuma inovação institucional no sentido de criar uma secretaria, uma força tarefa específica para tratar da questão da água. Muito pelo contrário, logo no primeiro ano assistiu-se horrores, teve gente que morreu na fila de água do caminhão pipa, ocorreram conflitos terríveis por questões que eram de competência da administração pública municipal, como organizar minimamente a fila para distribuição de água, organizar esse repasse da água, muitos problemas dessa incompetência da gestão pública municipal. Da mesma forma, até agora nós não observamos nenhuma iniciativa do monitoramento da saúde, de um acompanhamento específico da saúde em relação a essa questão da água e da contaminação dos pescados. Esse é um outro problema. Aí temos a questão da informação, a própria distribuição da água ainda é problemática nos dias atuais, ainda temos populações que só têm a água do Rio Doce para beber; muitos problemas.

Não saberia dizer com detalhes, mas eu sei que também tem um problema que envolve a questão de saneamento, porque os municípios ganharam uma verba para tratar do saneamento em função do desastre [da barragem da Samarco/Vale/BHP Billiton], e sei que há todo um conflito envolvendo a gestão desse recurso, que parece que já foi direcionado largamente para outras funções. Existe essa questão dos municípios. No caso dos governos do estado, mais uma vez temos governos de Minas [Gerais] e do Espírito Santo, os quais são historicamente alinhados com os interesses da mineração. Em nenhum momento vimos uma ação que fosse minimamente... uma declaração mais enfática de um governador dizendo que a empresa deveria tomar providências, não, nada. Tivemos uma iniciativa no início, que foi dos governos de Minas, Espírito Santo e União, e que logo se reverteu em um acordo. A partir daí acontece outra sucessão de horrores, porque teve o *impeachment* [da Presidenta Dilma Rousseff] e, no meio desse

processo, muda toda a equipe [das instituições públicas]. Até hoje as pessoas que participam da União, da Casa Civil principalmente, os trabalhos ligados à fundação que foi criada [no acordo após o rompimento da barragem], têm uma dificuldade enorme de saber, de acompanhar o que se passa nesse caso. São problemas de diversas ordens.

RP - *Que fundação é essa?*

CL - É a *Fundação Renova*⁷, porque o acordo definiu a criação de uma fundação a partir das três empresas, Samarco, Vale e BHP [Billiton]. Essa fundação é responsável por criar os programas de reparação e indenização. E foi criada uma outra estrutura institucional, que é o Comitê Interfederativo, que é uma organização que tem a representação dos estados, da União e das empresas. O CIF [Comitê Interfederativo] tem uma instância deliberativa fora da fundação. E é ali que, em tese, deveria ter um protagonismo maior dos governos. Acompanhando esse processo todo, com toda essa nossa instabilidade política, isso também acabou prejudicando muito esse trabalho. São vários elementos.

No livro *"Ambientalistas em Movimento no Brasil: entrelaçamentos e tensões entre o estado e a sociedade durante o governo Lula"* [Ed. Appris, 2014], analisei o início do governo Lula, chegada do Lula e dos primeiros governos e aí a minha questão toda foi entender como, a partir do anúncio da Marina [Silva] como ministra, qual o abalo, o que significaria essa entrada do ambientalismo de esquerda, mais ligado à sociedade civil num governo pela primeira vez. Fiz várias entrevistas com atores do próprio estado no contexto do ministério da Marina e atores da sociedade civil. O livro fala dessas tensões, do que significou para os ambientalistas entrar no governo e todas as tensões que se estabeleceram ali.

⁷ Nota das Entrevistadoras: Fundação Renova. Página web da Fundação disponível em: <http://www.fundacaorenova.org/>. Acesso em: 31 de maio de 2017.

Analisei também a tensão da Dilma [Rousseff] como chefe da Casa Civil e a Marina [Silva] e uma tensão estabelecida dentro do próprio ambientalismo; uma reconfiguração interna do Ministério do Meio Ambiente, uma série de mudanças em relação ao padrão que tínhamos de política ambiental, em termos ministeriais. Isso vai se refletir nessa interação entre Estado e sociedade civil. Tem as especificidades da participação, como do *Conselho Nacional de Meio Ambiente* [CONAMA]⁸. O aspecto mais inovador da obra é essa participação que se dá de maneira informal, mais pelos próprios laços que existiam entre atores da sociedade civil que são convidados a integrar cargos estratégicos dentro do Ministério [do Meio Ambiente]. Trabalho isso do ponto de vista conceitual, como esse tipo de estratégia de influenciar na política ambiental teria que ser pensado como uma forma de participação para além dos modelos institucionais mais clássicos de estudo na área de participação.

Tem um caso emblemático, que é o dos [alimentos] transgênicos, todo o conflito envolvendo a liberação dos transgênicos. Essa mediação, digamos assim, de certos atores para estratégias judiciais vai também combinar com uma mudança que se dá no ambientalismo. Vai tendo alguns atores que vão abandonando o governo, a própria Marina [Silva] sai, depois a REDE; comentamos isso no livro. Além disso, tem também esse fortalecimento, essa constituição das pautas ambientais em outros grupos que não tinham especificamente a pauta ambiental, que vão se configurar no sentido até crítico à própria Marina, e vão ser esses que vão articular uma posição mais crítica às políticas de desenvolvimento baseado no extrativismo. Temos aí um novo conjunto de atores que já estavam militando nessas causas, mas que vão se rearticular num sentido um pouco diferente.

8 Nota das entrevistadoras: Conama (Conselho Nacional de Meio Ambiente). Página web do Conselho disponível em: <http://www.mma.gov.br/port/conama/>. Acesso em: 31 de maio de 2017

RP - *É essa configuração do ambientalismo hoje?*

CL - Sim. Acredito que esse é o momento em que estamos. Se formos pensar num *continuum* de organizações, alguns ambientalistas que viam o Estado como parceiro, participavam de programas específicos dentro do Estado, e aqueles que colocavam o Estado e as políticas como antagonistas. É nessa tensão, que sempre existiu, mas temos hoje, talvez, um fortalecimento desse pólo, que é o antagonista, de uma maneira não homogênea. É isso que é a grande questão hoje do nosso momento político em geral, não só do ambientalismo. É uma certa dispersão de atores de esquerda, e aí inclui os ambientalistas. Eu diria que é um momento de rearticulação dessas pautas e de forças políticas que estão ainda em construção.

RP - *Teve um amadurecimento nesse processo?*

CL - Sim, um amadurecimento muito importante. E tem o surgimento de muitos grupos enraizados nos territórios, que acho importante. A *Rede Justiça nos Trilhos*⁹, que surge em 2007, e que é uma organização muito importante, que discute Carajás, vem produzindo debates críticos. Como ela se coloca contra uma empresa transnacional, dá uma repercussão de rede internacional. Podemos citar também a *Articulação Internacional dos Atingidos pela Vale*¹⁰, eles têm uma estratégia inovadora, compraram ações da Vale, e aí conseguem participar nas assembleias de acionistas. É uma nova cara, um novo conjunto.

RP - *Podemos falar que é um novo ambientalismo?*

CL - Podemos falar, mas estamos no processo. Acho que são novos ambientalistas, porque tem o pescador da Baía de Guanabara que viaja o mundo

9 Nota das Entrevistadoras: Rede Justiça nos Trilhos. Página web da Rede disponível em: <http://justicanostrilhos.org/>. Acesso em: 31 de maio de 2017

10 Nota das Entrevistadoras: Articulação Internacional dos Atingidos pela Vale. Página web da Articulação disponível em: <https://atingidospelavale.wordpress.com/>. Acesso em: 31 de maio de 2017.

e é absolutamente diferente de alguém que é ativista graduado, pós-graduado. Mas ambos estão ali numa mesma rede que articula enquadramentos e estratégias em pautas muito parecidas, e que estão em convergência.

Na questão do extrativismo, em alguns momentos eu percebi que tinha uma resistência [...] quando esse debate está mais forte em outros países latino-americanos articulam a ideia do pós-extrativismo, isso soa estranho no Brasil. E, com o passar do tempo, essa questão dos afetados pelo extrativismo é trabalhada e incorporada. Mas é uma característica de fato nova, são novos atores que estão todos em convergência em uma luta pelo território frente a esses megaprojetos extrativistas. Tem uma questão transnacional muito forte.

Na minha pesquisa mais recente, que tratou dessa questão que eu chamei de “política dos afetados pelo extrativismo na América latina”¹¹ para entender melhor essa rede, eu dividi em três tipos de ações características desse processo: são os afetados em si, porque não necessariamente todo afetado pelo extrativismo é mobilizado ou se dá conta de que é afetado; afetados mobilizados, que é o caso que falei do pescador que passa a atuar; e os mobilizadores de afetados, que entra toda essa gama de atores históricos do ambientalismo, de outras áreas, dos direitos humanos, e que passam a atuar nos territórios numa perspectiva de ir e vir, levando essas causas para outros lugares. Esses três tipos de atores são fundamentais para caracterizar esse novo momento.

Para explicar isso eu uso uma fala, que foi de um pescador que me fez entender isso, o Alexandre Anderson, da Baía de Guanabara [RJ], que viaja o mundo inteiro dando conferências, falando sobre a situação dele, que ele faz parte do programa de pro-

teção dos defensores de direitos. Ele disse: se todo o pescador se converter num militante, a pesca acaba. E se a pesca acaba, o extrativismo ganha. Porque essas lutas precisam dessas alternativas que já estão no território, de práticas que não cabem nesse modelo de megaexploração dos recursos naturais. Por isso, digo que nessa rede, nessa cadeia de atores, que tem características diferentes, mesmo o afetado em si, ao continuar pescando sem se tornar um militante, justamente por isso é fundamental para esse processo de luta.

RP - *Gostaria de acrescentar algum outro ponto sobre os resultados dessa pesquisa sobre extrativismo?*

CL - Fiz essa pesquisa acompanhando grupos, fazendo um trabalho etnográfico e depois montei um banco de dados com mais de 100 organizações, e aí fiz, a partir de documentos e desse trabalho de campo, um levantamento das principais chaves explicativas que os movimentos constroem sobre esse processo, que envolve uma dimensão econômica, entendendo que o problema está numa economia globalizada, nas empresas transnacionais, a subordinação das economias periféricas pelas centrais; num modelo de economia que explora os recursos naturais em benefício do capitalismo, uma dimensão espacial, um processo de desapropriação, de deslocamento, desarticulação de povos e comunidades tradicionais, um processo que é muito constituído no espaço e que cria alguns enclaves, porque esses empreendimentos estão distantes da cidade. A classe média não está observando isso.

É uma dinâmica espacial específica e política, ausência de controle sobre as decisões desses empreendimentos. Não se discute modelo de economia politicamente, a sociedade não tem participado dessa discussão. E aí tem também uma discussão bastante específica, que envolve extrativismo mas passa pelas políticas de energia, porque se debate muito nesse contexto desses grupos que têm sempre por trás uma questão energética.

11 Nota das Entrevistadoras: Ver LOSEKANN, C. A política dos afetados pelo extrativismo na América Latina. Revista Brasileira de Ciência Política, pp. 121-164, 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n20/2178-4884-rbcpol-20-00121.pdf>. Acesso em: 31 mai 2017

Tem, do ponto de vista ambiental, um recorte que está muito focado numa perspectiva de Justiça Ambiental, que tem esse enquadramento de luta que vem dos Estados Unidos, que entende que existe a desigualdade ambiental e por isso certos grupos sociais são mais atingidos do que outros. Pensar a mudança climática, impacto ambiental, mas coloca também em xeque as perspectivas mais conservadoras, porque em muitos casos esses empreendimentos são feitos e a contrapartida é a criação de uma unidade de conservação, algo assim. Eles problematizam outras correntes no ambientalismo, isso é um ponto que marca essa vertente.

Além disso, tem a violência, a criminalização dos protestos em conflitos ambientais, o número de mortes. É bastante divulgado que temos na América Latina, no Brasil, um número enorme de assassinatos relacionados a protestos em conflitos ambientais, violações graves de direitos humanos, violência institucional. E, ao mesmo tempo em que eles usam as estratégias judiciais, eles sofrem também muito assédio processual, espionagem, todo o escândalo da CPI [Comissão Parlamentar de Inquérito] da Vale, que tinha um escritório aqui em Vitória [ES] de espionagem, e que colocou gente infiltrada em movimentos sociais.

A dimensão legal, que é uma característica desse momento, um empenho forte em compreender os marcos regulatórios e em desconstruir essas novas legislações que são entendidas como legislações que liberam o extrativismo, que vão passando a responsabilidade do Estado para essas empresas. Isso não é um processo brasileiro, é mundial, é a ideia de caracterizar o ambientalista como um eco terrorista. Uma última dimensão das chaves explicativas, que é a dimensão utópica, que não é evidente em todos os grupos, mas é muito evidente no Equador. Ali falam na construção de uma proposta pós-civilizacional, pós-ocidental, pós-extrativista, que seria baseada na valorização do conhecimento ancestral. Essa é a ideia. É a imposição de um mundo ocidental sobre os povos originários. Daí surgem campanhas que

têm essa dimensão utópica extremamente inovadoras, como aqui em Vitória tem a “nenhum poço a mais”, que é “o petróleo é nosso e queremos que ele fique embaixo do solo”.

Outro ponto seriam essas formas através das quais esses grupos têm aglutinado seus repertórios de ação coletiva e muitas delas são novas, as táticas são novas e o rearranjo também. Identifiquei cinco tipos de repertórios que seriam ligados à questão da mídia e da comunicação, que é o repertório de visibilização. Como a pauta desses grupos está baseada no enraizamento de um território, eles precisam dar visibilidade a essas causas, a essas lutas todas. Temos aí um processo de estratégias, que vão da articulação e organização interna e isso envolve um trabalho muito grande, porque o processo de visibilização, nesses casos, depende dessa rede e desses três atores conectados. Precisam de estratégias de comunicação, observei a contratação de jornalistas. Isso ligado à pesquisa e produção de conhecimento, de informação. Existem os grupos que constroem bancos de dados, grandes observatórios, os quais vão fazer levantamentos de ações judiciais, vão fazer levantamento de legislações, vão fazer estudos de caso aprofundados, financiam jornalistas para fazerem trabalhos investigativos.

RP - *Então aquela ideia de movimento social que seria mobilização, panfletagem, passeata, que é o que as pessoas têm como ideia padrão de movimento social, quando vai pro movimento ambientalista, tem uma nova configuração, certo?*

CL - Isso, tem repertórios de produção de conhecimento e informação, que vai configurar essas iniciativas de produção de conhecimento; temos repertórios de mobilização, de organização interna e de ampliação, de conquista de público e de novos participantes; repertórios de resistência e sobrevivência, que são os casos mais graves e dramáticos, com ações diretas; e a intervenção institucional, onde teríamos essa construção da articulação via tentativa

de *lobby* parlamentar, a via judicial, as instituições internacionais e transnacionais. São os repertórios que identifiquei nessa pesquisa sobre as redes de confrontos transnacionais do ambientalismo focado na questão do extrativismo na América latina. Não se encontra um grupo que tenha uma pauta exclusivamente brasileira, até os grupos mais locais têm uma atuação que está junto com os observatórios da Argentina, por exemplo. É uma característica desses grupos.

Esses repertórios envolvem performances específicas, a apropriação da mídia alternativa, a criação de campanhas em site, em *Facebook*, o *hackerativismo*, os documentários, as campanhas de conquista de novos adeptos. São trabalhos que têm apelo visual forte, que envolvem o humor, que conquistam as pessoas por essas características. Nesse sentido, também é importante destacar estratégias que envolviam a chamada de coletivas.

Essa construção de bancos de dados, um trabalho de conhecimento, que se alguém quiser pesquisar sobre conflitos de mineração, sobre mineração, passa por algum banco de dados dessas organizações. Eles têm um amplo trabalho de documentação.

RP - Sobre o *Organon*, qual é o objetivo e quem atua no núcleo?

CL - Surgiu como um projeto de extensão em 2013. Estávamos fazendo um trabalho utilizando como uma fonte importante o Bertold Brecht, o *Pequeno Organon*, e a ideia era a criação de espaços onde o conflito fosse algo valorizado e não rejeitado, onde as pessoas pudessem expressar seus pontos de vista. O conflito é valorizado mas precisa de formas de ser experimentado, de ser canalizado. O projeto acabou conquistando apoio e visibilidade e decidimos transformar em um núcleo. Fizemos um projeto coletivo, construído por professores e alunos, de institucionalização.

O nosso ponto central no *Organon*¹² é o estudo de mobilizações sociais. Trabalhamos com essa categoria porque estudamos os grupos organizados, mas também estudamos com episódios de protestos. Construímos um mapa das mobilizações, no qual vamos incluindo em uma certa periodicidade os protestos de manifestações episódicas ou coletivos organizados. Dentro desse tema, dessa questão central que desenvolvemos, identificamos algumas linhas fundamentais, escolhidas tendo em vista o que os pesquisadores já vinham estudando, mas também as questões locais, do Espírito Santo. Uma das linhas é a de afetados por grandes projetos, porque a entrada do Espírito Santo na mineração é em função dos projetos de infraestrutura, é por aqui que se escoia minério. Já trabalhávamos com essa questão dos afetados antes mesmo do desastre [da barragem da Samarco/Vale/BHP Billiton]; uma linha de gênero e sexualidade, que também são questões importantes pro Espírito Santo, que tem altas taxas de violência contra a mulher e de violência contra LGBTs; e juventude, que tem uma demanda forte na área urbana de coletivos de artistas, de jovens que têm um protagonismo na questão cultural. Esses foram os temas que começamos a pegar. Trabalhamos com esse tipo de mobilização.

Do ponto de vista dos debates teóricos que fazemos, dentro da Teoria Política, entendendo que ela não é essencial dos movimentos, sempre entendemos que a dimensão intertemática é importantíssima. Quando estudamos gênero e sexualidade, estudamos também afetados por grandes empreendimentos, não estamos fechando nem desconsiderando que essas questões são transversais. Se formos pensar, dentro de uma comunidade de pesca, temos as questões de gênero, as dificuldades específicas que as mulheres pescadoras enfrentam, as questões de sexualidade que perpassam as discussões ambientais, a dimensão da juventude

¹² Nota das Entrevistadoras: No endereço <http://organon.ufes.br>, é possível acessar a produção do Núcleo de Estudo, Pesquisa e Extensão em Mobilizações Sociais (*Organon*), integrado à Universidade Federal do Espírito Santo (UFES).

de que perpassa todas essas questões. Sempre trabalhamos com esses temas de forma integrada, provocando essa troca de olhares. Como uma menina de um coletivo de lésbicas de Vitória vai pensar a questão dos ribeirinhos afetados pelo desastre da Samarco [Samarco/Vale/BHP Billiton]? É uma troca de perspectivas, mas é um ponto comum, que é o das mobilizações sociais. Temos feito isso como um exercício, não é um trabalho fácil, é um desafio.

Também temos inserido algumas perspectivas. Nesse último ano, incluímos uma área específica para estudar os empreendimentos, e não somente as comunidades impactadas e os processos de mobilização, mas qual é a dinâmica desses empreendimentos. Também a dimensão de territórios e alternativas, para pensar essa perspectiva utópica, o que esses sujeitos estão pensando, em qual sentido eles podem nos indicar novas possibilidades para pensar esses territórios, esses desafios todos; e uma dimensão de arte e política.

Temos pesquisadores das Artes, que discutem arte conceitual, os problemas das artes, e que fazem essa discussão de arte e política, da não estetização dos conflitos, da não estetização dessas situações de sofrimento, e como trabalhar de uma perspectiva ética a documentação e a produção de materiais audiovisuais e artísticos. Nossas saídas de campo são feitas com grande reflexão sobre o que é a produção audiovisual e as responsabilidades e implicações que existem. Esse foi um trabalho que começamos mais a fundo nesse ano.

Dentro do estudo e pesquisa sobre movimentos sociais, tenho uma aproximação com vertentes que são culturalistas, que vão compreender a importância da cultura nos movimentos sociais e com vários elementos, as entidades, os significados... mesmo nas estratégias judiciais, o que estudo é a dimensão simbólica: por que falar num discurso jurídico passa a ser importante para os movimentos? Isso tem uma razão estratégica, tática, mas tem também uma dimensão simbólica, e essa di-

menção simbólica eu trabalho a partir dos estudos das emoções, da psicologia das emoções.

RP - *No seu ponto de vista, qual é o papel dos movimentos sociais na atualidade? O que você tem percebido de mudanças nos últimos 20 anos?*

CL - Temos uma mudança ampla, assim como essa mudança no campo de ambientalistas e, também, uma mudança importante nos outros movimentos sociais, em geral. Mudanças de diversas ordens, posso sublinhar duas mudanças pegando o Brasil e de certa forma poderia ser aplicado a outros países. Ocorre aí uma mudança, pois a pauta torna-se mais complexa, assim como o enquadramento. Observamos, no movimento das mulheres, uma nova geração que vai recolocar a questão da mulher e do feminismo. Isso é bem evidente e tem gerado muita discussão entre as próprias ativistas e quem estuda. Temos mudança no movimento negro, que vai recolocar, que passa por uma nova geração, com novos atores. No movimento LGBT [Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transgêneros], também tem esse reenquadramento das pautas. E não se vive um momento conclusivo, da mesma forma que para o ambientalismo. É um momento de transição e de tirar a sujeira de debaixo do tapete. É a forma como os movimentos constroem as suas causas. E aí as definições internas, os limites identitários, tudo isso está em rediscussão.

A outra via passa pelo contexto de esquerda, a relação com o Estado, que se observa nos movimentos e naqueles movimentos mais tradicionais que vinham desde a redemocratização e que tiveram um processo com a entrada do PT de proximidade, de entrada no Estado, nos ministérios, no movimento agrário, direitos humanos, mulheres, teve uma absorção muito grande de militantes, de ativistas, muitas parcerias se abriram entre o Estado e os movimentos. Isso de fato gerou um efeito importante, que ainda está se processando porque ainda tem esses atores em disputa, devido a toda essa polarização. Essa polarização mantém essa

relação dos movimentos com o partido que chegou ao poder e saiu nessas circunstâncias. O que percebemos é um processo de desgaste muito grande de movimentos como o MST [Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra], desgaste interno. Recentemente, com esse novo governo [pós *impeachment* da Presidente Dilma Rousseff], ocorreram problemas diversos de conquistas no governo anterior, e aí o movimento tem que lidar com esse problema do que fazer sem recursos, o que fazer com uma série de políticas que eram o que estava balizando a pauta deles. Essas políticas deixaram de existir e além de tudo tem que se recolocar politicamente.

Esses são os dois principais processos que destacamos dos quais os movimentos vêm mudando e vêm passando. Um processo está ligado aos desafios enfrentados pós governo do PT [mandatos Luís Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff], que estão relacionados com essa aproximação com o Estado e sistema político; e o outro está relacionado aos enquadramentos, essas configurações das pautas, das identidades, a forma de estruturar, que tem a ver com a entrada de uma nova geração.

Podemos também relacionar com essa onda de protestos, que ninguém conseguiu ainda explicar muito bem, está relacionado a uma geração que não conhece essa forma de se organizar, a forma do MST [Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra], do MAB [Movimento dos Atingidos por Barragens]¹³... ela está num outro momento, outra conjuntura e que ela passa a reivindicar novas formas associativas.

RP - *Essas formas seriam as redes sociais?*

CL - Nesse momento tem mais a ver com momentos episódicos, como a *Marcha das Vadias*¹⁴, tem muito a ver com o cyberativismo. As ocupações...

13 Nota das Entrevistadoras: MAB (Movimento dos Atingidos por Barragens). Página web do Movimento disponível em: <http://www.mabnacional.org.br/>. Acesso em: 31 mai 2017.

14 Nota das Entrevistadoras: *Marcha das Vadias*. Página web da *Marcha* disponível em: <https://marchadasvadiascwb.wordpress.com/conheca-a-marcha/porquevadias/>. Acesso em: 31 mai 2017.

são novas formas de ação. O episódico é um dos elementos. Como é um processo novo, muito ligado aos jovens, que entram num processo de se entender como sujeito político, é uma coisa muito recente, eles não querem modelos tradicionais, como partidos, sindicatos e tal, e ao mesmo tempo estão em busca, experimentando fazer política de uma forma espontânea. Isso é uma marca das *Jornadas de Junho* [de 2013], nas ocupações das escolas, mas que tinha na articulação da *Marcha das Vadias*. O desafio ainda é entender qual é o papel das redes sociais. É um processo que está em ebulição.

Alguns elementos já podemos observar, por exemplo, as ocupações já existiam nas *Jornadas de Junho*, ações diretas que têm relevância para eles [os jovens], essa relação com a polícia, vai criando um repertório que liga novamente ao ambiente jurídico. Desde 2013 ocorreu um aumento grande nos coletivos de advocacia popular, que era muito mais ligada ao MST [Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra], e passa a se ligar às ocupações.

RP - *Pode explicar melhor o que seriam as advocacias populares?*

CL - O Boaventura de Sousa Santos diz que é a maior rede de advocacia popular do mundo, que é a RENAP [Rede Nacional de Advogados e Advogadas Populares]¹⁵, que é uma rede de advogados, cada um tem o seu trabalho, não vivem só para isso, mas dedicam uma parte do tempo à advocacia para movimentos sociais. Surgiu muito ligado ao MST e num trabalho que era mais de apoio em relação às criminalizações, um trabalho de defesa. Esses grupos vão surgindo e se ampliando e se difundindo para outras causas. Por exemplo, o coletivo Margarida Alves, vai surgir ligado às ocupações de BH [Belo Horizonte]. Eles vão ganhando editais, vão ganhando recursos para constituir de uma forma mais estru-

15 Nota das Entrevistadoras: RENAP (Rede Nacional de Advogados e Advogadas Populares). Página Facebook da Rede disponível em: <https://pt-br.facebook.com/medpoprj/>. Acesso em: 31 mai 2017.

turada essa ação, por isso eles vão se tornando uma organização. Esses coletivos em geral percebemos no Brasil todo e depois de junho de 2013, teve uma ampliação grande no Brasil.

Quando, no protesto, o jovem vai preso, ele tem contato com a polícia, passa por uma situação de injustiça e sofre essa violência institucional, acaba abrindo também uma porta de aproximação a esse tipo de estratégia, que é a jurídica. Eles acabam entendendo mais desse trâmite, isso vai, de uma forma, influenciar nas pautas deles, vai acabar aparecendo numa pauta sobre a polícia, em grupos que não faziam tanto esse tipo de discussão. É uma característica nova.

RP - *E tem diferença entre os veículos na forma como a imprensa brasileira noticia os movimentos sociais?*

CL - Se for falar em termos dos grandes veículos, dá para dizer que os movimentos sociais só aparecem quando tem algum tipo de ação mais enérgica e são criticados nesses veículos. Nos últimos anos, a mídia tem ficado cada vez menos do lado dos movimentos sociais, tem poucas reportagens que realmente usam a expressão "movimentos sociais", são outras caracterizações que vêm surgindo, "vândalos", que fogem da expressão certa e quando usam é com sentido pejorativo. Se fala muito pouco deles para além dos momentos de confronto.

Uma pessoa para ficar sabendo o que é o MST hoje, no sentido dos protestos, por exemplo a produção de arroz orgânico no MST, que é a maior do país, a pessoa precisa fazer uma busca sobre isso, entrar no site do MST e ir atrás de uma imprensa alternativa. A mídia corporativa, os grandes veículos não fazem esse tipo de reportagem, não divulgam isso. Isso é uma coisa que dá para se fazer uma pesquisa quantitativa, dá para afirmar. Tem essa manipulação dos protestos, da notícia que se passa sobre os protestos, tem manipulação dos significados, isso foi bem evidente em relação aos protestos que acionam um discurso mais nacionalista, do verde e amarelo e contra a corrupção.

RP - *Então isso implicaria em dizer que a imprensa no Brasil contribui para uma imagem estereotipada dos movimentos sociais?*

CL - Sim, ela contribui. Uma imagem estereotipada, criminalização e informação equivocada. Além disso, ela omite e não faz um trabalho de mostrar uma série de iniciativas muito importantes. Toda essa rede, grupos ligados à agroecologia, mesmo se for pegar grandes pautas que atravessam os movimentos sociais, o papel da mídia, até na questão dos transgênicos, que precisaria do apoio da mídia, porque a discussão de ciência e tecnologia é difícil de ser feita com a sociedade. Pontualmente, há uma ou outra iniciativa voltada para um grupo especializado e sempre com algum viés duvidoso.

No caso do desastre da barragem da Samarco [Samarco/Vale/BHP Billiton], tivemos pontualmente notícias no *Jornal Nacional*, mas não teve a proposta de um grande debate, de um programa que chamasse pessoas ligadas a essa questão que pudessem mostrar o que está acontecendo, quais são as questões das barragens no Brasil, o Código de mineração.

RP - *Poderia dar alguns exemplos em que a cobertura da mídia nacional foi diferente da cobertura da mídia internacional, em relação aos movimentos sociais?*

CL - No caso dos protestos recentes, o da Greve Geral [28 de abril de 2017], os jornais internacionais têm de fato feito uma cobertura muito diferente. Inclusive evidenciando, teve uma série de fotos da BBC, que tinha o espírito de mostrar o que foi efetivamente o dia 28. Tivemos outros momentos, esses conflitos territoriais, ligados ao MST, à mineração, casos indígenas, se vê grandes reportagens feitas por jornalistas em meios internacionais e pouquíssima reportagem local, e quando tem local é muito "um suposto índio", "um suposto ataque", tudo muito desacreditado. Teve também o caso da prisão da Sininho que ficou bem marcante.

RP - *O que pode ser recomendado de boas medidas*

que podem ser tomadas pela mídia?

CL - A imprensa é muito importante para os movimentos sociais, mesmo com todos esses problemas. Os movimentos pensam em como chamar a atenção da imprensa. É uma coisa real. Ainda é importante conquistar esse espaço. Pensando de uma forma mais realista, num contexto corporativo, onde eles [os órgãos de imprensa] tenham interesses de negócios, mas ainda assim simplesmente colocassem em pauta as causas que os movimentos estão levantando, se isso fosse trazido como pauta de matérias - e matérias com competência - isso já seria de grande colaboração.

Fazer a identificação de temas que são difíceis de entrar para a população em geral, criar programas, por exemplo, para ciência e tecnologia, como a questão dos grandes empreendimentos, processos participativos, relacionados a decisões sobre projetos de economia, esse tipo de questões que não são fáceis para o público geral ter acesso. E os estudos culturais, que a mídia também deixa a desejar, tanto que se vê que quem tem interesse em assunto sobre a cultura, contracultura, pensando criticamente, tem que investir em jornais, revistas, sites alternativos.

RP - *Quais as estratégias que os movimentos sociais têm utilizado para dialogar com os meios de comunicação e com os atores sociais?*

CL - Há um grande investimento dos movimentos sociais na produção de canais alternativos, com sites, páginas do Facebook; os maiores fazem isso. Os movimentos sociais que não são tão estruturados estão em *blogs*, redes sociais, que conseguem produzir por meio dessas formas livres, criar veículos próprios. Mas tem as articulações com coletivos e organizações específicas da comunicação, *Mídia Ninja*¹⁶ é um grande destaque nesse sentido. Ela ganhou uma importância. Estive num seminário enorme, o "Carajás 30 Anos," veio gente do Brasil in-

16 Nota das entrevistadoras: MÍDIA NINJA (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação). Página web da organização disponível em: <http://midianinja.org/>. Acesso em: 31 mai 2017.

teiro, e a *Mídia Ninja* estava fazendo a cobertura. Há blogs e sites alternativos que também se propõem a fazer esse apoio.

Tem um grupo de jornalistas que fazem pautas que normalmente não entram, a *Pública*¹⁷. [Eles, da *Pública*] lançaram um edital sobre a questão do Judiciário e da mineração. Fazem jornalismo investigativo, com pesquisas, levantamento de dados. Importante também destacar que o interesse no caso do Rio Doce [rompimento da barragem da Samarco/Vale/BHP Billiton], é muito maior em meios de comunicação internacionais do que nacionais. Recebo muito pedido de entrevista, muito mais demanda internacional do que nacional.

RP - *No auge do desastre da Barragem da Samarco/Vale/BHP Billiton, você recebeu quantos pedidos de entrevistas nacionais e internacionais, em média?*

CL - No auge, recebi umas três chamadas de veículos locais. E recebi uns 15 e-mails de jornalistas internacionais, como do *The Wall Street Journal*, da BBC, *The Intercept*... fiquei impressionada com isso. O interesse deles é maior e continua, volta e meia eles escrevem perguntando como está, em parte porque tem um interesse dos acionistas nesse processo de reparação.

Considerações finais

As reflexões trazidas pela pesquisadora Cristiana Losekann nesta entrevista alertam para uma grave falha ainda cometida pela mídia corporativa brasileira: a estereotipagem de movimentos sociais e a centralização das discussões vinculada às agendas dos poderes econômico e político.

Ainda que outras pesquisas realizadas nos últimos 20 anos tenham apontado para um aumento da desconfiança da sociedade em relação à mídia, o

17 Nota das entrevistadoras: Pública (Agência de Reportagem e Jornalismo Investigativo). Página web da Agência disponível em: <http://apublica.org/>. Acesso em: 31 mai 2017.

jornalismo impresso, o telejornalismo e a respectiva versão digital dos impressos, que são carros-chefes das tradicionais empresas de comunicação brasileiras, aparecem para 59% dos entrevistados como veículos de comunicação mais confiáveis, seguidos pelo rádio e a TV, de acordo com a mais recente Pesquisa Brasileira de Mídia, divulgada em janeiro deste ano pelo Ibope [Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística].

Isso indica que, apesar da profusão de veículos de comunicação presentes na Internet (sites, blogs e redes sociais), que são tidos como uma alternativa de fonte de informação e divulgação, para parte significativa da população as informações confiáveis chegam pelos meios tradicionais. Dessa forma, faz-se cada vez mais necessária a discussão e reflexão sobre a contribuição da mídia na marginalização de grupos de militância e ativismo, além do impacto que essa marginalização tem no aumento da violência cometida pelas forças de policiamento do Estado durante protestos populares.

Apesar dos novos repertórios e da apropriação dos meios digitais por parte dos movimentos sociais, o

que se percebe no Brasil não é novidade frente a outros países da América Latina: há um ciclo de criminalização do ativismo que esbarra na contradição da própria mídia. Isso porque, por diversas vezes nos últimos anos, os brasileiros são criticados publicamente por colunistas e comentaristas de telejornais por não participarem da política; porém, quando o fazem, são classificados em massa como “agitadores” e “vândalos”, de acordo com a nomenclatura mais utilizada em alguns meios de comunicação e lembrada nessa entrevista por Losekann.

Dione Oliveira Moura - Professora e pesquisadora da graduação e pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da UnB (Universidade de Brasília), Linha Jornalismo e Sociedade. **E-mail:** dioneoliveiramoura@gmail.com.

Liziane Guazina - Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, doutora em Comunicação, desenvolve pesquisa em Comunicação e Política, Jornalismo Político e Comunicação e Democracia. **E-mail:** lguazina@unb.br.

Luana Melody Vasconcelos Brasil - Formada em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Mestranda em ciência política pela Universidade do Québec em Montréal (início em 2018). **E-mail:** luana.melodybrasil@gmail.com.br

Recebido: 10 jan. 2018

Aprovado: 28 set. 2018



Resenha

Ligação perigosa: mídia e poder num cenário de disputas

Dangerous bond: media and power in a disputes scenario

Antenor Ferreira Mendes Neto

FIAM-FAAM - Centro Universitário
São Paulo, SP, Brasil.

Resenha de **Jornalismo e Poder Legislativo: relações entre mídia e política no Brasil**, organizado por **Zélia Leal Adghirni**.

Resumo

Com o objetivo de aprofundar os estudos acerca do binômio “mídia e poder” no Brasil, a coletânea *Jornalismo e Poder Legislativo* reúne contribuições de pesquisadores que têm como o foco de suas investigações as relações entre política e comunicação pública. Em suma, os textos discutem, a partir de perspectivas variadas, o fenômeno da mídia das fontes, seu surgimento, os meandros de seu funcionamento e seu impacto no processo de reformulação da atividade jornalística e do perfil profissional. O livro parte de um cenário de mudanças estruturais ocorridas na profissão, entendendo as mídias legislativas como sintoma desse complexo de transformações.

Abstract

In order to deepen the studies about the media and power binomial in Brazil, the *Jornalismo e Poder Legislativo* [Journalism and Legislative Branch] collection brings together researchers who focus their investigations on the relations between politics and public communication. In short, the texts discuss, from various perspectives, the media phenomenon of the sources, its emergence, the intricacies of its functioning and its impact on the process of reformulation of journalistic activity and professional profile. The book starts from a scenario of structural changes that occurred in the profession, understanding the legislative media as a symptom of this complex of transformations.

Palavras-chave

jornalismo; Poder Legislativo; mídia das fontes; identidade; perfil profissional.

Keywords

journalism; legislative branch; media of the sources; identity; professional profile.

A relação entre jornalismo e política não é um fenômeno recente, sendo possível verificá-lo em vários momentos da história. Já em 1919, num texto intitulado “A política como vocação”, Max Weber (1999, p. 80) incluía o jornalista na categoria dos “políticos profissionais”, figurando como um dos mais notáveis “representantes da demagogia”. Da imprensa predominantemente partidária da primeira metade do século XIX, às iniciativas jornalísticas contemporâneas que flertam com o ativismo, mídia e política convivem num clima de consensos e disputas, dando forma e sentido a um panorama complexo em que campos, em princípio, distintos, se cruzam no espaço social. É a partir da análise de algumas dessas imbricações que surge o livro *Jornalismo e Poder Legislativo: relações entre mídia e política no Brasil*, publicado em 2015, pela Editora Appris.

A obra é organizada por Zélia Leal Adghirni, professora associada da Universidade de Brasília (UnB), na qual ingressou em 1991. Também jornalista, ela apresenta, em seu currículo, vasta experiência na imprensa, tendo exercido a profissão durante cerca de 20 anos, no Brasil, na França e no Marrocos, passando por veículos como *O Estado de S. Paulo*, *Zero Hora*, *Coojornal*, dentre outros. Atualmente, dedica-se a pesquisas acerca das mudanças estruturais no jornalismo, com especial atenção à identidade do profissional da área.

O livro é formado por oito capítulos, distribuídos em duas partes, as quais, na nossa leitura, podem ser entendidas a partir de dois eixos teóricos basilares, que exploraremos mais adiante. Antes, vale um breve resumo de cada seção. Na primeira, “Quando o jornalismo se insere no Poder Legislativo”, tal como o título sugere, discute-se a atuação dos jornalistas nas mídias legislativas. Questões referentes aos sujeitos, como construção identitária e perfil profissional, e o próprio papel do jornalismo nesses espaços são pontos observados. Na segunda parte, intitulada “Quando o Poder Legislativo ecoa no jornalismo”, verifica-se de que forma

e com quais aspectos a esfera política aparece na cobertura da imprensa comercial, trazendo para o centro da análise o conteúdo e as rotinas de produção noticiosa.

A maior parte dos textos resulta de teses e dissertações apresentadas no programa de pós-graduação da Universidade de Brasília (UnB). A pertinência do tema naquela instituição não é fruto do acaso. Adghirni (2015, p. 7) lembra que a UnB, situada no meio do Planalto Central, nasceu com “vocação para pensar as relações entre política, comunicação e sociedade”. Por conta disso, desde os anos 1960, são gerados dezenas de trabalhos acadêmicos discutindo o binômio mídia e poder. Para trazer esta discussão na obra tratada, a organizadora contou com a participação de nove pesquisadores. São eles: Heloiza Matos, Rogério Mozart Dy La Fuente Gonçalves, Cristiane Brum Bernardes, Antônio Teixeira de Barros, Silvia Mugnatto Macedo, Pedro Aquino Noletto Filho, Iara Farias Borges, Malena Rehbein e Liziane Guazina.

Podemos entender como o lastro reflexivo do livro o fenômeno da “mídia das fontes”, trazido a público por Francisco Sant’Anna (2005). Segundo o autor, trata-se de novos veículos informativos ofertados por organizações profissionais, sociais ou por segmentos do poder público. São grupos administrados por quem, até então, limitava-se a desempenhar o papel de fontes de informação. Este conceito é caro aos autores, pois é o centro do arcabouço teórico do qual provém suas análises.

O “jornalismo das fontes” num cenário de transformações

Pensar em “jornalismo das fontes” é tratar de um contexto de diversidade midiática, em que múltiplas vozes despontam e outras se atualizam, decorrentes de um complexo de transformações sociais, econômicas e tecnológicas. A título de exemplo, podemos citar: mudanças no mercado de trabalho, que tem ori-

gem na reestruturação do capital e no consequente imperativo da flexibilidade, conduzindo à precarização e instabilidade empregatícia; o discurso da convergência e o impacto no processo produtivo, na sobrecarga de tarefas a partir da exigência de um profissional polivalente, que exerce múltiplas funções; a difusão das novas tecnologias e as possibilidades de empoderamento comunicacional oferecidas pela internet, etc. Nesse sentido, logo no primeiro capítulo – “Alternativas ao papel mediador do jornalismo e o Poder Legislativo” –, Matos (2015, p. 29) aponta como a rede possibilita o surgimento de novos atores jornalísticos, “rompendo com a conservadora ideia de que apenas os jornalistas profissionais teriam mandato para tanto”. As mídias legislativas, como uma dessas manifestações, passam a interferir no processo de construção de notícia e na formação do imaginário coletivo (Sant’anna, 2006), disputando legitimidade em um sistema historicamente constituído de produção discursiva. Os resultados dessa interferência são questões que o livro busca problematizar.

Um primeiro ponto diz respeito ao próprio tensionamento de fronteiras. O jornalismo, como sabemos, é uma atividade que se constituiu ao longo dos anos como um território relativamente autônomo, com códigos e habilidades específicas, permitindo a construção de um discurso e o estabelecimento de técnicas autorizadas. Os jornalistas, assim, formam um conjunto de atores pertencentes a um campo, que reivindicam possuir um monopólio de conhecimentos particulares, nomeadamente o que é notícia e a sua construção (Traquina, 2012). Nos termos de Pierre Bourdieu (1997), configura-se um espaço social estruturado, um campo de forças onde há dominantes e dominados, e onde as relações de disputas são constantes. É por meio dessas disputas que cada ator define a sua posição e, em consequência, suas estratégias.

A primeira parte do livro dialoga mais precisamente com esse eixo teórico ligado à própria constituição do campo, na medida em que os textos, direta ou indiretamente, discutem tensionamentos acerca

de um imaginário hegemônico, dando indicativos de um cenário de fronteiras difusas, em que modelos e procedimentos historicamente constituídos são atualizados. Ou seja, marcas de um espaço de disputas.

Em “Gênese e perfil do jornalista legislativo”, Gonçalves (2015, p. 37) trata da emergência de um novo subgrupo de profissionais, no caso, os “jornalistas das fontes”. O autor ressalta, por exemplo, a resistência da mídia comercial às inaugurações das emissoras de televisão legislativas, provocando afrontas contra o Parlamento, pois foram consideradas “invasão do campo”. É evidente que há, nesse embate, a influência do campo econômico, uma vez que deter o monopólio da cobertura noticiosa, tradicionalmente delegado à chamada grande imprensa, envolve interesses comerciais. O que nos é interessante notar é que a mudança do perfil da atividade jornalística, mais uma vez, tensiona e atualiza leituras e procedimentos constituídos.

A identidade desses jornalistas também é problematizada. No texto “A configuração da identidade profissional dos jornalistas da Câmara dos Deputados”, Bernardes (2015, p. 85) assinala o surgimento de um perfil profissional ambíguo, decorrente de um conflito conceitual que afeta diretamente sua constituição identitária. A autora constata que, nas mídias legislativas, “enquanto alguns se sentem confortáveis em combinar os valores clássicos do jornalismo com a expectativa de serviço público, para outros profissionais isso significa abandonar uma identidade construída ao longo de anos de atuação no meio jornalístico”. Isso significa que tal identidade, ancorada em valores que corroboram a definição de como ser e como estar na profissão (Traquina, 2013), é base para a legitimação do discurso jornalístico. São códigos defendidos tanto pelos profissionais – quando permitem a consolidação do seu lugar de fala autorizado – quanto pelas empresas, pois são valores que, aliados às suas estratégias, lhes autorizam como “serviço de comunicação”.

No capítulo “Comunicação e política nas rádios legislativas: a *Rádio Senado* e a *Rádio Câmara*”, Barros, Bernardes e Macedo (2015, p. 100) mostram

que os veículos legislativos utilizam a publicidade como forma de ampliar e melhorar a imagem pública do parlamento. Entretanto, contrariando o discurso da imprensa liberal, afirmam seus princípios jornalísticos, “mesmo não dispondo da autonomia administrativa e financeira que, em princípio, garantiria a credibilidade das informações prestadas”. Gonçalves (2015, p. 57-58), já mencionado, por sua vez, conclui que, em alguns casos, os jornalistas consideram necessária “alguma forma de normatização para salvaguardar a autonomia de procedimentos”. Em sua leitura, aliás, é a partir dessa ação regulatória que esses profissionais podem afirmar/reconhecer/legitimar o seu trabalho. Ou seja, a tensão apontada pelos autores ocorre, basicamente, em duas dimensões: a primeira relativa ao sistema híbrido das mídias legislativas, que combina práticas e critérios clássicos da profissão com atividades e conteúdos de comunicação institucional, gerando possíveis conflitos com a maneira própria de cada jornalista “saber” e “fazer” o seu trabalho; e a outra, a tensão referente à ameaça a autonomia de um espaço social delimitado, o que provoca disputas entre os agentes do campo, revelada na crítica e na resistência da grande imprensa às mídias legislativas.

Poder Legislativo e mídia comercial: outras tensões

Na segunda parte da obra, a atenção se volta à imagem da Poder Legislativo na cobertura da mídia comercial. Aqui, os textos mobilizam um eixo teórico que se relaciona com as particularidades da produção noticiosa. Dentro das grandes empresas de notícias, o profissional desenvolve seu trabalho de acordo com um esquema pragmático de ações. Há forças atuantes no âmbito produtivo que balizam o tipo de cobertura realizada. O público, em geral, desconhece esse processo.

Noleto Filho (2015, p. 145), em “Políticos e jornalistas na ilusão da opinião pública”, destaca que os campos político e jornalístico “cultivam imagens

bilaterais de cunho negativo, fruto de incompreensões e desconhecimento mútuo”. Ele realizou extensa pesquisa a respeito dessa relação conflituosa, entrevistando 102 deputados federais, em 2003, na intenção de compreender como eles percebem o trabalho da imprensa e a maneira como são projetados frente à opinião pública. Como resultado, verificou que a leitura dos parlamentares em relação ao papel da mídia é de forte descrédito, o que tem origem numa série de razões, categorizadas pelo autor e esmiuçadas ao longo de seu texto. Questões como as implicações comerciais da mídia, a suposta incompetência em cobrir o congresso ou a preferência por fatos negativos são algumas das manifestações que pululam nas falas dos próprios deputados quando indagados a respeito da imagem pública da Câmara. É interessante notar como não lhes foi perguntado sobre a cobertura da imprensa propriamente, mas, sim, quanto a imagem da câmara perante a sociedade, o que revela que, para os parlamentares, há uma vinculação evidente entre a “construção social dessa imagem (negativa) e a representação que a mídia produz” (p. 123).

Noleto Filho abre seu texto apresentando, por exemplo, os dados de uma “pesquisa de opinião” realizada pela revista *Veja* a respeito do que os brasileiros pensam dos políticos, e enfatiza que a reportagem publicada pela semanal, com os resultados de tal inquérito, sequer se preocupou em cumprir o rito do “vamos ouvir o outro lado”, um dos mais básicos preceitos éticos do jornalismo. Segundo o autor, é por meio de truques de edição, dados estatísticos e comentários de fontes autorizadas que se constrói o que Champagne (1998, p. 83) definiu como uma “ilusão bem fundamentada” (*apud* Noleto Filho, 2015, p. 122), isto é, um imaginário social delineado por estereótipos e lugares comuns, quadro que corrobora a desconfiança da classe política quanto à cobertura da imprensa. Todavia, ao criticarem a mídia informativa, pontua Noleto Filho (2015, p. 146), os deputados tendem a se colocar no papel de vítimas dos meios de comunicação, quando, na

verdade, deveriam propor soluções para problemas político-institucionais. Ou seja, como dito inicialmente, no fundo, trata-se de um contexto de incompreensão e desconhecimento mútuo.

Em “Mídia das fontes e mídia privada: a utilização do conteúdo da Agência Senado por sites noticiosos”, Borges (2015, p. 155) retoma a discussão a respeito do jornalismo político feito pela grande imprensa, destacando que a “homogeneização” desta cobertura também se deve ao fato de grandes veículos serem empresas de comunicação privadas, que ao desempenharem suas atividades, “não observam a multiplicidade de interesses presente no Parlamento, já que dependem de relações político-econômicas com determinados setores”. Em contrapartida, diz a autora, as mídias das fontes oferecem à sociedade condições mais efetivas para o exercício da cidadania, ao passo que, em tese, respeitam a multiplicidade de interesses existentes no Senado. Ainda segundo Borges, no período de sua análise, a agência mencionada no título do capítulo se pautou em critérios como “transparência, imparcialidade e liberdade de expressão para elaborar seu conteúdo”, e que, por isso, pôde fornecer aos cidadãos uma alternativa para se informar “sem a intermediação da imprensa privada, pautada, muitas vezes, em interesses particulares” (Borges, 2015, p. 166).

Rehbein (2015, p. 172), no capítulo “Noticiário político: um diagnóstico da cobertura pela mídia impressa”, também volta a atenção às rotinas de produção noticiosa. De acordo com a autora, para entender os resultados das imagens projetadas na sociedade, ou melhor, a relação entre jornalismo e política expressa por meio da cobertura feita pela imprensa, é preciso lançar um olhar para o “modus operandi” desta produção, “a rotina jornalística na qual o processo de decisão do que é notícia e como ela será dada está inserido”. Em sua análise das dimensões do *newsmaking*, surgem igualmente questionamentos a respeito do teor comercial da mídia ou a propensão da cobertura a temas de

cunho negativo (conflitos, fofocas, etc.), bem como os efeitos disso para a sociedade.

A esse respeito, é preciso observar que, mesmo antes do século XIX, o jornalismo já era tido como um negócio, e as notícias, uma mercadoria. Ciro Marcondes Filho (1989, p. 41) assinala que, por conta disso, em geral elas são apresentadas de forma fragmentada, fora de contexto, tratadas, cada vez mais, como um produto inserido numa lógica de mercado. Opera-se, nesse caso, a desvinculação “de seu fundo histórico-social, e, como um dado solto, independente, ela é colocada no mercado de informação”. Bourdieu (1997), por sua vez, é enfático ao afirmar que essa informação asséptica, sem profundidade, não tem o objetivo de orientar ou produzir qualquer tipo de debate na sociedade. Para além disso, há, ainda, as forças já referidas que atuam no processo de produção, como a pressão do tempo ou constrangimentos dos mais diversos aos quais o profissional está submetido.

Como resultado, Rehbein (2015, p. 187) afirma que poucos temas são os privilegiados dentro da esfera política, dando ao leitor uma visão muito restrita do que deve ser priorizado deste universo ou, além disso, “uma visão de que a realidade da política nacional refere-se basicamente ao material selecionado continuamente”, o que, sem dúvida, continua a autora, “não contribui para a formação mais ampla da opinião” – embora, é importante salientar, tenha sua parcela de importância para o esclarecimento. A autora discute, também, fatos como os poderes Executivo e Legislativo serem apresentados de maneira desproporcional ou como a escolha das fontes não fomenta um debate aberto de ideias entre as vozes.

Em suas conclusões, Rehbein se questiona como esta imprensa pode, então, representar a sociedade como um todo, favorecendo de fato a democracia. A autora sugere que a participação de outros agentes na cobertura noticiosa sinaliza um possível caminho. Contudo, como dito anteriormente, nas mídias legislativas, critérios como “transparência”

ou “liberdade” não estão completamente postos. O trabalho desses profissionais é permeado por conflitos diversos. Como sintetiza Guazina (2015, p. 192), no último capítulo da coletânea – intitulada “Campos em disputa: jornalismo versus política na abordagem do ‘Jornal Nacional’ sobre o escândalo do mensalão” –, estamos tratando de campos em disputa, “instâncias autônomas de conhecimento sobre o mundo, ainda que estejam, cada vez mais, em constante interação”. Suas considerações fazem eco ao que, antes, disse Luis Felipe Miguel (2002, p. 116): trata-se de uma “simbiose tensionada”, o que complexifica a leitura do fenômeno.

Permanências e mudanças nos valores do jornalismo

Antes de concluirmos, é preciso reforçar o caráter histórico da constituição do campo jornalístico e da definição de seus valores, pois, assim, nos distanciamos de uma postura essencialista que avalia a profissão como uma atividade portadora de uma natureza imutável. Os valores identitários aos quais nos referimos previamente não são atributos solidificados, mas uma espécie de acordo que é continuamente reconstruído dentro e fora do grupo. Na nossa leitura, atualmente, esses pontos de tensão, de borrar de fronteiras e de surgimento de um novo profissional é que estão mais evidentes – as mídias legislativas ilustram nossa percepção. Bernardo Kucinski (2005, p. 24), por exemplo, fala sobre o “vazio ético” do jornalismo contemporâneo, argumentado que vivemos numa época de desabamentos de códigos constituídos, em que cada indivíduo tem “a faculdade de decidir sua própria conduta, cultivar seus próprios valores”. A palavra “flexibilização”, tão recorrente na literatura da sociologia do trabalho, é chave para compreendermos esta conjuntura. Há uma exigência por plasticidade. Flexibilizam-se as relações contratuais, as funções exercidas no ambiente laboral, a própria noção de jornalismo e de perfil deste profissional.

Por tudo isso, o livro acerta em cheio em trazer um tópico “quente”, de pertinência clara, e apresentá-lo por meio de enfoques diversos, mas que se complementam, explorando o tema de maneira ampla e elucidativa. A iniciativa de sistematizar um estudo tão abrangente sobre um assunto carente de referências torna a leitura obrigatória. Como pontua Adghirni (2015, p. 11), por mais que as pesquisas sejam datadas, este fato não diminui o interesse científico das investigações realizadas, ao contrário, instigam o surgimento de trabalhos que possam atualizar seus resultados. Ao fim da leitura, algumas perguntas são inevitáveis: será que as mídias legislativas que, em tese, surgem com o intuito de aproximar a esfera política da sociedade, promovendo o esclarecimento e a cidadania, estão de fato atingindo seu objetivo? Dentre acordos e constrangimentos, estão os jornalistas conseguindo realizar seu trabalho em sintonia com os valores que por via de regra defendem? Essas mídias, que têm como princípio norteador a transparência, mais revelam ou ocultam informações? São caminhos que podem ser desdobrados em pesquisas futuras. Por ora, em tempos de aguda crise política, de representatividade enfraquecida, a obra é bastante feliz em pesquisar o objeto, pois lançar luz sobre as mídias legislativas parece de suma importância para melhor compreendermos o momento em que vivemos.

Referências

ADGHIRNI, Zélia Leal. Apresentação. In: _____. (Org.). **Jornalismo e Poder Legislativo**: relações entre mídia e política no Brasil. Curitiba: Appris, 2015. p. 7-11.

BARROS, Antonio Teixeira de; BERNARDES, Cristiane Brum; MACEDO, Sílvia Mugnatto. Comunicação e política nas rádios legislativas: a *Rádio Senado* e a *Rádio Câmara*. In: ADGHIRNI, Zélia Leal. (Org.). **Jornalismo e Poder Legislativo**: relações entre mídia e política no Brasil. Curitiba: Appris, 2015. p. 92-113.

BERNARDES, Cristiane Brum. A configuração da identidade profissional dos jornalistas da Câmara dos Deputados. In: ADGHIRNI, Zélia Leal. (Org.). **Jornalismo e Poder Legislativo**: relações entre mídia e política no Brasil. Curitiba: Appris, 2015. p. 61-89.

BORGES, Iara Farias. Mídia das fontes e mídia privada: a utilização do conteúdo da Agência Senado por sites noticiosos. In: ADGHIRNI, Zélia Leal. (Org.). **Jornalismo e Poder Legislativo**: relações entre mídia e política no Brasil. Curitiba: Appris, 2015. p. 151-167.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

GONÇALVES, Rogério Mozart Dy La Fuente. Gênese e perfil do jornalista legislativo. In: ADGHIRNI, Zélia Leal. (Org.). **Jornalismo e Poder Legislativo**: relações entre mídia e política no Brasil. Curitiba: Appris, 2015. p. 37-59.

GUAZINA, Liziane. Campos em disputa: jornalismo versus política na abordagem do "Jornal Nacional" sobre o escândalo do mensalão. In: ADGHIRNI, Zélia Leal. (Org.). **Jornalismo e Poder Legislativo**: relações entre mídia e política no Brasil. Curitiba: Appris, 2015. p. 191-204.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual**: ensaios sobre o colapso da razão ética. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, Unesp, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**: jornalismo como produção social de segunda natureza. São Paulo: Ática, 1986.

MATOS, Heloiza. Alternativas ao papel mediador do jornalismo e o Poder Legislativo. In: ADGHIRNI, Zé-

lia Leal. (Org.). **Jornalismo e Poder Legislativo**: relações entre mídia e política no Brasil. Curitiba: Appris, 2015. p. 21-36.

MIGUEL, Luis Felipe. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o congresso brasileiro. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, n. 20, p. 115-134, jun. 2003.

NOLETO FILHO, Pedro Aquino. Políticos e jornalistas na ilusão da opinião pública. In: ADGHIRNI, Zélia Leal. (Org.). **Jornalismo e Poder Legislativo**: relações entre mídia e política no Brasil. Curitiba: Appris, 2015. p. 117-149.

REHBEIN, Malena. Noticiário político: um diagnóstico da cobertura pela mídia impressa. In: ADGHIRNI, Zélia Leal. (Org.). **Jornalismo e Poder Legislativo**: relações entre mídia e política no Brasil. Curitiba: Appris, 2015. p. 169-189.

SANT'ANNA, Francisco. Mídia das fontes: o difusor do jornalismo corporativo. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Covilhã, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: por que as notícias são como são. 3 ed. Florianópolis: Insular, 2012.

_____. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. 3 ed. Florianópolis: Insular, 2013.

WEBER, Max. **Ciência e política**: duas vocações. São Paulo: Cultrix, 1999.

Antenor Ferreira Mendes Neto - Mestre em Jornalismo pelo FIAM-FAAM - Centro Universitário, em São Paulo (SP), mesma instituição na qual se formou jornalista. Pesquisador do grupo "Jornalismo, Mercado de Trabalho e Novas Linguagens", registrado junto ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). **E-mail**: nokss@live.jp