

Comunicação: Veredas

Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação

ADMINISTRAÇÃO SUPERIOR DA UNIVERSIDADE DE MARÍLIA

Reitor

Dr. Márcio Mesquita Serva

Vice-reitora

Profa. Regina Lúcia Ottaiano Losasso Serva

Pró-reitor de Graduação

Prof. José Roberto Marques de Castro

Pró-reitora de Ação Comunitária

Profa. Maria Beatriz de Barros Moraes Trazzi

Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-Graduação

Profa. Dra. Suely Fadul Villibor Flory

Comunicação: Veredas / Revista do Programa de Pós-Graduação em
Comunicação, SP: Ed. Unimar, 2005.

V.4, n.4, 2005

ISSN 1678-7536

1. Comunicação Social: Periódicos 2. Jornalismo 3. Publicidade 4. Letras
5. Artes 6. História I. Universidade de Marília II. Revista da Pós-Graduação
em Comunicação da UNIMAR.

CDD- 302.2305

CDU- 659.3 (05)

Os artigos são de responsabilidade dos autores, tanto na forma
quanto no conteúdo.

Comunicação: Veredas

Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação

Ano IV - Nº 04 - Novembro, 2005

DIRETORA RESPONSÁVEL

Suely Fadul Villibor Flory

EDITORA

Linda Bulik

CONSELHO EDITORIAL

Presidente: Suely Fadul Villibor Flory (Coordenadora do Programa de Pós-Graduação)

Vice-Presidente: Linda Bulik (Vice-coordenadora)

MEMBROS:

Ana Maria Gottardi (UNIMAR), Anamaria Fadul (UMESP), Antonio Fausto Neto (UNISINOS), Antonio Hohlfeldt (PUC-RS), Antonio Manoel dos Santos Silva (UNIMAR), Carly Batista de Aguiar (UNIMAR), Edgar Rebouças (UFES), Elêusis Mírian Camocardi (UNIMAR), Eugênio Trivinho (PUC-SP), Fabíola Imaculada de Oliveira (UNIVALE), Jean Mouchon (Université de Paris X), Jorge Pedro Sousa (Universidade Fernando Pessoa – Porto – Portugal), José Marques de Mello (UMESP), Lucilene dos Santos Gonzáles (UNIMAR), Luiz Antonio de Figueiredo (UNIMAR), Maria Aparecida Brando Santilli (USP), Maria Cecília Guirado (UNIMAR), Maria Helena Weber (UFRS), Michel Maffesoli (Sorbonne), Nícia Ribas D'Ávila (UNIMAR), Romildo Sant'Anna (UNIMAR), Sandra Reimão (UMESP), Sérgio Dayrell Porto (UnB), Volnei Edson dos Santos (UEL), Wilson Gomes (UFBA).

REVISÃO DE TEXTO

Lúcia Correia Marques de Miranda Moreira

VERSÃO PARA O INGLÊS E REVISÃO DO ESPANHOL

Heloísa Helou Doca/Gisele Domingos do Mar

PROJETO GRÁFICO

Aroldo José Abreu Pinto

CAPA

Antonielson Reis Rodrigues

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA

Rodrigo Silva Rojas

ADEQUAÇÃO E REVISÃO DAS NORMAS

Benedita Aparecida Camargo

Comunicação: Veredas

Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação

ENDEREÇOS PARA CORRESPONDÊNCIA:

Secretaria de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo

Av. Hygino Muzzi Filho, 1001 - Campus Universitário - CEP 17525-902 - Marília - SP

Telefones (014) 2105-4075 - Fax: (014) 2105-4074 - e-mail: sflory-fca@unimar.br e/ou

bulik@sercomtel.com.br

Universidade de Marília

Av. Hygino Muzzi Filho, 1001 - Campus Universitário - CEP 17525-902 - Marília - SP

Telefone: (014) 2105-4000 - site: www.unimar.br

Sumário/Contents

Editorial	09
México imaginado: recepción cultural, telenovelas e inmigrantes	
Imagined Mexico: cultural reception, soap operas and immigrants	
Ana B. URIBE ALVARADO.....	11
Jornalismo digital: a forma in forma o conteúdo da notícia	
Digital journalism: the shape forming the content of the news	
Linda BULIK e Ricardo Cassiolato TORQUATO	43
O telejornalismo brasileiro e suas memórias	
The blurred memory of the Brazilian TV News journalism	
Sebastião Carlos de Morais SQUIRRA e Antonio de ANDRADE	73
O rádio, a Universidade e o “seguir além” na mídia-educação	
The radio, the University and the “going beyond’ on media-education	
Carly Batista de AGUIAR	91
Jornalismo, democracia, hegemonia	
Journalism, democracy, hegemony	
Murilo Cesar SOARES.....	119
A utopia às avessas: as crônicas de Diogo Mainardi na revista VEJA	
The reverse utopia: Diogo Mainardi’s chronicles in <i>VEJA</i> magazine	
Ana Maria GOTTARDI	145

**Del mundo globalizado a la perspectiva del cine después del 11 de septiembre:
el trailer**

From the globalized world to the cinema perspective after September 11th: the trailer
Maximiliano Martín VICENTE e Raquel CABRAL.....175

A construção do sentido na narrativa audiovisual: um caso de ficção na mídia

The meaning construction in the audiovisual narrative: a media fiction case
Lúcia Correia Marques de Miranda MOREIRA191

**Leitura de textos jornalísticos em curso de comunicação: um percurso
enunciativo**

Journalistic texts reading in communication courses: an enunciative path
Maria Inez Matues DOTA207

Investigações sobre o processo de criação da reportagem

Investigations on the newspaper report creation process
Maria Cecília GUIRADO225

**A hipótese da *agenda setting* e o processo de decadência do pólo turístico do
Guarujá-SP na década de 1970**

The agenda setting hypothesis and the decreasing process of the Guarujá-SP touristic
pole in the 1970s
Elêusis Mírian CAMOCARDI e Gilberto Gonçalves ROSSI JR243

As bases sociológicas nos estudos das teorias da comunicação

The sociological principles in the communication theory studies
Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER271

A linguagem ficcional do cinema na Internet: a interação entre o usuário e o computador na perspectiva das teorias da Estética da Recepção

The cinema fictional language in the Internet: the interaction between the user and the computer in the perspective of the Aesthetic and Reception Theories

Suely Fadul Villibor FLORY e Francisco MACHADO FILHO297

A semiótica em Cesário Verde: *De tarde*, um poema, uma aquarela

The Semiotics in Cesário Verde: *De tarde*, a Poem, an aquarelle

Nícia Ribas D'ÁVILA e Sânderso Reginaldo de MELLO313

A crônica no contexto da *Folha da Tarde*: Tradição vincada pelas pulsações urbanas

The chronicle in the *Folha da Tarde* context: tradition chained by urban manifestations

Aroldo José Abreu PINTO.....337

Comunicação em duas linguagens: o pintar e o escrever

Communication between two languages: the verbal and the visual texts

Laurita Fernandes FASSONI e Nelyse Aparecida Melro SALZEDAS.....347

NORMAS PARA APRESENTAÇÃO DOS TRABALHOS361

ÍNDICE DE AUTORES / AUTHOR INDEX363

Editorial

“México imaginado: Recepción cultural, telenovelas e inmigrantes”, da pesquisadora mexicana Ana B. Uribe Alvarado, é o artigo que abre a presente edição de **Comunicação: Veredas**, dedicado à recepção cultural e que investiga particularmente, com base em pesquisa empírica, de que maneira a recepção de telenovelas, entendida como prática cultural de construção de sentido, é um cenário para construir uma relação de pertencimento à nação.

Neste número, buscando entender o papel que as mídias exercem ou deveriam exercer no que tange ao exercício da democracia, publicamos o artigo de Murilo César Soares e o artigo de Ana Maria Gottardi, que explora a crônica satírica, gênero muito utilizado nos meios de comunicação, sobretudo quando se trata de criticar a política e os políticos.

Por outro lado, destacam-se os enfoques que priorizam a preocupação com a forma e o conteúdo do jornalismo, desde o plano do uso dos códigos, passando pela memória até “seguir além” na mídia-educação. Neste sentido, chamamos a atenção para os artigos de Linda Bulik e Ricardo Cassiolatto Torquato, Sebastião Carlos de Moraes Squirra e Antonio Andrade, bem como Carly Batista Aguiar, Maria Cecília Guirado, Maria Inez Mateus Dota, Aroldo José Abreu Pinto, Elêusis Mirian Camocardi e Gilberto Gonçalves Rossi Jr.

Numa perspectiva empenhada em observar a ficção na mídia, encontram-se os estudos de Maximiliano Martín Vicente e Raquel Cabral, Lúcia Correia Marques de Miranda Moreira, Suely Fadul Villibor Flory e Francisco Machado Filho.

O ensaio de Ana Carolina Rocha Pessoa Temer faz uma análise das origens históricas dos estudos sobre comunicação, relacionando conceitos fundamentais das Ciências Sociais com os paradigmas que fundamentam os estudos da comunicação.

Finalmente, contemplam-se ainda as relações entre texto/intertexto abordadas em suas interfaces com as poéticas verbais e visuais – vertentes exploradas por Nícia Ribas D'Ávila, Sânderson Reginaldo de Mello e Laurita Fernandes Fassoni. Neste sentido, a revista abre suas páginas para uma concepção mais ampla de comunicação, que aceita como seu objeto de investigação não só os estudos de mídia, mas também as suas conexões com a ciência e as artes.

LINDA BULIK

México imaginado:
Recepción cultural, telenovelas e
inmigrantes

Imagined Mexico: cultural reception,
soap operas and immigrants

Ana Berta URIBE ALVARADO

Doctorado en Ciencias Sociales por el Colegio de la Frontera Norte, en
Tijuana, B. C, México.

(Premio Nacional a las Mejores Tesis de Doctorado 2003, de la Academia
Mexicana de las Ciencias).

E-mail: pcultura@volcan.ucol.mx

RESUMO

El presente texto se apoya en trabajo empírico realizado con inmigrantes de origen mexicano residentes en Los Angeles, California, durante 2001-2002, así como en la recuperación del concepto de nación, recepción televisiva y comunidades imaginadas. El contenido del artículo tiene como objetivo argumentar de qué manera, la recepción de telenovelas, entendida como práctica cultural de construcción de sentido, es un escenario para construir una relación de pertenencia a la nación de origen. Se propone la categoría de México imaginado como una categoría de análisis que aglutina una gama de sentimientos (añoranza, orgullo, lealtad, fidelidad, vergüenza, rechazo) hacia la nación territorial y simbólica de origen. Estos sentimientos son generados por los sujetos receptores en la experiencia cultural de mirar telenovelas mexicanas en contextos de migración.

PALABRAS-CLAVES: Recepción cultural - telenovelas - inmigrantes - exclusión cultural - transnacionalismo

ABSTRACT

This paper is based on an empirical research made with Mexican immigrants who live in Los Angeles, California, during the period of time from 2001 up to 2002, as well as the recovering of the concept of nation, televisive reception and imagined communities. This article focuses on how the reception of soap operas, understood as a cultural practice of meaning construction is a scenary to construct a belonging relation to the nation of origin. The category of imagined Mexico is an analysis which joins many feelings as nostalgia, pride, royalty, fidelity, shame, and rejeectness about the territorial and symbolic nation of origin. These feelings are produced by the receivers in a cultural experience of watching Mexican soap operas in migration contexts.

KEY-WORDS: Cultural reception; soap operas; immigrants; cultural exclusion; transnacionalism.

Introducción

U nos de los géneros de ficción popular más vistos dentro de la oferta televisiva hispana en Estados Unidos son las telenovelas; éstas llenan los horarios estelares nocturnos de la televisión pública (Univisión, Telemundo, Telefutura, Azteca América) y también de la red de televisión privado (Galavisión). Aunque la oferta de este género televisivo latinoamericano sea amplia, el liderazgo lo llevan las telenovelas mexicanas producidas por Televisa y transmitidas por la red Univisión en las más de treinta estaciones filiales en Estados Unidos. Las telenovelas mexicanas, han invadido la programación televisiva de los hogares de ascendencia latinoamericana, en particular de los residentes mexicanos en Estados Unidos. Hombres, mujeres, jóvenes y niños, primera o segunda generación emigrante ven telenovelas mexicanas, como parte de sus rutinas diarias.

Para un emigrante mexicano recién llegado o con larga permanencia en Estados Unidos, la telenovela es un género televisivo bastante conocido, visto y resemantizado, incluso desde antes de arribar al país de destino. La práctica de ver telenovelas como forma de entretenimiento masivo, si bien puede ser impulsada por los gustos y hábitos culturales de los sujetos que las miran, también es una realidad que los canales hispanos, no tienen una agenda diversificada en los horarios nocturnos. Además, muchos de los residentes mexicanos tienen ritmos de vida cotidiana donde no hay una vida pública dinámica; transitan de su casa al trabajo, al llegar del trabajo se encierran en sus casas se disponen a ver televisión, a dormir y esperar el día siguiente¹. Por otro lado, si tomamos en cuenta que las telenovelas mexicanas son narrativas audiovisuales que hablan desde la cultura de origen del emigrante, (tanto en el idioma como en los tópicos que maneja) ver telenovela se convierte entonces, en una opción ineludible y en un alimento cultural que puede llegar a ser gratificante para los receptores.

Las telenovelas mexicanas comenzaron a transmitirse al público hispano en Estados Unidos durante los primeros años de la década de sesenta. La empresa Spanish International Network comenzó a transmitir telenovelas mexicanas a través de Galavisión y Univisión en sus dos primeras filiales en el suroeste norteamericano². Con el esquema calificado como “envío bicicleta”, envío de cintas para su distribución individual, antes de la llegada de la televisión por satélite. Desde entonces, hasta ahora, las telenovelas tienen un lugar cada vez más asegurado en la oferta de programación televisiva hispana en Estados Unidos. Su presencia en este escenario, justifica las políticas de exportación en el mercado internacional de las redes, en este caso Televisa, y sobre todo, el crecimiento significativo de la población que habla español y que suele identificarse como hispanos, latinos, México-americanos, chicanos³. En las últimas décadas, como causa y consecuencia de los procesos de migración y transnacionalismo, la población hispana en Estados Unidos se ha incrementado considerablemente, en un futuro inmediato será el grupo minoritario más grande en ese país.⁴

El objetivo de este trabajo es exponer una parte de los hallazgos y análisis de la investigación titulada *Re-imaginando México, con la telenovela. Recepción cultural de telenovelas por inmigrantes mexicanos residentes en Los Angeles, California*⁵. Particularmente nos interesa enfatizar el cómo la recepción de la telenovela, entendida como práctica de sentido, por lo tanto cultural, es un vector para construir una relación de pertenencia con la nación de origen de los inmigrantes de origen mexicano. Este texto está presentado en cuatro partes: En la primera parte se discute el concepto de nación, telenovelas y comunidades imaginadas. En una segunda parte, abordamos la idea de la recepción televisiva; explicamos las implicaciones que tiene mirar las telenovelas en el entorno de migración, construimos un concepto central: México imaginado, como una forma de sistematizar los resultados de nuestra investigación. En la tercera parte, referimos a respecto de las características de los informantes para este trabajo. En una cuarta parte, compartimos los hallazgos de investigación. Por último, exponemos unos breves comentarios finales.

Nación, telenovelas y comunidades imaginadas

La compleja discusión en torno de la nación y lo nacional se puede concebir a partir de tres perspectivas, primero, una recuperación del proceso de constitución histórica del estado nación y por supuesto del nacionalismo; segundo, una reflexión acerca de la acción social en torno de un proyecto de nación, y tercero, una reflexión sobre los sentimientos de pertenencia y proyecciones colectivas construidas a partir de las representaciones imaginarias de una idea de nación⁶. Es decir, una perspectiva histórica, una perspectiva ideológica política y una perspectiva de adscripción cultural⁷.

Otra forma de pensar la idea nación y lo nacional es a partir de la reflexión en torno de la identidad nacional, ésta como toda identidad (colectiva o cultural) es socialmente construida, no esencialista, se construye a partir de la diferenciación yo-los otros, sujeto-colectividad (VALENZUELA, 2000). La identidad nacional, es un tipo particular de identidad colectiva (GIMÉNEZ, 1993), por ello es siempre histórica, no es algo que ya está dado como realidad cristalizada y acabada, puede tener diversas interpretaciones, dependiendo de la disciplina de estudio⁸. En el caso, mexicano resaltan dos funciones significativas para el concepto de identidad nacional, por un lado, dar cohesión e identidad a una comunidad, por otro para dar legitimidad al estado. En ese sentido, Giménez G. (1993) dice que la nación, tiene dos funciones cardinales, una política, la que confiere legitimidad al estado (un sentido de fraternidad y protección) y una psico-social (sentido de adscripción y de respeto). Aquí el elemento de comunidad juega un lugar central. Para fines de este trabajo, la concepción de nación a partir del sentido de adscripción cultural es fundamental.

En las últimas décadas, debido a la dinámica de la globalización y a las políticas neoliberales de los gobiernos nacionales, el Estado ha perdido legitimidad. Ahora el Estado ya no es el único que define los criterios de adscripción a la nación. Existen variadas formas de adscripción a una comunidad. De acuerdo con Giménez G., hay modos meramente instrumentales de invocar la pertenencia a la nación y modos de integración no individual sino colectiva, como miembros de un grupo étnico, por

ejemplo (ser parte de una etnia y no sustituir la nacional, conjugar su lealtad étnica con su lealtad nacional). Hay adhesiones predominantemente políticas que asumen como criterio decisivo la lealtad a las instituciones del Estado o, por el contrario, adhesiones preponderantemente sentimentales y casi étnicas que invocan la fidelidad a la historia, a ciertas tradiciones, a ciertos símbolos etc. (GIMÉNEZ, 1993, p. 25). En nuestra época de globalización cultural y de las tecnologías de información, son los medios de comunicación, particularmente la televisión y sus géneros de ficción más populares los que están definiendo las pautas de adhesión nacional y las reconceptualizaciones en torno de la nación. En México, por ejemplo, más que héroes y personajes históricos, son los actores de televisión referentes centrales para identificar a la nación mexicana (ESTEINOU, 1990). En ese sentido, en este trabajo, resaltamos la función que las telenovelas pueden tener en la construcción de la nación.

A partir de sus reflexiones sobre la constitución de los nacionalismos europeos, B. Anderson (1997) habla de comunidades imaginadas, para referirse a la construcción simbólica de la nación, dice que la cultura impresa fue el terreno donde “se imaginó” la nación en los siglos XVII-XIX. Sugiere que la nación sea una comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana. Es imaginada porque aunque los miembros de la nación más pequeña no conocerán jamás a la mayoría de sus compatriotas, ni los verán, ni oirán siquiera hablar de ellos más que en la mente de cada uno vive la imagen de su comunión. “La nación se imagina limitada porque hay fronteras infinitas Se imagina soberana porque el concepto nació en la época de la ilustración. Se imagina comunidad por el profundo compañerismo horizontal” (ANDERSON, 1997, p. 23). Esta propuesta integra y combina la idea imaginación con la filiación, pero no se trata de una filiación individual, sino social.

Anderson recupera la importancia de la novela impresa y del periódico como opciones de transmisión de información y significados a públicos masivos, aquí la idea de imaginado es construido por los lectores y usuarios de estos medios, quienes no se conocen físicamente, pero pueden imaginar un sentido de comunidad, hay una

representación simultánea de la idea del tiempo⁹. Las telenovelas, como géneros de ficción televisiva seriada, contribuyen a la formación de comunidades imaginadas por el sentido de filiación social compartido (no hace falta que haya un contacto físico directo, el simple sentido de pertenencia imaginado puede ser el factor constitutivo de la comunidad imaginada). Además, las particularidades que caracteriza el texto audiovisual (forma y contenido) refuerzan también ese sentido de nación imaginada.

El sentido de adscripción a la nación imaginada a través de la recepción de telenovelas, no implica necesariamente un determinismo homogeneizador donde se eliminen las diferencias culturales. El efecto de homogeneización en el proceso de recepción de telenovelas, no requiere necesariamente que todos conciban al grupo (del cual forman parte ‘imaginaria’), de manera igual y se relacionen subjetivamente con él de la misma forma, basta con que todos creen que se refieren a lo mismo de la misma manera, a la “ilusión de la ilusión” (que refiere F. González, citado y analizado por G. Giménez, 1993, p. 26). Esa idea de “ilusión de la ilusión”, puede ser traducida como una ilusión de participación a través de la ficción.

De acuerdo con Estill (1998, p.2), las telenovelas como otros formatos comunicacionales están participando en el “campo semiótico de imagen que representa a la nación, metafóricamente o metonímicamente” Sin abandonar ese sello latinoamericano que las caracteriza, ni dejar de hacer alusión a valores universales, las telenovelas también se nutren de elementos culturales propios del país donde fueron producidas, se construyen cierto “estilo nacional”. La propia historia de las telenovelas y de la televisión en varios países latinoamericanos (concretamente Brasil, Colombia, México, por ejemplo), nos muestra la forma como la telenovela ha retomado elementos característicos de la construcción y definición de la identidad nacional. Los contenidos en la narrativa audiovisual de la telenovela, promueven el carácter simbólico de (y alrededor de) la nación. (MAZZIOTI, 1996, MARTÍN-BABERO y MUÑOZ 1992; FADUL, 1988).

Al decir que la telenovela como género televisivo muestra elementos nacionales, no significa negar que haya en su contenido patrones de significación

globales que aludan a sentimientos universales como el amor, el odio, la tristeza, sin duda ganchos que las han colocado en los mercados internacionales. Martín-Barbero (1987), conocedor y analista del género, dice que sin negar el carácter nacional, las telenovelas tienen un ‘carácter decididamente latinoamericano’. Sin embargo, aunque haya valores universales en las historias, y matrices culturales latinoamericanas, la especificidad del género de las telenovelas mexicanas, refieren al mundo de vida que tiende más a un sentido nacional, el ‘sello nacional’. Sólo basta ver la forma como se reproduce la idea de familia nuclear como modelo social, la recurrencia a la religión católica y culto guadalupano como credo central en las historias; particularmente el uso del melodrama en exceso en el estilo narrativo, debido a su abuso en su estructura genérica y nudos climáticos de ‘tidy nacional’, se puede dramatizar y ritualizar la nación. En la historia de la industria cultural mexicana, el melodrama ha ocupado un lugar medular.

La telenovela puede representar sobre todo para las audiencias desterritorializadas que no viven en el lugar donde nacieron, en un símbolo de masa nacional. De acuerdo con Canetti, los símbolos de masa nacionales son “entidades naturales o histórico-imaginarias que constituyen la referencia privilegiada del sentimiento nacional”¹⁰. “Como señala Caney (1983), una nación es una colectividad muy abstracta, en la medida en que es demasiado grande para que el individuo pueda tener una experiencia directa de ella. En ese sentido, el sentimiento de ‘nosotros’ comunitario debe engendrarse de continuo por medio de oportunidades de identificación, así como se construye el sentido de nación.” (citado en MORLEY, 1993, p. 414).

México imaginado: lugar de sentido de la recepción televisiva

En la bibliografía académica, se ha nombrado de diversas formas los agentes sociales que integran las audiencias de los medios de comunicación, particularmente la recepción de televisión¹¹. Particularmente en campos como la sociología, la

comunicación, la semiótica, la literatura y la antropología se plantean nuevas metodologías fundamentadas en trabajos empíricos, en su mayoría de corte cualitativo. Académicos especializados en este asunto, cada vez más se generan espacios y mesas de discusión para dialogar en torno de las audiencias y la recepción¹². Por lo menos desde las últimas dos décadas del siglo pasado, ya existe una amplia producción en las ciencias sociales latinoamericanas y europeas sobre estudios de recepción televisiva¹³.

Esta producción académica, comenzó alrededor de los años treinta, cuando los medios de comunicación evidenciaron sus posibilidades de ampliación técnica, en ese tiempo la pregunta académica giraba en torno a los impactos y efectos de la televisión en los sujetos sociales, como alternativa la idea de usos y gratificaciones de E. Katz (MURDOCK, 1990; MORLEY, 1993). Después de un largo recorrido desde los treinta hasta tiempos actuales en la investigación de las audiencias y los estudios culturales en Europa y América Latina hay múltiples matices, particularmente se destaca la recepción como una práctica cultural, de construcción de sentido. Aunque el asunto del poder sigue siendo un asunto en debate actual (CURRAN, 1998; IEN ANG, 1991).

La nueva forma de pensar la audiencia debe tomar en cuenta la idea de receptores globales, audiencias plurales más que homogéneas (LOZANO, 1991), pues más que nunca los sujetos sociales, independientemente del contacto físico, viven interconectados en procesos de información mundial. Los procesos migratorios producto y consecuencia de la globalización, son cruciales para pensar los procesos de recepción cultural. Por lo tanto, los estudios actuales sobre audiencias televisivas deben considerar por un lado, la forma como la migración y el transnacionalismo está construyendo nuevos receptores culturales. Indudablemente, la desterritorialización física, genera nuevas experiencias culturales en el sujeto que significativamente influyen en sus modos de relación con la televisión y los medios informativos en general. El mudar de residencia o migrar a otro país, además de modificar los estilos y forma de vida de la gente, puede también influir en la forma como los sujetos definen sus gustos y preferencias por la televisión.

Los receptores en tiempos actuales dejaron de ser sujetos cautivos para ser sujetos nomádicos (LOZANO, 1991). Esta reflexión sobre el nomadismo surge por la dificultad de comprender la recepción como objeto de estudio fijo, y como una crítica a la forma como se le ha analizado teórica y metodológicamente, tomando siempre referentes definidos, circunscritos a segmentos específicos de población. Los cruces entre la migración y los medios de comunicación, son centrales para comprender los nexos entre lo global y lo moderno. Para Appadurai (1996) la experiencia migratoria yuxtapuesta con las imágenes y velocidad de información característica de la industria mediática, da lugar a la creación de la “esfera pública en diáspora”. Esto lo justifica con los siguientes ejemplos: “Cuando los trabajadores turcos en Alemania miran películas provenientes de Turquía en sus departamentos en Berlín, y los coreanos de Filadelfia miran las imágenes de las Olimpiadas de Seúl (1988) que les llegan de Corea vía satélite, y los taximetristas pakistanes que viven en Chicago escuchan cassettes con grabaciones de los sermones pronunciados en las mezquitas de Paquistán o Irán que les envían sus parientes o amigos por correo, lo que vemos son imágenes en movimiento encontrándose con espectadores desterritorializados [...]” (1996, p. 4). Esta idea de esferas públicas en diáspora se nutre de dos flujos, con la experiencia de vida de la migración y con la apropiación cultural de los medios de comunicación: “las personas y las imágenes se encuentran de forma impredecible ajenas a la certidumbre del hogar y del país de origen y ajenas también al cordón sanitario que a veces y selectivamente tienden a su alrededor los medios de comunicación locales o nacionales” (ibidem). Esta idea de las esferas públicas en diáspora es aplicable a los mexicanos que viven en Los Angeles y miran telenovelas mexicanas.

En tiempos actuales, estudiar la recepción televisiva es una tarea compleja que implica la articulación de varios elementos que van desde: el propio acto de ver televisión, los procesos de apropiación y lectura individual y colectiva, los contextos externos (al acto de ver) donde se reproduce el discurso televisivo, las consideraciones sobre el texto o los textos vistos, las dinámicas y negociaciones del poder, y actualmente los procesos de migración. Los límites pueden ser marcados

por el trabajo metodológico y los propios intereses académicos, tanto las preguntas específicas de investigación y definición de objeto de estudio. Por lo tanto, en este trabajo, la recepción televisiva funciona como una estrategia epistemológica o un lugar desde donde puede ser representada la construcción subjetiva de la nación imaginada.

Debido a la compleja tarea que implica aprehender el llamado ‘proceso de recepción’, pensamos que la construcción imaginaria de la nación a partir de la recepción de telenovela, puede ser uno de esos tantos “lugares desde donde se produce el sentido de la acción ver televisión” (MARTÍN-BARBERO, 1987; MARTÍN-BARBERO y MUÑOZ -coords-, 1992). Con base en ello hemos construido la categoría México imaginado, arropada por supuesto en lo que conceptualmente entendemos como nación como ya lo señalamos (particularmente en el sentido de adscripción cultural y construcción de sentido de pertenencia colectiva) y convertida en observable desde nuestro propio trabajo de campo¹⁴. Por lo tanto, el México imaginado, es empíricamente observable en las variadas formas de interacción social de las personas inmigrantes con las telenovelas. Es también una forma de analizar nuestros hallazgos de investigación.

Es importante comentar que la construcción de la comunidad imaginada a partir de la lectura de la telenovela, no inicia y termina en el propio acto de exposición ante la pantalla televisiva, se refuerza durante las rutinas de vida pública y privada de los sujetos. En nuestro caso estamos reflexionando con personas que no radican en el lugar donde han nacido. Viven en uno de los lugares con mayores índices de población mexicana en Estados. El condado de Los Angeles, y particularmente la ciudad de Los Angeles, además de ser multicultural, es un escenario donde se está dando un proceso creciente de mexicanización (CASTILLO y RÍOS, 1989) por un lado en crecimiento poblacional¹⁵, y por otro, a través de la presencia y uso de variados recursos simbólicos como la comida, uso del idioma español, música, conciertos de cantantes mexicanos, juegos de fútbol, grafitis, publicidad en español, y por supuesto oferta de televisión. Por lo tanto, el México imaginado tiene un significativo fortalecimiento con la mediación territorial simbólica desde donde los receptores lo construyen.

El perfil de los informantes

Para cumplir con el objetivo de investigación que hemos referido al inicio de este texto, durante el periodo de un año (abril de 2001 a abril de 2002), fue realizado trabajo de campo en Los Angeles California, con dos estrategias metodológica: grupos de discusión con base en la propuesta de sociología crítica española (IBÁÑEZ, J. 1992) y entrevistas cualitativas. Asimismo utilizamos etnografía del hogar como metodología complementaria. Se tomó como base telenovela mexicana Amigas y Rivalés¹⁶ que se transmitía por Univisión Los Angeles, así como la competencia sobre telenovelas que tuvieran los informantes en su experiencia de recepción televisiva. La composición de las sesiones de discusión se muestra en el cuadro número 1.

CUADRO NUM. 1

SESIONES GRUPALES DEL TRABAJO DE CAMPO

Grupo Genero edad exposición a las tvn estrato económico años en USA

I mujeres 18-20 siempre o frecuentemente medio desde nacimiento

II mujeres 30-45 siempre o frecuentemente medio entre 15 y 30 años

III mujeres 30-45 siempre o frecuentemente medio entre 5 y 10 años

IV hombres 20-35 frecuentemente bajo entre 2 y 10 años

V hombres 25-55 frecuentemente bajo variable

VI hombres 25-55 frecuentemente bajo variable

VII hombres 30-55 frecuentemente bajo variable

Las entrevistas cualitativas fueron realizadas en 14 hogares de ascendencia mexicana, la mujer, madre de familia en casi todos los casos, fue la informante principal, aunque su esposo e hijos colaboraron de forma complementaria. El cuadro siguiente muestra el perfil de cada informante¹⁷.

Los hallazgos de investigación y el análisis

De acuerdo a una parte de nuestro análisis de datos empíricos, la recepción del México imaginado en los inmigrantes, se presenta por dos referentes: adscripción y exclusión. El primero implica un sentido de filiación por la experiencia subjetiva de mirar la televisión, el sujeto se siente parte de la nación imaginada, él mismo se auto-incluye a partir de modos particulares de relacionarse con la televisión y las telenovelas, a través de sus usos sociales y de sus proyecciones e identificaciones generados por lo visto en la pantalla. La exclusión, es un referente que se mueve en dirección contraria; no hay identificación alguna entre lo visto y experiencia vivida cuando se mira telenovela, los receptores frecuentemente comparten sentimientos de rechazo, vergüenza, indignación o frustración. Veamos cada referente en particular.

La metáfora de La Casa de Mumbi (nostalgia por el pasado)

Los emigrantes de origen mexicano participantes en esta investigación en grupos de discusión y entrevistas cualitativas, al mirar telenovelas establecen sentimientos de añoranza con el pasado vivido en su país de origen. Ver telenovela mexicana puede llegar a provocar sentimientos de adscripción donde el sujeto extraña la vida y seguridad que le provoca su Casa de Mumbi. De acuerdo a la perspectiva teórica de los estudios étnicos señalada para la corriente del Primordialismo (ISAACS, 1975), la Casa de Mumbi es la casa matriz donde todos hemos nacido, es un lugar permanente de origen y retorno. Issacs habla de Mumbi como referencia a la madre progenitora de la tribu kikuyo de Kenya. A través de un tribalismo

esencial, la casa refleja una necesidad de pertenencia al lugar y al grupo de origen, ahí se muestran las raíces de los pueblos, siempre estaremos en ellas aunque a veces la olvidemos, porque está nuestra memoria y nuestras tradiciones, es el lugar de adscripción donde nos sentimos protegidos, amparados, disminuye el vacío existencial, ayuda a crear un espacio de seguridad y amparo (ISAACS, 1975). No es la intención discutir teóricamente la perspectiva étnica del primordialismo, tampoco adaptar o forzar esta postura a nuestros datos empíricos. Recuperamos del texto de Isaacs como una forma metafórica para reflexionar y fortalecer nuestro análisis, acerca de la necesidad de pertenencia del sujeto a las raíces de origen (lugar físico y grupo e identidad social), particularmente nos interesa usar la Casa de Mumbi como un escenario que hace posible despertar el sentimiento de añoranza y nostalgia por el pasado vivido en el país de origen. En ese sentido, ver telenovelas mexicanas pueden detonar esos sentimientos en los inmigrantes mexicanos residentes en Los Angeles, California.

Como una referencia al lugar de nacimiento territorial y cultural, la Casa de Mumbi, puede llegar a ser identificada también como el sentimiento nostálgico que puede provocar en el sujeto el recordar lo que Luis González (1995) llama de *matria*, esos lugares que refieren a nuestro *terruño* de nacimiento. En un sentido muy similar, G. Giménez, refiere a *geosímbolos* (1996 y 1999), de acuerdo este autor, el *geosímbolo* es una idea asumida por la llamada Geografía Cultural, y se define como: “un lugar, un itinerario, una extensión o un accidente geográfico, que por razones políticas, religiosas o culturales revisten a los ojos de ciertos pueblos o grupos sociales una dimensión simbólica que alimenta y conforta su identidad. Los *geosímbolos*¹⁸ pueden ser evidentes en los bienes ambientales (áreas ecológicas, paisajes rurales, urbanos y pueblerinos, sitios pintorescos, monumentos, caminos y brechas, canales de riego y en general, cualquier elemento de la naturaleza antropizada” (GIMÉNEZ, 1999, p. 33). A continuación, los comentarios de las informantes en el trabajo de campo, ilustran al respecto de la recepción de telenovelas, concretamente la idea del sentimiento de añoranza.

MARÍA= Sí, refleja mucho la añoranza de todo, de allá, aunque no veamos novela, pero estamos viendo algo que nos está dando un mensaje de México, de qué no te olvides de él.

***.

MARTA= La cosa es que siempre la extrañamos, y es de México y viene de México, y la vemos nada mas para pensar en eso que viene de México, aunque la telenovela sea ‘pinchurrienta’ y llega la imagen y la vemos, aunque sea un churro, pero sientes orgullo, aunque sabes que la telenovela no vale la pena y llegue un salvadoreño u otro y diga que es fea, no... es algo en lo que vas a defender aunque sean así.

(Comentarios en diversos momentos de la producción del Grupo de discusión de mujeres entre 30-45 años, estrato medio, permanencia de 5-10 años en USA)

Tanto la Casa de Mumbi, las matrias y los geosímbolos, son referencias simbólicas que ayudan a pensar acerca de los sentimientos nostálgicos orientados hacia el pasado. De esta manera, la telenovela como género televisivo que sugiere un modo de adscripción orientado al pasado, por lo tanto, puede ser una forma moderna de “inventar la tradición” (HOBSBAWN, 1984). De acuerdo con Hobsbawm (1983), por “tradición inventada” se puede entender un conjunto de prácticas, reguladas tácitamente o aceptadas abiertamente, tales prácticas de naturaleza ritual y simbólica, buscan inculcar ciertos valores y normas de comportamiento a través de la repetición, lo que implica automáticamente una continuidad con relación al pasado

Investigando el impacto cultural de la televisión iraní en Los Angeles, Naficy (1993) argumenta que la televisión proporciona a los iraníes, un orden simbólico y discursivo en medio del caos y la incertidumbre que puede proporcionar el exilio, una forma de lidiar con la novedad, la adaptación cultural al nuevo territorio, y sobre todo un mecanismo recordar y vincularse con el pasado. La televisión es una forma de reafirmar la identidad de origen en el marco de la vida norteamericana. Así pasa también con los inmigrantes mexicanos en Los Angeles, la televisión y en

concreto las telenovelas, éstas les otorga certidumbre, así como una reafirmación de la nostalgia por el pasado, en medio del cambio al país receptor..

Orgullo y fidelidad por ‘Made in México’

Así como la experiencia de ver telenovela puede contribuir a despertar sentimientos nostálgicos, también puede estimular en los receptores emigrantes, sentimientos de orgullo y lealtad por la nación de origen. Independientemente de la trama narrativa que desarrolle, el hecho de ser telenovelas producidas en México (con actores mexicanos, donde se hablan español con acento ‘mexicano’, donde se proyectan escenarios mexicanos) contribuye a fortalecer el orgullo por la nación de origen. Sentimiento reforzado también por ser telenovelas transmitidas en una televisora (Univisión) que se dedica a incluir en su oferta televisiva, programación en su mayoría proveniente de México¹⁹.

MARIA= Sí, te hace acordar México la novela

ROSA= Yo creo que sí, definitivamente. Y te hace enorgullecerte, sentirte orgulloso porque pasan escenas de México también. Claro, pasan las más bonitas en ciertas novelas, pero no importa. Más aquí que conviven con tanta gente de tantos lugares. Te sientes orgullosa

MARIA= O cuando pasan, uno ve las que han hecho en el DF, que gente del DF dice, oh, mira, es tal colonia. O que van a otro lugar, depende de donde están, si en el DF o en otro estado. Hay gente de donde es ahí, se acuerda también. Depende como enfoquen.

ROSA= Y esa misma gente se siente orgullosa de que estén pasando en esa telenovela su pueblo, su ciudad, su gente. Y yo me imagino que se siente feliz de escuchar. Porque cada estado es tan grande, cada estado tiene su tiple. Es curioso, pero sí..

(Grupo de discusión de mujeres entre 30-45 años, estrato medio, permanencia de 15-30 años en USA)

El origen de la producción (hechas en México) refuerza la relación de fidelidad con la nación imaginada. Una especie de lealtad que puede entenderse como

patriotismo (GELLNER, 1988). Telenovelas producidas en otro lugar diferente al de México no contribuyen a la imaginación de la nación mexicana. Un vector singular para comprender la fidelidad a las producciones hechas en México es la “familiaridad” que las audiencias han establecido históricamente con el género; sobre todo para las mujeres que vivieron su juventud en México (en nuestro caso son la mayoría). El mirar telenovelas mexicanas durante muchos años ha contribuido para que las audiencias se involucren cotidianamente con el género y adquieran cierta familiaridad (y vínculo sentimental) con las narrativas.

La fidelidad y familiaridad con el origen de la producción, significa también una cercanía con un género televisivo que durante muchos años conserva patrones narrativos con tendencias nacionales, por ejemplo el exceso de melodrama en el relato, grabaciones en exteriores que aluden a escenarios naturales no sólo de la capital del país, sino de las diversas regiones, considerar la unión familiar y la religión católica como eje fundamental en la historia, entre otros. Telenovelas producidas en otros lugares no gustan a la audiencia de emigrantes, porque no les hace sentir esa cercanía cultural con el género. Aquí entra un asunto de gran importante en la recepción cultural de telenovelas mexicanas, es el acento. No es lo mismo ver telenovelas habladas en español con acento argentino, venezolano, colombiano o de plano telenovelas “dobladas” como es el caso de las brasileñas. Los televidentes saben perfectamente diferenciar esto, inclusive cuando se trata de acentos regionales. En el caso de las mexicanas, que la mayoría son producidas con referencias territoriales y culturales de la capital, el acento del capitalino es muy identificable. De cualquier manera sea capitalino o provincial y aún cuando sea reconocible la diferencia, sólo el (los) acento(s) mexicano(s) es aceptable para el público mexicano inmigrante. Muy a pesar de las diferencias, es un referente que ayuda a la emergencia del sentimiento de adscripción nacional.

Recursos de marketing bastante usados para enganchar emocionalmente a la audiencia y reforzar esa ‘familiaridad’ en la recepción del género, es el uso del suspenso en la resolución de conflictos sentimentales y del descubrimientos de ‘los secretos’ (hijos que encuentran a sus padres, hermanos que no lo son, conquista de

herencias millonarias). Estos recursos (características propias del melodrama) influyen para que las audiencias no dejen de mirar lo que están viendo y se interesen por saber cómo se resolverán los enredos. Oliven R. y A. Damo (2001), estudiando el fútbol dicen que el fútbol despierta el sentimiento de lealtad y pertenencia nacional. A lo que nosotros llamamos fidelidad y familiaridad, estos autores llaman de ‘relación analógica’.

Coordenadas espacio-tiempo: “estar allá, sentir lo de allá”

Cuando el sujeto ve televisión y géneros de ficción como las telenovelas, pueden llegar a mezclar e incluso sustituir imaginariamente las distancias reales por las distancias simbólicas (THOMPSON, 1998). Construir sentido de lo visto en la pantalla pone en juego coordenadas de tiempo-espacio (CASTELLS, 1996; MORLEY, 1998), de tal manera que el sujeto puede sentir experiencias vividas de otros tiempos y en otros lugares distintos al lugar donde se encuentre cuando se expone ante la televisión. Este juego de coordenadas M. Berman habla de la internacionalización de la vida diaria, la idea de estar en la casa e ir a varios lugares (citado en MORLEY, 1998). Para el caso de los emigrantes mexicanos que ven telenovela mexicana, este juego de coordenadas está influenciado significativamente por la experiencia de vida transnacional entre el país emisor y el receptor y por la desterritorialización “proceso que abarca la pérdida de la ‘relación natural’ de cultura con los territorios geográficos y sociales”. (GARCÍA-CANCLINI, 1999, p. 288).

MARIA= Yo creo que lo que estaba diciendo mi compañera es que uno, cuando miras la telenovela, es la añoranza de que a lo mejor queremos estar allá, porque también tenemos casi toda la familia allá. Entonces es la añoranza de que estás viendo una novela y te estás acordando de o lo mejor tu familia, si ya la habrá visto, o si ya allá ya se acabó y acá todavía no.

(Grupo de discusión de mujeres entre 30-45 años, estrato medio, permanencia de 15-30 años en USA)

Como forma dialógica de interacción, la telenovela mexicana permite que el sujeto que la mira, aun cuando cambie de lugar de residencia, como es el caso de

nuestras informantes, pueda seguir involucrándose emocionalmente con los enredos melodramáticos de cada una de las historias y de esta manera, seguir siendo parte de la comunidad de origen. Compartir secretos entre los protagonistas, anticiparse a los acontecimientos, saber los nombres de los personajes, reconocer estilos de actuación, hablar de la vida cotidiana y el mundo del espectáculo mexicano mientras se ve la telenovela. Entrar y salir del género televisivo es una manera de transitar entre la ficción y la realidad, es también una forma de intersección de las coordenadas espacio temporales que permiten entrar y salir desde el lugar de destino, a la comunidad de origen. En ese sentido puede ser una moderna estrategia simbólica de participar y vivir la experiencia transnacional.

La perspectiva del transnacionalismo o del estudio de las comunidades transnacionales ha venido reflexionando acerca del sentido de la movilidad y circulación de bienes materiales, simbólicos e informativos, producto o consecuencia de la migración internacional (GLICK SCHILLER, et. al. 1992; SMITH, 1999; MALKIN, 1999; CANALES y ZLOLNISKI, 2000). La acción de migrar no es una acción lineal, los teóricos de la migración transnacional ya no pueden estudiar al sujeto como emigrante temporal o permanente, sino como emigrantes que realizan desplazamientos circulares (DURAND, 1994; BUSTAMANTE, 1989, 1997) que les implica, además de la movilidad física, el intercambio de recursos económicos, sociales, culturales. Debido al carácter circular de la migración, se hablan del sujeto transmigrante o familias transmigrantes que conviven, fluyen, se conectan y se mueven afectiva y culturalmente entre dos mundos, el de su país de origen y el de destino, entre su casa en Nueva York y la casa de los padres en Puebla (GENDREAU y GIMÉNEZ, 2000).

Lo que no es y lo que se excluye

Así como ver telenovela puede despertar sentimientos que otorgan al sujeto cierto orgullo nacional, también puede despertar sentimientos contradictorios a esta dirección. Las telenovelas mexicanas, no sólo enorgullecen, por la forma de narrar las historias, su trasmisión en los canales hispanos, también son motivo de vergüenza.

De acuerdo con algunos de nuestros informantes, particularmente masculinos, las telenovelas no reflejan para nada las identidades mexicanas. Los receptores no pueden sentirse identificados con géneros televisivos donde hay una exageración del melodrama, malas actuaciones, marcadas distinciones de clase e historias carentes de realismo. Por lo tanto, ver televisión en español y telenovelas en particular para el caso de nuestros informantes hombres, es llegar a sentir una experiencia de exclusión cultural del país receptor. Por otro lado, la programación de la televisión hispana que ven desde Los Angeles, además de ser meramente comercial en la mayoría de su oferta y programación, no ayuda en nada al proceso de adaptación de los emigrantes.

De acuerdo a nuestra experiencia empírica, el análisis de nuestro trabajo apunta a que son los hombres, quienes frecuentemente explican sus sentimientos hacia la telenovela con rechazo o vergüenza. Ellos no se sienten identificados ni incluidos con los dramas mexicanos mostrados en la pantalla chica. Para los hombres, la identificación se da con otros programas hablados en español, con la telenovela no, ellos son indiferentes a esto. Las mujeres frecuentemente explican sus sentimientos al contrario, para ellas, las telenovelas significan modos culturales de recuperar su vínculo imaginario con México, aunque experimenten “un placer culpable” (MORLEY, 1993), o un “placer de reconocimiento” (ANG, 1985), la telenovela les proporciona un espacio para sí mismas, como lo apunta Radway (1984) en su estudio de lectura femenina del romance. Sobre todo si estamos hablando de mujeres que comparten su vida familiar con espacios de trabajo, las mujeres inmigrantes son mujeres que tienen que aportar ingresos económicos para completar el gasto del hogar. Hombres y mujeres tienen hábitos culturales diferentes de mirar televisión, aunque esto no significa necesariamente, que estas diferencias empíricas sean atributos de sus características esenciales biológicas femenina o masculina, estas diferencias son los efectos de los particulares roles sociales que esos hombres y mujeres desempeñan en los hogares²⁰.

JUAN =¡No!, no es México, para nada! Porque la programación es casi netamente comercial y fuera de lo que es nuestro país. El país no está hecho de

novelas, de películas, de ese tipo de cosas que se ven en el 34, no refleja nada de México!. La programación no es México, ni es Guatemala, ni el Salvador, ni Centroamérica, ni España, ni nada....

JOSE = Aquí, hay gente trabajadora en su gran mayoría en México, Guatemala, Salvador, en todo Centroamérica, en toda la comunidad de habla hispana, que se dedican a trabajar, no nada más es eso. Y la televisión en español refleja mucho lo negativo de la comunidad.

(Del grupo de discusión de hombres entre 25-55 años, estrato bajo, con permanencia variable en USA)

Cuando la audiencia inmigrante ve telenovelas mexicanas y no identifica aspectos previamente reconocidos en el relato, aspectos que la telenovela no dice (significantes del silencio en estudio semióticos) y que a su juicio debería contener, esta impide compartir un sentido de adscripción. Por ejemplo los enredos de la historia, la presentación de los escenarios (tanto los exteriores y los interiores), las características físicas de los actores, la escenificación de los personajes, el desarrollo y secuencia del guión, y todo lo que tenga que ver con la puesta en marcha de la narrativa audiovisual. Lo familiar, entendido como una competencia ganada por el receptor, a partir de su experiencia de apropiación televisiva, es lo que permite identificar y calificar lo que desde la mirada subjetiva es “auténticamente mexicano” en la telenovela. Lo familiar abre las posibilidades para que emerja un discurso conversacional entre el sujeto que ve y lo visto. A la audiencia inmigrante, por lo regular le gusta mirar lo que ya está acostumbrada a ver, hay una relación cultural de proximidad con lo semejante. Más en el caso de las telenovelas mexicanas que durante varias décadas, han sido producidas por una misma lógica de formato y contenido. Aunque ciertamente esa proximidad con lo semejante no significa necesariamente que la gente no tenga voluntad para cambiar de opciones y para criticar el contenido de lo que ve. La gente reconoce perfectamente lo que es ficción y realidad.

Comentarios finales

La idea de nación y lo nacional como concepto moderno, surgido en Europa a final del siglo XVIII, producto de los procesos de secularización y racionalización, con el uso y apropiación cotidiana de los medios de comunicación, particularmente la televisión, está reconfigurando las concepciones territoriales y políticas. En momentos de globalización cultural y económica, la idea de nación y nacional está siendo reconsiderada.

Con base en nuestra experiencia en trabajo de campo, así como apoyo bibliográfico, hemos argumentado que la telenovela, por las características propias del género melodramático, puede ser un mecanismo que refuerza los sentimientos de pertenencia a la comunidad imaginada. Para ello construimos la categoría México imaginado. Sin embargo, es importante reflexionar que esta categoría puede fortalecerse no solo por el sentido de adscripción, también por el sentido de exclusión. Es decir, ver telenovela significativamente conecta a los sujetos con su comunidad imaginada, despierta orgullo y satisfacción, pero también esa conexión, aunque siga siendo imaginada y aluda al país de origen, puede generar un cierto tipo de rechazo y vergüenza. De acuerdo a la mirada subjetiva de los receptores, particularmente masculinos, los contenidos del género de ficción, incluso la propia oferta de televisión hispana a la que tienen acceso, no representan, ni proyecta necesariamente las características étnicas mexicanas. Estamos hablando entonces de procesos de recepción televisiva mediados por la perspectiva de género.

La migración es un elemento que otorga un carácter particular al ejercicio de recepción televisiva. Mirar telenovelas en contextos de migración no significa lo mismo que en contextos culturales donde las personas jamás han salido de su lugar de origen. Indudablemente, la experiencia desterritorializada demanda en los receptores inmigrantes, un enriquecimiento de la experiencia de vida y una presencia constante por los referentes culturales del país de origen.

NOTAS

¹ Sobre las rutinas cotidianas y el papel de la televisión en los ritmos de vida de los inmigrantes, ver al respecto capítulo V del trabajo de Uribe Alvarado (2003).

² Sobre el origen de Univision, ver Fernández y Paxman (2000)

³ Existe variadas formas de nombrar a la población de ascendencia mexicana y latinoamericana que habla español en Estados Unidos. En la bibliografía académica hay una justificación histórica y cultural para el uso de estos términos que es motivo de polémica intelectual. Dentro de la jerga del campo de los medios de comunicación, suele usarse el término hispano, más que latino. Se habla de “medios hispanos”.

⁴ De acuerdo al último censo estadounidense, la población hispana que vive en la unión americana experimentó un mayor y rápido crecimiento en diez años, de 22.4 millones en 1990, a 35, 305, 818 millones de personas en el 2000. De acuerdo a este reporte oficial, la población hispana representa el 12.5% del total de residentes en Estados Unidos. En diez años, los hispanos se han convertido en la primera minoría del país. Al respecto: The Hispanic Population Census 2000 Brief. USC Census Bureau. También una sección especial del censo publicado en la página web del Periódico La Opinión en Los Angeles:

[Http://www.laopinion.com](http://www.laopinion.com)

⁵ Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales por el Colegio de la Frontera Norte, en Tijuana, B. C, México. Defendida en septiembre del 2003. Trabajo que mereció el Premio Nacional a las Mejores Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales 2003, de la Academia Mexicana de las Ciencias.

⁶ Una amplia discusión al respecto aparece en la Revista Sociológica, Año 8, número 21, Identidad nacional y nacionalismos, enero-abril de 1993.

⁷ En un tono parecido, Miller (1997), sugiere cinco elementos para pensar lo nacional desde la idea de la identidad nacional: 1) comunidad constituida por creencias compartidas y compromisos mutuos, 2) identidad que se extiende en una continuidad histórica (generaciones pasadas y futuras), 3) activa en carácter (sus miembros hacen cosas en común, toman decisiones, logran resultados), 4) ligada a un territorio particular

y a una comunidad política, 5) identidad distinta de otras comunidades por una cultura pública común, un sentido compartido.

⁸ Rosales (1998) sugiere, el abordaje de la identidad nacional mexicana a partir de campos temáticos (antropología, filosofía, sociología, psicología, historia, lingüística, comunicación, economía política, derecho y estudios de género).

⁹ Siguiendo con Anderson, “El hecho de que estos actos (A, B, C y D) se realicen a la misma hora y en el mismo día, pero con actores que podrían estar en gran medida inconscientes de la existencia de los demás, revela la novedad de este mundo imaginado, evocado por el autor en las mentes de los lectores” (op., cit., p. 48). Los medios de comunicación, sobre todo la televisión, contribuyen a reforzar la representación simultánea de la idea del tiempo.

¹⁰ Canetti (citado por G. Giménez, 1993, p.18-19), dice que el símbolo de masa nacional de los alemanes es el bosque donde se prepara el ejército, para los franceses la revolución, para los italianos la roma inmoral, para los ingleses el mar, para los suizos las montañas. De acuerdo con nuestra analogía, las telenovelas pueden cumplir esta función.

¹¹ Se habla de consumidor(es), receptor(es), público(s), lector(es). Se ha nombrado también de manera indistinta su forma de relación con la industria cultural, recurriendo a categorías teóricas como apropiación, consumo, recepción, uso, lectura, formación del gusto. Hay referencias a comunidades hermenéuticas, comunidades interpretativas, comunidades imaginadas, formación de la opinión pública. Cada una de estas miradas analíticas es dispersa y demasiado extensa, por ello lleva a reflexiones epistemológicas amplias sobre la concepción de los sujetos, su sentido de interacción social en la vida cotidiana.

¹² Por ejemplo para el campo de la comunicación citamos los congresos organizados por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), Asociación Brasileña de Investigadores de la Comunicación (INTERCOM), Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). La Asociación Internacional de Sociología (ISA).

¹³ Aunque la bibliografía es amplia, los textos que recuperan trayectorias históricas de los estudios de recepción: Ien Ang (1985, 1991), Matín Barbero (1987), Lull, J. (1990, 2000), *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, (1990), *Revista Versión* (1993), García Canclini (1993), Morley, D. (1993), Covarrubias, et. al. (1994), Curran J, et. al. (1998). González, J. (1998, 1994, 1993), Orozco (2000, 1997, 1992), Vassalo L. (2002).

¹⁴ Es importante comentar que cuando asumimos que esta categoría es construida desde los propios datos empíricos, nos apoyamos en la Teoría Fundamentada (Glasser y Strauss, en Schwartz y Jacobs, 1984) que explica la forma como se construyen metodológicamente conceptos a través de los datos

¹⁵ De acuerdo con datos del Censo del 2000, del total de población en la ciudad de Los Angeles, lleva la delantera la población de habla hispana (47%). California Department of Finance, County of Los Angeles, January 2000. En esa ciudad hay lugares como el Este de los Angeles es un “pequeño México” porque centraliza en su mayoría de población que habla español de origen mexicano

¹⁶ Se eligió esta telenovela porque fue la telenovela que se estaba transmitiendo por la red televisiva Univisión en Los Angeles, durante el periodo de levantamiento del trabajo de campo. Segundo, porque fue una telenovela transmitida en el horario de mayor audiencia televisiva en la oferta de programación de Univisión, y con seguridad la novela que se veía en los hogares de los informantes. Antes de transmitirse en Estados Unidos, ya había sido vista en México. Tercero, porque dentro de la narrativa de la telenovela, se abordó el asunto de la inmigración mexicana a Estados Unidos. Concretamente hubo dos personajes que deciden ir a Estados Unidos a buscar mejor vida, un personaje femenino protagónico (Nayeli) y un personaje masculino secundario (Abelardo). Además, el personaje femenino decide ir vivir a Los Angeles. Pensamos que al abordarse el tema de la inmigración en la telenovela, se reforzaría en los informantes su interés por hablar acerca del México imaginado.

¹⁷ Más datos acerca de los criterios de selección de los informantes así como la puesta en marcha de la metodología pueden consultarse en la tesis doctoral citada (URIBE ALVARADO, 2003).

¹⁸ La definición de “geosímbolo” es citada por este autor, a partir de la obra de Bonnermaison, 1981. Ver G. Giménez, 1999a, p. 33.

¹⁹ Univisión es la primera cadena de televisión hispana en Estados Unidos, tiene su base en la Spanish International Network (SIN) que comenzó a desarrollarse en 1961. Desde su fundación Univision transmite programación en su mayoría proveniente de Televisa México. Esta cadena es la quinta mas vista en Estados Unidos, sobre todo en el horario estelar nocturno, y la primera en preferencia por la población de habla hispana.

²⁰ Nuestra investigación se circunscribe en mostrar diferencias entre lo dicho por los hombres y las mujeres. Las diferencias entre sus discursos, evidencian en términos empíricos la construcción de lo que “incluye” o “excluye” en la recepción de telenovela (aunque la primera fue mayormente retro-alimentada en nuestros datos). Por lo tanto, el género es considerado como un código de interpretación discursiva del México imaginado. No entramos al debate sobre la perspectiva de género. Hay trabajos que han reflexionado sobre el papel del género en los procesos de recepción de las industrias culturales, particularmente el caso del cine (IGLESIAS, 1999).

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict (1997). Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo, Fondo de Cultura Económica, México.

ANG, Ien (1985). Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination, Methuen, London and New York.

ANG, Ien (1991). Desperately seeking the audience, Routledge, London and New York.

APPADURAI, Arjun (1996). Modernity at large. Cultural dimensions of globalization, University of Minnesota Press.

BUSTAMANTE, Jorge A (1997). Cruzar la línea. La migración de México a Estados Unidos, Fondo de Cultura Económica, México.

BUSTAMANTE, Jorge A (1989). “Frontera México-Estados Unidos; reflexiones para un marco teórico”, en *Frontera Norte*, Vol.1, enero-junio.

CANALES, Alejandro y ZLOLNISKY, Christian (2000). *Comunidades transnacionales y migración en la era de la globalización*, texto presentado en el Simposio sobre Migración Internacional en las Américas, San José, Costa Rica, septiembre.

CASTELLS, Manuel (1996). “El surgimiento de la sociedad de redes” En *La sociedad red*, Blackwell Publishers.

CASTILLO, Pedro y RÍOS BUSTAMANTE A. (1989). *México en Los Angeles*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

COVARRUBIAS Karla, BAUTISTA A. y URIBE A. (1994). *Cuéntame en qué se que quedó. La telenovela como fenómeno social*, Editorial Trillas, México.

CURRAN James, MORLEY, D. Y Walkerdine VI. –compiladores- (1998). *Estudios culturales y comunicación*, Paidós Comunicación, Barcelona, España.

DURAND, Jorge (1994). *Patrones migratorios entre México y Estados Unidos*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

ESTEINOU, Madrid J. (1990). “Crisis cultural y desnacionalización: la televisión mexicana y el debilitamiento de la identidad nacional”, en *Revista Comunicación y Sociedad*, Número 8, mayo-agosto, Guadalajara, México.

ESTILL, Adriana (1998) *The mexican telenovela’s Tidy Nation*, In *Latin American Studies Association*, Chicago, IL, septiembre.

FADUL, Ana M. (1988). “A telenovela brasileira e a busca de identidades nacionais”, en *Revista Chasqui*, No. 25, Quito, Ecuador.

FERNÁNDEZ, C. y Paxman A. (2000) *El Tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*, Raya Angel del Agua y Grijalbo, México.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999). *La globalización imaginada. Piados, Estado y Sociedad*, México.

- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1993). *El consumo cultural en México*, Seminario de Estudios de la Cultura, CNCA, México.
- GELLNER, Ernest (1988). *Naciones y nacionalismos*, Editorial Alianza, México.
- GONZÁLEZ, Jorge (1998). *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México* (compilador), Universidad de Guadalajara.
- GONZÁLEZ, Jorge. (1994). *Más (+) cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales*, Pensar la Cultura, México.
- GONZÁLES, Jorge (1993). “El regreso de la cofradía de las emociones interminables: telenovela y memoria en familia”, en García Canclini Néstor. *El consumo cultural en México*, México, CNCA, Seminario de Estudios de la Cultura.
- GONZÁLEZ, Luis (1995). *Pueblo en Vilo. El Colegio de Michoacán*, México.
- GIMÉNEZ, Gilberto (1993). “Apuntes para una teoría de la identidad nacional”, en *Revista Sociológica*, año 8, Número 21, enero-abril. México.
- GIMÉNEZ, Gilberto (1999). “Territorio, Cultura e Identidades. La región sociocultural”, en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Programa Cultura, Universidad de Colima, México. Epoca II, Vol. V, junio.
- GIMÉNEZ, Gilberto (1996). “Territorio y Cultura”, en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Epoca II, Vol. II, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.
- GLICK SCHILLER, Nina; BASCH L. y SZANTON-BLANC, C. (1992). “Transnationalism: a New Analytical Framework for Understanding Migration”. En *Towards a Transnational Perspective on Migration*. N. Glick Schiller; L. Basch y C. Szanton-Blanc, eds. New York Academy of Sciences. New York.
- HOBBSAWM, Eric. (1984). “Introduction: Inventing Traditions”, In Hobsbawn E. and Terence R. *The invention of tradition*, Cambridge London and New York.

IGLESIAS, Norma (1999). *Identidad, Género y recepción cinematográfica. Danzón y su lectura por género*. Tesis doctoral en Metodología de la Investigación y Teoría de la Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Complutense de Madrid.

ISAACS, Harold (1975). *The idols of tribe*, Harper and Row, New York.

IBAÑEZ, Jesús (1992). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*, Siglo XXI, Madrid.

LOZANO, Elizabeth. (1991). “Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos”, en *Revista Diálogos de la comunicación*, Número. 30, FELAFACS, Perú .

LULL, James (2000). *Media, Communication, Culture. A Global Approach*. Columbia, University Press.

LULL, James (1990). *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television’s Audiences*, Routledge London and New York.

MARTÍN-BARBERO, Jesús M. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Barcelona.

MARTÍN-BARBERO Jesús M. y Muñoz, S (coord) (1992). *Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*, Tercer Mundo Editores, Colombia.

MAZZIOTI, Nora (1996). *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*, Paidós, Comunicación.

MILLER, David (1997). *Sobre la nacionalidad. Autodeterminación y pluralismo cultural*, Paidós, Barcelona.

MORLEY, David (1993). *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu Editores, España.

MORLEY, David (1998). “Populismo, revisionismo y los nuevos estudios de audiencia”, en Curran James, Morley, D. Y Walkerdine VI. – compiladores- (1998). *Estudios culturales y comunicación*, Paidós Comunicación, Barcelona, España.

MURDOCK, Graham (1990) “La investigación crítica y las audiencias activas”, en Estudios sobre las culturas contemporáneas, Vol. III número 10, Programa Cultura, Universidad de Colima.

NAFICY, Hamid (1993). “The making or exile cultures: iranian television in Los Angeles”, In During Simon -ed- The Cltural Studies Reader, Routledge, USA and Canada.

OLIVEN, Ruben G y Arlei S. Damo (2001). Fútbol y cultura, Editorial Norma, Buenos Aires Argentina.

OROZCO, Gómez G. (2000). “Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina”, en Revista Comunicación y Sociedad, Universidad de Guadalajara, Julio-diciembre.

OROZCO, Gómez G. (1997). La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa, Universidad Nacional de la Plata, Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A. C. Buenos Aires, México.

OROZCO, Gómez G. -compilador- (1992). “Estudios de recepción en varios países”, en Cuadernos de comunicación y prácticas sociales Número 4, Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales, Universidad Iberoamericana, México.

SMITH, Robert (1999). “Reflexiones sobre migración, el Estado y la construcción, durabilidad y novedad de la vida trasnacional”, en Mummert, Gail. Fronteras Fragmentadas, El Colegio de Michoacán, CIDEM, México.

THOMPSON, John B. (1998). Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación, Piados Comunicación, México.

URIBE ALVARADO Ana Berta (2003). Re-imaginando México, con la telenovela. Recepción cultural de telenovelas por inmigrantes mexicanos residentes en Los Angeles, California. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales por el Colegio de la Frontera

Norte, en Tijuana, B. C, México. (Premio Nacional a las Mejores Tesis de Doctorado 2003, de la Academia Mexicana de las Ciencias).

URIBE, Ana (1993). “La telenovela en la vida familiar cotidiana de México. Apuntes de investigación”, en Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Vol. 1 Número 10, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

VALENZUELA, A. José Manuel -coord.- (2000). Decadencia y Auge de las identidades, México Norte, Colef, Plaza y Valdés Editores, México.

Varios autores (1990). Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Vol. III, Número 10, Programa Cultura, Universidad de Colima, México.

Varios autores (1993) Revista Versión Fronteras de la recepción y procesos culturales, UAM Xochimilco, México Número 3.

Varios autores (1993). Revista Sociológica. Año 8, Número 21, Identidad nacional y nacionalismos, enero-abril, México

VÁSSALO DE LÓPEZ I. (2002). Mediações na recepção. Um estudo brasileiro dentro das tendencias internacionais. ECA-USP, Sao Paulo.

Jornalismo digital: A forma in forma o conteúdo da notícia

Digital Journalism: The shape forming the information of news

Linda BULIK

Jornalista, Professora Doutora pela Universidade de Paris II (Sorbonne) e Pós-Doutorado na França e na Dinamarca. Autora dos livros *Doutrinas da Informação no Mundo de Hoje* e *Comunicação e Teatro*. Atualmente é Vice-Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Marília – UNIMAR – Marília / SP - Brasil.

E-Mail: bulik@sercomtel.com.br

&

Ricardo Cassiolato TORQUATO

Jornalista, Mestre em Comunicação pela Universidade de Marília; Professor de Jornalismo On Line do Curso de Comunicação Social / Habilitação em Jornalismo do Centro de Ensino Superior do Paraná – Faculdade Maringá – Maringá/PR – Brasil.

E-Mail: torquato@faculdadesmaringa.br

RESUMO

O jornalismo digital passa por um momento importante, no qual tenta definir suas características e sua linguagem em processo análogo a outros meios de comunicação, como o rádio e a televisão, que, nos seus primórdios, extraíram paradigmas de meios já existentes. Esse processo também ocorreu no jornalismo *on-line*, que foi buscar seus modelos no jornalismo impresso. Este *paper* descreve as especificidades (suporte, leitor, ferramentas) do jornalismo digital, apontando as características da notícia *on-line*. Não apenas ressalta as semelhanças e as diferenças entre o digital e o impresso como também estabelece uma reflexão à luz da semiótica peirceana, apoiada em diversos autores, para compreender as operações mentais de abdução, dedução e indução, que fazem parte do processo de raciocínio do jornalista na produção da notícia para a Internet.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo digital – internet – semiótica - lógica crítica – abdução - indução - dedução

ABSTRACT

This is an important moment for digital journalism as its characteristics are being defined. Just as it happens with other media like the radio and the television, which attempted to a paradigm of the known means. The same process occurred with on-line journalism, which based its models on printed journalism. Thus, this research presents a study of digital journalism peculiarities (support, reader, instruments), providing a characterisation of the on-line news. This paper emphasized not only the similarities and dissimilarities between digital and printed journalism, but also spots on the discussion about professional development through an understanding of the Peirce semiotic process of abduction, deduction and induction that are part of the journalist reasoning process during the production of the news for the internet.

KEY WORDS: Digital journalism – internet – semiotic - critical logic – abduction – induction – deduction

Introdução

Sob a perspectiva da Lógica Crítica e da Metodêutica torna-se necessário debruçar sobre o processo de produção de notícias no ‘jornalismo digital’, termo que designa a atividade jornalística exercida através das novas tecnologias digitais que usam como suporte a World Wide Web (em sites *on-line*, e-mails, programas de mensagens instantâneas como o MSN), a telefonia celular e os aparelhos ou circuitos multimídia cujo funcionamento é baseado em microprocessador. A grande questão que se põe leva a refletir até que ponto o produtor da mensagem, o jornalista, prepara a sua matéria considerando as características específicas do que hoje compõe o novo ambiente informacional - meio, suporte, linguagem – e, em seguida, se este é um processo consciente.

A Lógica Crítica tem ponto de partida no estudo dos signos e é o segundo ramo da Semiótica Peirceana. O primeiro seria a Gramática Especulativa, em que se estudam os mais variados tipos de signos, e o terceiro, a Metodêutica ou Retórica Especulativa, que analisa os métodos a que cada um dos tipos de raciocínio dá origem. A Lógica Crítica trabalha com a estrutura do raciocínio, ”com os processos conscientes do pensamento, aqueles que se submetem ao autocontrole”, situam-se no campo intelectual e, portanto, dele se excluem os sentimentos, as emoções e os estados de alma. A teoria peirceana estabelece três classes universais de inferências ou raciocínios, que se constituem em Abdução, Indução e Dedução.

A visão de Peirce a respeito de indução e dedução não é diferente das definidas pela lógica ou metodologia aristotélica. A diferença, porém, é que não são, para Peirce, apenas tipos de métodos; mais que isso, eles se constituem em tipos de raciocínio, que estão enraizados em nossa mente e dão forma aos nossos pensamentos e inferências fazendo parte de nossas vidas cotidianas.

A dedução parte de um estado de coisas hipotético, em conformidade com o mundo exterior. “Na dedução, uma inferência é válida se e somente se existe uma relação entre o estado de coisas suposto nas premissas e o estado de coisas enunciado na conclusão”. Para Peirce, o fato de isto ser ou não realmente assim é uma questão de realidade, e nada tem a ver com o modo pelo qual estamos inclinados a pensar. Se uma dada pessoa ou mesmo toda a humanidade fosse incapaz de ver a conexão, ainda assim o argumento seria válido desde que essa relação de fatos reais subsista. Peirce se refere ao raciocínio dedutivo como necessário e diagramático:

Construímos um ícone de nosso estado de coisas hipotético e passamos a observá-lo. Esta observação leva-nos a suspeitar que algo é verdadeiro, algo que podemos ou não ser capazes de formular com precisão e passamos a indagar se é ou não verdadeiro. Para realizar-se este objetivo é necessário formar um plano de investigação e esta é a parte mais difícil de toda a operação. Não apenas temos de selecionar os traços do diagrama ao qual será pertinente prestar atenção, como também é da maior importância voltar mais de uma vez a certos traços. (PEIRCE, 1995, p. 216)

A indução, para Peirce, deve provar se alguma coisa é realmente operativa. A partir de uma teoria, dela deduzir predições de fenômenos, que serão observados a fim de ver o quanto concordam com a teoria. Peirce alerta, porém, que este é um raciocínio que não pode ser exaurido, visto que as pesquisas a longo prazo prevêem resultados de uma certa natureza até se aproximar da exaustão. Mas alerta que a validade da indução depende da relação de regularidade necessária entre o geral e o singular.

A abdução é o espaço onde a criatividade se expressa, é o processo de formação de uma hipótese explanatória. Segundo Peirce, (1995, p. 220) é a única operação lógica que apresenta uma idéia nova, pois a indução nada faz além de determinar um valor e a dedução meramente desenvolve conseqüências necessárias de uma hipótese pura. A abdução sugere que alguma coisa pode ser.

Sua única justificativa é que, a partir de suas sugestões, a dedução pode extrair uma predição que pode ser verificada por indução, e isso, se é que nos é dado aprender algo ou compreender os fenômenos, deve ser realizado através da abdução. (PEIRCE CP 4.171)

Esta capacidade **quase** instintiva de adivinhar ou antever possibilidades para a solução de um problema e escolher a mais próxima da realidade é chamada de intuição (*insight*) por Peirce (1995, p. 226). Neste contexto, Santaella afirma que, além de ser instintiva e evolucionária, a abdução é, ao mesmo tempo, uma inferência lógica. Mesmo que a intuição da solução de um problema seja instintiva, o processo que se segue é consciente, deliberado e controlado, permitindo abertura à crítica e à autocrítica.

A abdução segue alguns passos: (1) a observação criativa de um fato; (2) uma inferência que tem a natureza de uma adivinhação; (3) a avaliação da inferência reconstruída. Em síntese, trata-se de um tipo de raciocínio que, sem deixar de ter forma lógica, tem um caráter instintivo e é, antes de tudo, um processo vivo de pensamento. “ (SANTAELLA, 2001, p. 121)

Abdução, indução e dedução não são, porém, processos separados para Peirce; eles integram-se em um todo coeso como estágios do processo investigativo. Quando fatos surpreendentes emergem, uma explicação é necessária. Ela deve ser uma proposição tal que leve a uma predição dos fatos observados. Deve-se adotar então uma hipótese para o fato. “Este passo de se adotar uma hipótese como sugerida pelos fatos, é o que chamo de abdução” (SANTAELLA, 2001, p.122).

Definida a hipótese mais plausível, cria-se um diagrama em que se deduz os resultados. Estes resultados são testados através do método indutivo até um ponto próximo à exaustão. A indução não adiciona, no máximo, corrige o valor de uma razão ou modifica a hipótese de um modo que já se conjecturava como possível.

A abdução é meramente preparatória. O primeiro passo do raciocínio científico, enquanto a indução é o passo conclusivo. Estão nos pólos opostos da razão. A primeira, abdução, é o pólo menos efetivo, a segunda, o tipo de argumento mais efetivo. O método de um é o reverso do outro. A abdução busca uma teoria, a indução busca fatos. (SANTAELLA, 2001, p. 123)

Umberto Eco (2000, p. 190), ao estudar a abdução, define-a como um processo inferencial (*também chamado hipótese*) que se opõe à dedução, visto que a dedução parte de uma regra. O autor lembra ainda que a hipótese tem de ser testada (op. cit. p.190) para poder ser transformada em lei, mas há casos, na semiose por exemplo, em que não se estão buscando leis universais, mas uma explicação capaz de *desambiguar* um evento comunicativo isolado. Em casos ambíguos, será melhor que a abdução seja encorajada pelo contexto. Em síntese: “A abdução é um procedimento típico mediante o qual, na semiose, nos vemos em condições de tomar decisões difíceis quando diante de instruções ambíguas”. (ECO, 2000, p. 191).

Para Eco, Peirce pensava em dois tipos de raciocínio inferencial: a hipótese, com a qual se isola uma regra já codificada, à qual um caso é correlacionado por inferência; e a abdução, que é a adoção provisória de uma inferência explicativa passível de verificação experimental e que visa a encontrar, juntamente com o caso, a regra. Eco, por sua vez, distingue três tipos de abdução: hipótese ou abdução hipercodificada, abdução hipocodificada e abdução criativa.

Na primeira, a lei é dada de maneira automática, ou semi-automática, caracterizando uma interpretação através dos códigos já existentes. Como no entendimento de uma palavra, a interpretação necessita de um esforço abduativo, mesmo que este seja mínimo e automático. Este esforço fica mais claro em ambientes internacionais, quando ao ouvir uma palavra, temos que nos certificar das condições de ocorrência (*token*) de um certo enfoque (*type*).

Na segunda, por sua vez, a regra deve ser selecionada dentre uma série de regras prováveis fornecidas pelo nosso repertório, pelo conhecimento de mundo. Neste sentido, temos inferência de uma regra, selecionada entre várias outras, pelo

fato de ser a mais plausível, embora sem a certeza de ser a mais correta, ela é levada em consideração à espera das verificações subseqüentes.

Na abdução criativa, a lei deve ser inventada, o que, para Eco, não é tão difícil “desde que a nossa mente seja suficientemente criativa” (2000, p. 203). Estas, segundo o autor, seriam as responsáveis pelas descobertas revolucionárias que mudariam os paradigmas científicos e se utilizam com mais freqüência da Metabdução. Esta consiste em decidir se o universo possível delineado pelas nossas abduções de primeiro nível é o mesmo universo de nossa experiência. Em resumo,

[...] nas abduções hiper e hipocodificadas, esse metanível de inferência não é indispensável, visto que extraímos a lei de uma bagagem de experiência de mundos efetivos já controlados. Em outras palavras estamos autorizados pelo conhecimento do mundo comum a pensar que a lei já foi reconhecida como válida (cabendo apenas decidir se é a lei certa para explicar aqueles resultados). Nas abduções criativas não temos esse tipo de certeza. Nossa tendência é fazer previsões não só em relação à natureza do resultado (sua causa) mas também acerca da natureza da enciclopédia (de modo tal que, caso a nova lei seja comprovada, nossa descoberta acarretará uma mudança de paradigma). (ECO, 2000, p. 203)

A produção de notícias e a abdução

A produção de conteúdo para o jornalismo segue uma rotina que pode ser definida tomando como ponto inicial a pauta. A partir de um fato novo (surpreendente), datado, previsto ou imprevisto, o chefe de redação, produção ou pauteiro, com a ajuda de produtores auxiliares, elabora hipóteses para a cobertura do fato e realização de uma reportagem.

Segundo GUIRADO (2004, p.57), o processo de realização da reportagem é permeado pelo raciocínio abduutivo - “podendo ocorrer a qualquer momento, na

elaboração da pauta, na investigação ou na construção da narrativa”. A abdução, também nesse caso, emerge diante de um fato surpreendente ou ainda do que Santaella chamou acima de “observação criativa do fato”.

O pauteiro, diante do fato surpreendente, levando em conta o que Peirce chama de “experiência colateral”, traça um diagrama para explicar o fato, ou seja, um ícone hipotético, que no jargão jornalístico chama pauta e que serve para designar o roteiro dos fatos que devem ser tratados pela reportagem, apresentando um resumo do assunto e a indicação ou sugestão sobre como deve o tema ser tratado. Uma pesquisa preliminar é feita pelo próprio pauteiro, através de um processo que se assemelha ao raciocínio indutivo, para a checagem preliminar dos fatos e avaliar a importância ou relevância da informação baseada em critérios jornalísticos segundo os quais os fatos podem ser considerados ou não notícias.

Nesse documento, o pauteiro informa ao repórter: o lugar e a hora em que vai acontecer ou está acontecendo um fato, alguns dados anteriores que ajudam a compor o cenário do fato, o nome, telefone e endereço das pessoas/fontes envolvidas e possíveis desdobramentos. Na pauta ainda há o enfoque que o profissional deve seguir para a realização da matéria e o encaminhamento da ação para uma produção mais eficiente com qualidade e velocidade.

A pauta assim produzida funciona como um diagrama. Ela em si é uma regra ou lei, que deve ser seguida. O repórter, porém, diante da pauta, passa a se utilizar da abdução. Esta, do tipo hipercodificada, conforme ECO (1980, p.121-122), em que a lei é dada de maneira automática, ou semi-automática e permite uma interpretação através dos códigos já existentes. No entendimento de uma pauta, a interpretação necessita de um esforço abduutivo para se certificar das condições de ocorrência (token) de um determinado enfoque (type). Segundo GUIRADO (2004, p.78), a pauta serve para direcionar a reportagem, dando as regras e procedimentos a serem desenvolvidos pela investigação.

Ao receber este material, o jornalista toma conhecimento de seu conteúdo, do enfoque, elabora sua própria hipótese e passa, imediatamente, a investigar e a colher informações que podem confirmar ou negar a pauta. É certo, porém, que o

processo de criação fica comprometido ou senão encerrado dentro da rígida estrutura do que fazer a partir da pauta.

Embora definindo os limites da produção dentro do diagrama da pauta, o repórter busca novidades, novos enfoques, novas fontes partir do assunto preestabelecido. Se isto não for possível, resta-lhe espaço para criação no momento da reconstrução dos fatos, o redigir a reportagem. Não é raro que a pauta *caia*, ou melhor, que se torne obsoleta, que não exista a informação, ou que ela não esteja de acordo com o que acontece no local dos fatos. Nesse caso, o repórter tem a obrigação de redirecionar o assunto a partir de seu conhecimento anterior, de seu repertório.

A reportagem redigida pelo jornalista é, porém, uma obra coletiva, um intertexto¹. Nele estão as premissas da pauta, os dados investigativos do repórter, seu repertório e sua habilidade de reconstruir os fatos através do texto e ao final as correções e adequações produzidas pela edição.

O processo é praticamente o mesmo em quase todas as redações, com uma ou outra mudança em relação a quem faz a pauta ou à liberdade do jornalista quanto ao seu encaminhamento. A diferença observada de um suporte para outro está na reconstrução do fato através do texto, levando-se em conta as especificidades do meio para o qual a notícia está sendo produzida. Esse texto ganha formatação diversa se produzido para a televisão, rádio ou jornal impresso. No webjornalismo a formatação está ainda em vias de construção, mas já se pode delinear a forma do texto considerando as especificidades do meio e do leitor, conforme se verá logo a seguir, antes de prosseguir com a implicação dos métodos de raciocínio para a *virtu* ou habilidade do repórter.

1. As características do suporte

Quanto às especificidades do meio, observa-se, em primeiro lugar, que o monitor do computador não é um suporte confortável para o leitor de notícias (SERVA, 2002). A primeira dificuldade é que o internauta precisa se adequar ao suporte e não o contrário, como acontece com um jornal, quando podemos afastar

ou aproximar o papel dos olhos a partir de nossas deficiências visuais. No caso do computador, quem tem de se afastar ou se aproximar é o leitor.

Outro problema é a resolução da tela. As telas dos computadores têm uma resolução entre 72 e 96 dpi (*dots per Inch*) ou pontos por polegada². Se comparado ao jornal é cerca de dois terços menor. Qualquer impresso tem 300 dpi, ou pontos por polegada. Este é o caso das impressoras comuns jato de tinta. As revistas têm resolução ainda maior devido ao tipo de papel utilizado para a impressão.

A baixa resolução provoca dificuldade de leitura. Quando lê³ em um computador, o usuário pisca menos de 16 vezes por minuto (NIELSEN, 2003, p. 76). Esta é a frequência de uma pessoa em repouso. Piscando menos, os olhos tendem a ficar irritados em menos de uma hora. Este fato diminui o tempo de permanência e de leitura em frente à tela.

Fora os problemas de leitura relacionados ao monitor, temos as limitações ligadas ao acesso à Internet. A maioria dos internautas tem um tipo de conexão com a rede através do telefone comum, chamada de “discada”. O seu custo é determinado pelo tempo de utilização do serviço e que mantém a linha telefônica ocupada.

O problema de tempo e dinheiro gastos com o computador conectado à rede aumenta na hora de baixar os arquivos. Por exemplo, com uma conexão discada comum, que se utiliza da linha telefônica e que paga impulsos, o computador leva cinco minutos para baixar um arquivo com um *megabyte*⁴. Se o arquivo tiver dois *megas* o tempo será de dez minutos. (PINHO, 2003, p.39)

2. As características do leitor

Estas características do meio acabam por determinar o perfil do internauta que em sua maioria é de leitores apressados, ou do tipo qualificado por Nielsen (2003) como *scanners*. Este tipo de internauta não chega a ler um título inteiro sequer. Ele apenas bate os olhos na página e se detém para uma leitura mais cuidadosa se o assunto realmente lhe interessa. Roger Chartier tem posição semelhante em relação ao comportamento do leitor diante da tela que, segundo ele, decorre do

fato do computador abrigar diversos tipos de texto em um mesmo suporte (cartas/e-mails, texto/livros e jornais):

O que se torna mais difícil, contudo, é a percepção da obra como obra. A leitura diante da tela é geralmente descontínua, e busca, a partir de palavras-chave ou rubricas temáticas, o fragmento textual do qual quer apoderar-se [...], sem que necessariamente sejam percebidas a identidade e a coerência da totalidade textual que contém esse elemento. (CHARTIER, 2002, p. 23)

Porém, a Internet como veículo de informação é um processo ainda em desenvolvimento. Estudos recentes mostram que as novas gerações têm uma tolerância bem maior para com a leitura nas telas de computador e conhecimento menor dos suportes tradicionais de informação (cartas, livros e jornais). Ademais, o sistema de banda larga vem mostrando um avanço significativo mesmo no Brasil e inegavelmente contribui para uma mudança de comportamento do leitor. Por este sistema a empresa não cobra a conexão por pulsos, há uma taxa mensal que pode variar de acordo com a velocidade de transferência de dados. A de menor custo é a ISDN com 128 Kbps, que permite baixar um arquivo de 2 *megabytes* em 2,4 minutos, ou um quarto do tempo da conexão discada via modem.

Luciana Moherdau (2000, p. 41-53) pesquisou os hábitos de um tipo específico de internauta. Em seu estudo, a autora entrevistou 19 pessoas através de e-mail e aplicou questionário com 301 estudantes de jornalismo de diversas instituições de ensino a respeito de suas preferências em relação à busca e leitura de informações na web. Entre as principais descobertas estava que estes internautas preferiam a leitura de resumos a notícias inteiras e, quando liam a matéria na íntegra, preferiam que ela estivesse organizada em blocos de texto e *links* e não em pirâmide invertida⁵, como é tradicional no jornalismo impresso. A maior parte deles, cerca de 60%, não permanecia mais que uma hora em frente ao monitor por dia. Isto denota que se trata de um leitor apressado ou *scanners*.

Moherdauí (2001) cita estudos realizados pelo *Poynter Institute* e pela **Stanford University**, nos Estados Unidos, para afirmar que o internauta prefere o texto ao conteúdo gráfico. Nielsen realizou pesquisas semelhantes e afirma que:

Nós devemos nos dar conta de que o conteúdo é o rei na mente do usuário. Quando uma imagem aparece, os usuários voltam sua atenção ao centro da janela, onde eles vêem o corpo do texto antes de olhar para a barra de cabeçalho ou outro elemento navegacional. (NIELSEN, apud MOHERDAUI, 2001, p. 31)

Nielsen criou o **Nielsen Normal Group** para pesquisas sobre a *web* e dá algumas informações sobre os hábitos dos internautas. Segundo ele, há dois conceitos fundamentais quando da montagem de uma *homepage*: navegabilidade e usabilidade. Esta última se refere à facilidade de se usar um produto, seja ele uma página de *web* ou um eletrodoméstico. Nielsen (2003, p. 35) afirma que primeiro compramos um eletrodoméstico e só depois saberemos se é fácil de usar. No caso das *homepages* o internauta primeiro usa e depois compra. Esta inversão na relação, segundo ele, exige de quem planeja uma página que ela funcione adequadamente ao interesse do leitor, sob o risco deste abandonar o site e não retornar nunca mais.

O autor entende que uma *homepage* tem boa usabilidade quando em um piscar de olhos o usuário é informado onde se encontra, o que a empresa faz e o que o usuário pode fazer nela. É obrigatório o nome do *site* e o *slogan* que o diferencia dos demais da mesma área. É ainda fundamental, em casos de *sites* noticiosos, que se coloque em lugar de destaque, sem nada ao redor, de uma a quatro áreas com as seções de últimas notícias, manchete, esporte e outras, além, é claro, dos botões para as seções específicas. Em caso de empresa que exista também fora do espaço virtual, as cores e o padrão gráfico da empresa de átomos (NEGROPONTE, 1995) deve ser mantida na empresa de *bits*.

Em relação à criação de conteúdo, Nielsen lembra que a maioria dos internautas são *scanners*, que batem os olhos no conteúdo sem ler completamente

as informações da frase em busca de um assunto que lhe interessa. Em virtude disso, o autor afirma que o texto na *web* deve transmitir o máximo de informações com um mínimo de palavras, que as informações devem estar centradas no cliente e por isso as informações com conteúdo valem mais que palavras soltas.

[...] uma categoria ‘Plantão de Notícias’ com o texto, ‘saiba os últimos acontecimentos aqui’, é menos interessante que um quadro com quatro títulos de notícias e com um link para a categoria ou para a notícia em si. (NIELSEN, 2003, p. 40)

O *link* deve ainda remeter diretamente à notícia detalhada: a foto de um festival precisa *linkar* com a notícia do festival e não com a editoria onde está incluída aquela notícia. Os *links* devem ainda ser fáceis de visualizar, sem instruções como “clique aqui” ou palavras genéricas como “outras informações ou mais” no final da lista. Outra dica é não usar a palavra *link* para indicar um *link*, a palavra mais significativa da frase deve ser usada como *link* e estar diferenciada das demais.

Em relação à navegabilidade, Nielsen lembra que o fundamental é que o leitor acesse rapidamente, e sem muito trabalho ou espera, a área de navegação adequada; que distinga as opções e que tenha a noção básica do que existe por trás dos *links*. “O usuário não deve clicar para descobrir o que significam” (NIELSEN, 2003, p.42). Outro problema de navegabilidade pode ser determinado na demora em se “carregar” um arquivo. A espera aborrece o internauta.

O projeto de uma página deve posicionar a área de navegação em local destacado, os assuntos afins devem estar agrupados, gráficos e animações podem aprimorar a *homepage*, mas podem congestionar o *layout* e retardar o *download*. Os gráficos devem servir para informar e não para encher de conteúdo, fotos devem ser do fato e não para decorar a página.

3. As características da linguagem

Pesquisas apresentadas por Jakob Nielsen (2001), no livro *Usabilidade: 50 Sites desconstruídos*, mostram que o meio digital tem limitações que não são comuns nos outros veículos. A dificuldade de leitura, somada ao custo da conexão, acesso e linha telefônica acabaram por criar um tipo de leitor diferente daquele do jornal impresso: um leitor apressado. A orientação do autor para quem escreve material para a *web* é evitar textos longos, com mais de duas telas, e se possível quebrar a história em tópicos criando um texto em camadas (*links*), permitindo assim uma leitura não linear da notícia. Estes textos devem ter até quatro blocos com 75 palavras cada em média.

Em relação à estrutura do *site*, o Grupo de Pesquisas em Jornalismo Online da Universidade Federal da Bahia, baseado nas pesquisas quantitativas de Nielsen (op. cit.) e Poynter Institute, compilou as principais características no jornalismo na *web*:

Multimedialidade/Convergência – refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração de um fato jornalístico numa situação de agregação e complementaridade.

Interatividade – capacidade de fazer com que o leitor se sinta parte do processo jornalístico através da troca de e-mails com a redação, disponibilização da opinião dos leitores em fóruns e *chats*, além da estrutura da própria notícia através da navegação pelo hipertexto formado pelas diversas páginas interligadas.

Hipertextualidade – possibilita a interconexão de textos através de *links*, para vários módulos da notícia e para elementos multimídia, outros sites, arquivos sobre o assunto.

Personalização – é a individualização do conteúdo pelo usuário que pode configurar os produtos editoriais e assuntos que quer ver de acordo com seus interesses. Há ainda a possibilidade de hierarquização e diagramação da página.

Memória – possibilidade de se arquivar as informações anteriores em *links* datados ou indexados por assunto ou palavra-chave de modo que fique disponível ao usuário.

Instantaneidade/Atualização contínua – agilidade e rapidez em se produzir e disponibilizar as notícias na Internet combinado à facilidade de acesso às informações.

As características apontadas acima interferem na linguagem do webjornalismo como se verá adiante em **3.1, 3.2 e 3.3**.

3.1 A informação não linear

A não linearidade desponta como uma das características da linguagem jornalística adotada na internet. Essa especificidade, observada por Chartier (2002), é a substituição de um suporte de leitura linear como o “codex” (caso do livro) para voltar à rolagem dos textos (antigos papiros). O enunciado que se desenrola na tela assemelha-se a um pergaminho virtual. Esta mudança na forma da leitura vem acompanhada do espaço ocupado pela mensagem verbal de apenas dois parágrafos, que é exibido pela maioria dos editores de texto. Serva (2002) adianta que esta tecnologia permite que o redator monte sua matéria em parágrafos justapostos, que somados à possibilidade de copiar e colar palavras, frases e parágrafos leva o jornalista a escrever as notícias como se fossem blocos de um jogo de montar, sem uma unidade.

A notícia não linear é descrita por Leah Gentry, diretor editorial *on-line* do **Los Angeles Times** como um processo de desconstrução e reconstrução da história. Ela sugere que se divida a história em partes pequenas. A partir deste ponto deve-se procurar por similaridades e relações entre as partes e juntar aquelas que são similares. Então é necessário reconstruir-se a história através de um *storyboard* ou diagrama para se mostrar as relações entre as partes. Neste processo, ele ensina que há partes necessariamente lineares, como no caso de alguém que entra em uma sala e leva um tiro. A macro história, segundo ele, será totalmente relacionada a este fato central e o leitor pode optar por ler ou não esta parte aprofundada.

Gentry alerta, porém, que nem todas as partes da história devem ser escritas. Imagens e multimídia podem também contar a história, mas ela alerta que isso deve ser necessário e não se deve usar a tecnologia apenas para mostrar capacidade. “Deve-se evitar qualquer coisa que seja só ruído e que atrapalhe o caminho da informação”.

3.2. Os hiperlinks, os links e as âncoras

O *hiperlink* é a conexão ou elementos físicos ou lógicos que interligam computadores em rede. São endereços de páginas, ponteiros, palavras-chave destacadas em azul e sublinhadas em um texto, que quando *clicadas*, nos levam ao assunto desejado, que pode estar na Internet, em outro site, no próprio computador, ou no e servidor. O *link* é a ligação que pode ser feita entre dois documentos através de palavras-chave, imagens e, ponteiros. Em geral, estes documentos estão em um mesmo *site*. As âncoras são ligações entre informações, em geral texto escrito, que estão em um mesmo documento. Um livro inteiro cabe em apenas uma página da *web*, mas o índice do capítulo está ancorado ao local da página onde está aquele capítulo, assim não é necessário usar a barra de rolagem.

Estas ligações permitem ao leitor ver outras camadas da notícia tais como gráficos, fotos, imagens e áudio. Estas possibilidades seduzem o internauta que percebe ter em mãos um material mais rico que o oferecido pelos outros meios de comunicação. A seu critério, o receptor pode escolher ler todo o material ou apenas a primeira notícia. Mesmo quando o *scanner* não lê mais que os títulos, ele notará a falta de mais conteúdo, ainda que não se interesse por ele; quando percebe que o site é “fraco”, podendo passar à visitar de outras páginas em busca de mais informação e então nunca mais voltará ao sítio anterior.

Apesar das possibilidades dos *links*, poucas publicações digitais oferecem este recurso ou, quando se utilizam dele, apenas dividem o conteúdo aleatoriamente em seqüências e não aprofundam a informação.

A tabela de Kilian (1999), do Poynter Institute, mostra como deve ser estruturada uma reportagem no meio digital desde a pauta. Primeiro deve-se apurar a informação central ou nuclear. Esta deve ser a parte linear da notícia, com a história do fato simplesmente. Um exemplo é a queda de um avião. Apenas os fatos relativos ao acidente devem ser relatados de modo sucinto, como número de mortos, horário, descrição do fato, causa provável, informação sobre congestionamentos na área. No *'background'* devem estar a lista dos mortos, os gráficos referentes a este tipo de acidente, mapas da cidade com os desvios, e um *'storyboard'* do acontecimento. As entrevistas com testemunhas devem vir no *'profiles'*, assim como depoimentos de autoridades, parentes, etc. As *'related stories'* devem contemplar histórias dentro do assunto principal, como a de alguém que se atrasou e perdeu o voo, de como ficou o trânsito na região do acidente.

É claro que nem toda notícia merece este tratamento e isto deve ser definido em uma reunião de pauta, pelo editor-chefe ou chefe de redação do jornal *on-line*. Na mesma reunião a interatividade também deve ser discutida e definida caso haja a necessidade. Para além da formatação para o meio digital, o jornalista deve ter em mente as características de um texto jornalístico de qualidade, levando em conta o princípio da pirâmide invertida, critérios inerentes à função referencial da linguagem, procurar ater-se aos fatos e evitar qualquer tipo de conjecturas.

3.3. O texto do jornalismo digital

O que se vê nas páginas da *web* é uma repetição do estilo consagrado nos meios de comunicação de massa tradicionais. De certa forma, é verdadeiro dizer que todo novo veículo aproveita as técnicas das mídias anteriores para depois criar a sua própria linguagem (CHARTIER, 2002). Assim aconteceu com a TV em relação ao rádio (Brasil) ou ao cinema (EUA). Porém, a história da relação entre imprensa e computadores foi diferente. Antes de ser um canal, o computador foi uma ferramenta utilizada nas redações e, em muitos lugares, este equipamento e a *web* não ultrapassaram a barreira do utilitarismo.

O jornalismo digital operou e continua operando transformações na maneira de produzir, distribuir e consumir jornalismo. Há uma descentralização ou não linearização do trabalho e o jornalista, acostumado com os métodos tradicionais de produção, fica sem condições de atender a demanda por conteúdos.

Um dos aspectos mais importantes deste desenvolvimento é a dependência total da tecnologia, a necessidade de se libertar das amarras do modelo tradicional e a migração para o ciberespaço em relação à localização das fontes, criação de modelos, gráficos e pesquisas, ferramenta para apuração e local para disponibilização dos conteúdos.

Elias Machado (2003) alerta que esta tecnologia é usada seguindo duas vertentes: uma delas, o jornalismo assistido pelo computador, percebe as redes como uma ferramenta para nutrir os jornalistas das organizações convencionais (impresso, por exemplo), com conteúdos complementares aos coletados pelos métodos tradicionais e uma outra que vê as redes como ambiente com capacidade de fundar uma modalidade distinta de jornalismo em que as etapas de produção estão dentro dos limites do ciberespaço.

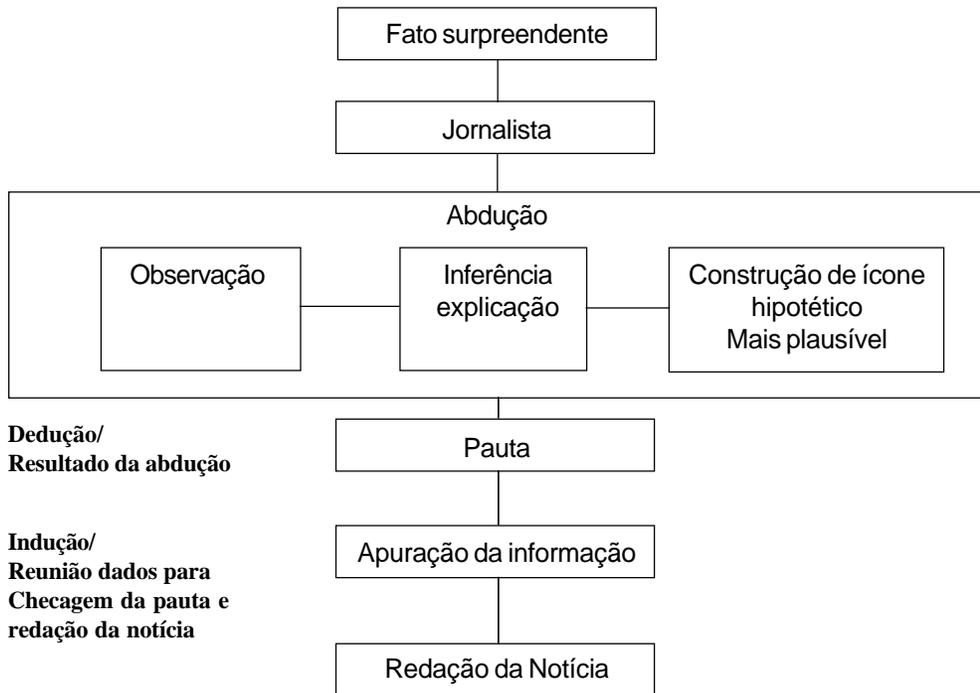
Neste sentido, Nora Paul (1999, p.3-4) define quatro modalidades para coleta de dados no Jornalismo Assistido pelo Computador: reportagem, pesquisa, referência e encontro. Na reportagem, o jornalista conta com programas para cálculos, programas estatísticos, programas para construção de arquivos próprios. Além de entrevistas e observações, a pesquisa trabalha com relatórios, artigos e informações disponíveis em bancos de dados eletrônicos. A referência permite a consulta a dicionários, enciclopédias, almanaques disponíveis na rede ou em CDs. Os encontros são possíveis em grupos de discussão, fóruns, chats e etc. onde podem descobrir futuras fontes para novas reportagens.

Com a Internet, os conteúdos podem ser preparados por qualquer pessoa, desde que tenha conhecimentos básicos em relação a esta nova tecnologia. Até mesmo o usuário/leitor pode disponibilizar conteúdos e participar de forma ativa na construção da notícia, seja através de um fórum de discussão ou de sugestões de pauta.

Ainda que todas as afirmações acima sejam verdadeiras, o jornalismo digital não deve ser totalmente diferente do jornalismo convencional. O compromisso com a veracidade dos fatos, com a busca da objetividade e com os princípios éticos deve ser mantido. Se as fontes forem circunscritas apenas aos limites do ciberespaço, como será possível checar os fatos e equilibrar as fontes? É certo que podem ser checados em outros bancos de dados. Além disso, as informações captadas em instituições bancárias ou páginas do governo não podem, em princípio, ter a veracidade questionada, mas muita informação na *web* não é verdadeira e o uso exclusivo delas pode prejudicar a credibilidade do jornal digital. Assim, de imediato, o primeiro aspecto importante a ser levado em conta numa publicação jornalística *on line* é o que diz respeito às suas fontes e, por conseguinte, à veracidade da informação; o segundo aspecto, intimamente ligado ao primeiro e não menos importante, é o grau de credibilidade que se lhe deve atribuir. Afinal, são muitos os sites jornalísticos anunciando matérias e *blogs* que tanto podem ter sido escritos por uma estrela do **New York Times** quanto por uma blogueira anônima como é o caso de **Baghdad Burning – Girl Blog from Iraq**.

Com esta digressão pretendeu-se aqui fazer algumas verificações acerca das especificidades da mídia digital em termos de forma e conteúdo para, a partir daí, buscar entender os processos de formatação da notícia e o que isto representa para os receptores. A maioria dos internautas, que lê notícias na Internet, sabe qual a formatação que mais lhe agrada e que atende à sua necessidade de informações. Mesmo que este conhecimento da melhor forma seja superficial, já se poderia supor que o jornalista produzisse um material mais adequado e baseado em suas preferências, mas isso na maioria das vezes não acontece. Questiona-se, neste artigo, se isso se deve à forma com que ele age diante do fato novo e inesperado e o seu processo de raciocínio/inferência (abdução, dedução e indução), que se baseia no seu repertório cujo paradigma ainda é o do jornalismo impresso.

Pode-se definir, através de um gráfico, o processo de inferência vivido pelo jornalista diante de um novo fato, conforme o quadro abaixo:



Os territórios da pesquisa

Ao tratar da pesquisa em comunicação, Santaella (2001) estabelece seus territórios, delimitados de acordo com os elementos do processo comunicativo. Entre eles, está **o campo dos meios e dos modos de produção das mensagens**. Nesta área de investigação entram todos os suportes para a comunicação: do pergaminho até às modernas mídias digitais. Torna-se então necessário focalizar as características de cada suporte, canal ou mídia e as respectivas linguagens, “sejam elas quais forem, são materialmente produzidas de acordo com suportes, instrumentos, meio e técnicas que são tão históricas quanto as próprias linguagens e as instituições que as abrigam”. (SANTAELLA, 2001, p.87)

Outra demarcação, na qual os autores deste artigo incluem também o Jornalismo Digital, é o **território do emissor ou fonte de comunicação**, onde se estudam as redes e fluxos de informação do ponto de vista do produtor da mensagem. É nesse campo que ocorrem “os questionamentos desconstrutores do sujeito como senhor do discurso” (SANTAELLA, 2001, p. 89) Trata-se aí de verificar como o produtor de conteúdo reconstrói o fato em um meio digital: qual o repertório do emissor, quais as ferramentas que o meio proporciona e o que o sujeito que lida com elas, no caso o jornalista, está apto a utilizar, como fotos, gráficos, *links*, elementos multimídia (áudio e vídeo).

Ainda segundo Santaella (2001), os territórios ou campos de investigação funcionam como pontos de ancoragem para a pesquisa na área da Comunicação. Cada campo está carregado de questões, mas cada um deles mantém interfaces com os demais. Nesta pesquisa é fundamental se estabelecer as interfaces das mensagens com o seu modo de produção. É preciso delinear o modo como as mensagens são produzidas, questionando as sutis diferenças que devem ser estabelecidas entre a linguagem do jornal e o jornalismo como mídia. Neste contexto, diz ela:

O modo como os meios determinam a constituição das linguagens por eles veiculadas, as possibilidades que abrem e os limites que impõem sobre elas, a especificidade dos processos de comunicação que cada meio constitui, os gêneros que cada um desenvolve são todos tópicos a serem estudados nessa interface. (SANTAELLA, 2001, p. 93)

Há ainda a considerar a interface entre os campos das mensagens com o sujeito produtor especialmente em relação à sua competência comunicativa e dos meios com o sujeito produtor em relação ao seu domínio sobre os suportes, canais, meios ou mídias de que dispõe.

Voltando então ao ‘point de depart’ deste artigo tentaremos responder a questão inicial: até que ponto o produtor da mensagem, o jornalista, prepara a sua

matéria em consonância com a multidimensionalidade das novas tecnologias e, em seguida, se este é um processo consciente.

A Pauta – Dedução / Abdução

Em relação à produção de notícias para o jornalismo digital é necessário acrescentar que a maior parte dos jornalistas, que trabalha nesta área, produz a pauta como se o estivesse fazendo para o impresso. Mas há especificidades neste meio, já elencadas anteriormente, e que devem ser levadas em consideração pelo produtor da mensagem. O primeiro deles é que, desde a pauta, após o primeiro estágio do *insight* abduutivo, quando da elaboração do diagrama da hipótese a ser checada, deve se levar em conta a principal característica do meio digital que é a hipertextualidade.

Mais especificamente, quando o pauteiro está diante de uma novidade ou de um fato surpreendente, como a queda de um avião, por exemplo, ele tem de elaborar a pauta a partir de sua experiência, mas levando em conta a hipertextualidade, a multimidialidade, a interatividade característica deste meio. Hipertextualidade e multimidialidade podem ser unidas na palavra hipermídia. Esta pode, por sua vez, ser facilitada utilizando-se de *links* para várias páginas de texto contendo desdobramentos da informação e outros links para elementos de áudio e de vídeo, como entrevistas (áudio) e imagens do local.

Estes desdobramentos permitem um texto em camadas, em que cada uma pressupõe um aprofundamento. Em uma notícia de um acidente, mapas da região, vias interditadas, nome das vítimas em gráficos, textos com informação de várias fontes, as principais e as secundárias, histórias complementares e relacionadas, bem como antecedentes e possíveis conseqüências do fato. Além de permitir espaço para a interatividade do leitor, este ainda pode construir o texto a partir de seu interesse, pois pode se alimentar de toda a informação disponível no *site* ou apenas ficar na chamada da página inicial.

No diagrama, que se propõe a organizar a produção, esta característica é a mais forte neste meio e todos os desdobramentos da notícia devem ser previstos em um outro diagrama que direciona a produção de cada desdobramento do fato principal, a própria reportagem. Este se tornará o diagrama que o repórter deve, através do método indutivo comprovar, reformar ou *derrubar*.

O passo seguinte, na elaboração do texto, está na disposição das informações. A fórmula consagrada da pirâmide invertida se repete e ganha nova força no jornalismo digital. Levando em consideração que a maioria dos leitores tem pressa e que ler notícias na tela do computador não é nada confortável, é necessário que o texto seja curto e enxuto. Mas isso não quer dizer que a informação também tenha que ser. Na verdade, a possibilidade de abrir *links* e âncoras permite uma grande quantidade de dados dividida em várias matérias e páginas.

O trabalho do repórter começa na leitura da pauta, fonte de inferência para a criação de uma hipótese que deve ser testada em busca de uma explicação capaz de reconstruir um evento, eliminando as ambiguidades. Este processo abduutivo está implícito na pauta mas também na experiência anterior do jornalista: repertório e experiência colateral⁶.

Neste sentido, em uma análise deste processo de produção percebe-se que o espaço semiótico (BULIK, 2001) inicia-se no processo anterior de criação do objeto pelo emissor, passa pelo texto⁷ elaborado e chega-se à análise do processo da percepção pelo receptor.

O processo anterior à criação da reportagem já contém elementos ou embriões comunicativos (geno-texto), “que podem desencadear a cadeia de significações sobre a superfície nomeada feno-texto”, (BULIK, 2001, p.100). Isto acontece, por exemplo, na escolha das cores de um determinado enfoque, baseado no repertório do pauteiro e na linha editorial do jornal. A escolha do tema e o diagrama (encaminhamento) da reportagem são, portanto, anteriores à criação do texto. Estão presentes na produção do pauteiro, e desenvolvem-se em convergência com o repertório do próprio repórter. Ambos, pauteiro e repórter se tornam “sujeitos em processo de significação e comunicação” de um texto que “se define por sua

organização interna e por determinações contextuais como uma urdidura de significação e comunicação”. (BULIK, 2001, p. 69).

O jornalismo digital e o paradigma do jornal impresso

Outra característica da produção de texto para o jornalismo digital e que o diferencia do impresso e de outros meios é que no ciberespaço não existe o horário de fechamento. Como a notícia pode ser disponibilizada na *web* a qualquer momento, esta particularidade determinou que, em vez de fechamento do jornal, há fechamentos ou consolidações da pauta⁸.

O geno-texto ou o diagrama da produção do jornalismo impresso em particular, e de outras mídias em geral, está tão impregnado no processo de raciocínio do jornalista que ele já concebe a pauta para o meio digital, tendo em mente o diagrama, a estrutura de outros meios, apresentando como resultado é que acaba havendo uma transposição de estilo e de formatação.

Esta repetição do estilo consagrado nos veículos tradicionais é também utilizada no jornalismo digital. Já vimos que todo novo veículo aproveita as técnicas dos veículos anteriores para depois criar a sua própria linguagem. Nesta continuidade pauteiros, editores e repórteres se igualam na repetição do modelo impresso no meio digital. A pauta do jornal *on line*, na maioria das vezes, não é produzida a partir das características do meio e do receptor. Neste caso, a pauta não é trabalhada de modo adequado ao meio digital pelo jornalista.

Sair da redação com uma idéia, um diagrama, ou uma inferência de como será o produto final é uma rotina nas redações *on line* ou de impresso, mas este diagrama deve seguir os padrões do meio, e é neste ponto que o processo produtivo do jornalista se confunde e se funde com o processo do impresso. A maior parte desses jornalistas simplesmente não tem idéia de como deve ser a notícia para o jornalismo digital.

A partir da teoria dos signos, mais especificamente da Lógica Crítica, pode-se tentar entender porque a maior parte das notícias do jornalismo digital não leva em consideração elementos específicos do canal tais como a hipermidialidade e a

interatividade. Este quadro de confusão a respeito da forma e conteúdo se agrava quando se trata de *sites* do interior do Brasil, conforme observa Ricardo Torquato (2005, p. 68-110) em seu estudo sobre ‘portais’ de notícias da cidade de Londrina – PR.

À guisa de conclusão

Nos primeiros tempos do jornalismo digital, os conteúdos dos jornais eram apenas transpostos para o novo meio. Mais do que o interesse de informar um novo tipo de leitor, a iniciativa tinha como objetivo marcar território dentro da rede mundial de computadores, que se expandia exponencialmente. Mesmo nesse período, a grande questão a ser respondida era: como deveria ser o texto na *web*?

Após mais de 14 anos de jornalismo na Internet, é possível considerar as especificidades deste novo meio como já conhecidas. Institutos de pesquisa (Poynter e Nielsen, por exemplo) dedicaram-se ao estudo de suas características e dos hábitos dos internautas. Na área do jornalismo digital, grupos de pesquisas (GJOL, entre outros) se debruçaram em estudos sobre um modelo de jornalismo que atendesse todas as possibilidades do meio e as necessidades de um leitor cada vez mais apressado.

Segundo John Pavlik (2001) e o Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (MACHADO, 2003), um *site* de jornalismo digital aproveita melhor as características do meio se contiver elementos como multimídia, interatividade, hipertextualidade, personalização do conteúdo, memória e atualização contínua. Este seria o modelo a ser seguido, mas o próprio grupo reconhece que os *sites* preferem maximizar apenas uma destas características (por exemplo, o www.ultimosegundo.com.br aposta na atualização constante).

O atendimento ou não destas especificidades define, segundo Pavlik, em que fase está o jornalismo do *site* ou, segundo o GJOL, a geração em que se encontra: a primeira é de reprodução de partes dos grandes jornais impressos e a transposição do conteúdo; na segunda, o jornal digital é usado como metáfora do impresso, alguns avanços são incorporados ao site, mas permanecem ancorados ao paradigma anterior; a terceira atende às especificidades do meio e características do internauta em relação

ao hipertexto e hipermissão. Esta fase se caracteriza pela produção específica para a *web*, com a possibilidade do leitor navegar através da informação multimídia.

Mesmo os *sites* mais adequados às características do canal não atendem ao que é considerado o aspecto mais revolucionário do meio digital: a possibilidade de interconexão de textos e elementos multimídia, que permitem o aprofundamento da informação. A pesquisa realizada com *sites* paranaenses de notícias (TORQUATO, p. 2005) aponta indícios de que este fato pode se dever ao modo de produção dos jornalistas, pois a maior parte destes se formou em instituições que não ofereceram a disciplina na graduação ou em período em que a *web* apenas dava seus primeiros passos. Esta falta de formação, se não corrigida por um curso de atualização pode apontar para uma falta de preparo para atuar no novo meio. Neste sentido, tornou-se necessário conhecer estes jornalistas e sua relação com a *web* e jornalismo digital.

O paradigma do impresso acaba permeando toda a atividade produtiva do jornalista, desde a escolha das matérias, do encaminhamento, apuração e redação. Isto se deve ao fato de que, diante de uma situação surpreendente (PEIRCE, 2003), o jornalista recorre ao seu repertório, sua história de vida (ECO, 2002), para inferir (abdução) as hipóteses mais plausíveis para explicar ou reconstruir um fato. Neste momento, esta inferência está ligada à ‘experiência colateral’ ou repertório do jornal impresso e não do digital.

A abdução ocorre em todas as etapas da produção da notícia. É certo que o pauteiro é o primeiro a se confrontar com a situação nova, o fato a ser noticiado. A criação da pauta se inicia com uma abdução do que é notícia, e de como ela deve ser enfocada. Esta abdução é hipocodificada: “[...] que permite a seleção de uma regra entre as mais equiprováveis postas a nossa disposição pelo nosso conhecimento de mundo.” (ECO, 2002, p. 202). Esta regra (dedução) é testada (indução) e depois apresentada dentro do modelo da pauta. A pauta, por sua vez, define como a reportagem deve ser, passa por um momento abdutivo na mão do repórter, “por mínimo que seja, visto que seria uma hipótese hipercodificada” (ECO, 2002, p. 203), mas que necessita de uma hipótese para o seu desenvolvimento. Nesse momento, o profissional antevê como será a notícia. A forma, porém, não está

dissociada do conteúdo. Muito pelo contrário. A forma funciona como uma fôrma para o conteúdo que pode se acomodar em planos e níveis de expressões bem diversa. Neste sentido, pode-se concluir que a forma anuncia a natureza do conteúdo. Breve, a forma enforma, mas também in forma o conteúdo.

NOTAS

¹ Sobre o assunto ver site www.oencantadordeserpentes.com.br que apresenta discussão sobre intertextualidade no jornalismo *on-line*

² Os pontos no meio impresso e o *pixel* no digital são as menores unidades gráficas. Quando usamos uma lupa podemos ver em uma foto de jornal os pontos impressos. Do mesmo modo, quando aumentamos mil por cento uma imagem no monitor podemos ver quadrados de cor que são os *pixels*. Quando a resolução é alta, estes quadros são tão minúsculos quanto os pontos do jornal; quando é baixa podemos ver os contornos dos *pixels* o que nos dá uma imagem comumente chamada de “serrilhada”.

³ Entendemos neste trabalho a palavra ler em um sentido amplo, que inclui a leitura de textos, visualização de imagens estáticas e em movimento (áudio e vídeo).

⁴ Um *byte* é equivalente a 8 *bits*. O *bit* é a menor unidade de informação dentro de um computador, representado pelos dígitos zero (desligado) e um (ligado). Com oito *bits* (um *byte*) podemos representar números, letras ou comandos e a soma destes constitui um documento ou um programa. Com 1024 *bytes* temos um *kilobyte* ou *Kbyte*, 1024 *Kbytes* formam um *megabyte*.

⁵ A pirâmide invertida é uma técnica de redação criada no início do século passado, quando os sistemas de transmissão de mensagens eram precários e exigia que as informações mais importantes do texto estivessem no início ou lead. Neste começo deveriam estar as respostas para quem, fez o quê, quando, onde, como fez e por que. Em seguida as informações complementares eram elencadas por ordem de importância.

⁶ Peirce classifica como ‘experiência colateral’ todo repertório de informações anteriores essenciais para lidar com o assunto ou fato inesperado.

⁷ Texto foi aqui definido anteriormente como código e é compreendido dentro da perspectiva apontada por Bulik (2002, p. 69) como “tanto um texto verbal (oral ou escrito) quanto um texto visual ou gestual ou ainda um texto sincrético como uma peça teatral, o filme ou as histórias em quadrinhos”.

⁸ Conforme FERRARI, 2004, p. 63.

REFERÊNCIAS

BULIK, Linda. *Comunicação e Teatro: por uma Semiótica do Odin Teatret*. São Paulo: Arte & Ciência, 2001.

CHARTIER, Roger. *Os desafios da escrita*. Tradução de Fúlvia M. L. Moretto. São Paulo: Editora Unesp, 2002.

ECO, Umberto. *Os limites da Interpretação*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

_____. *Tratado Geral de Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1980 (Coleção Estudos, 73)

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo Digital*. São Paulo: Ed. Contexto, 2003.

GUIRADO, Maria Cecília (Ciça). *Reportagem: a arte da investigação*. São Paulo: Arte & Ciência, 2004.

KILLIAN, Crawford. *Writing for the web*. North Vancouver, BC: Internacional Self-Counsel Press, 1999.

MACHADO, Elias (org). *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

MOHERDAUI, Luciana. *Guia de Estilo Web: Produção e edição de notícias online*. São Paulo: Editora Senac, 2000.

NEGROPONTE, Nicholas. *A Vida Digital*. São Paulo: Cia das Letras, 1995.

NIELSEN, Jakob. *Projetando Websites*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

_____. *Usabilidade: 50 Sites desconstruídos*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

NORA, P. *Computer-Assisted Research*. A guide to tapping online information. 4. ed, Chicago: Bonus Books, 1999.

PAVLIK, J. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.

PEIRCE, C. S. *Semiótica*. The collected papers of Charles Sanders Peirce. São Paulo: Perspectiva, 1995. 2. Ed. (Coleção Estudos, 46) .

PINHO, J. B. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line*. São Paulo: Summus, 2003.

SANTAELLA, L. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SERVA, L. et al. *Anuário de Jornalismo 2001/2002: Revista da Coordenadoria do curso de jornalismo da Faculdade Casper Libero*. São Paulo, 2002.

TORQUATO, R. C. *JORNALISMO DIGITAL: a forma e a produção da notícia*. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNIMAR, 01/05/2005. sob a orientação da Profa. Dra. Linda Bulik.

O telejornalismo brasileiro e suas memórias

The blurred memory of the Brazilian TV News journalism

Sebastião Carlos de Moraes SQUIRRA

Doutor pela ECA/USP e Pós Doutorado nos EUA e Espanha. Autor, entre outros, dos livros *Aprender telejornalismo*; *Boris Casoy, o âncora no telejornalismo brasileiro*; e *Telejornalismo – Memórias I*. Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social e Diretor da Faculdade de Comunicação Multimídia da Universidade Metodista de São Paulo – UMESP/SP – Brasil.

E-Mail: ssquirra@metodista.br

&

Antonio de ANDRADE

Mestre em Comunicação Social - Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Professor dos cursos de graduação em Radialismo e Mídias Digitais da Faculdade de Comunicação Multimídia da Universidade Metodista de São Paulo – UMESP/SP – Brasil.

RESUMO

Apesar da maciça presença dos telejornais como meio de informação que possibilita a tomada de conhecimento dos fatos relevantes da nação, este estudo pontua que é escasso o entendimento da história do jornalismo eletrônico brasileiro, sobretudo com análises que resgatem os modelos e as práticas editoriais realizados tanto por jornalistas quanto pelas emissoras. Isto é importante, pois como os autores tentam evidenciar, o mais importante telejornal do país, o *Jornal Nacional da Rede Globo*, definiu e implantou padrão de produção inovador quando foi inaugurado mas, fiel ao modelo militar existente no momento de sua chegada, introduziu padrões e controles técnico e estético que eliminaram das telas os brasileiros desprovidos de posses e cultura, numa clara demonstração de descaso com a composição social do país. Corroborando isto, a opção pelo poder fez com que o JN apresentasse, principalmente nas décadas de 1970, 1980 e 1990, os alinhados representantes das elites políticas, culturais e empresariais, numa determinada política editorial de assepsia étnica e alinhamento com as elites brasileiras. Isto fez com que durante muito tempo, os brasileiros não se identificassem no mais importante telejornal do país.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo – memórias do telejornalismo – telejornalismo e poder – estética do telejornalismo – práticas do telejornalismo

ABSTRACT

Despite of the huge participation of TV as a medium that gives to the audience the possibility of knowing what is important, this study aims to show that in Brazil it was not usual that researchers focuses on revealing the practices and choices both in technical or esthetical fields in the TV News programs, mainly in the leading one, the *Jornal Nacional*, of the *Globo Network*. Since its beginnings, the *Globo Net* defined several technical patterns and did some others in the model of what kind of people could present its point of view and should appear in this journalistic programs. As the authors intend to demonstrate here, poor and illiterate Brazilians were not shown in this TV news program. Nevertheless, sophisticated persons belonging to the Brazilian economic, political or cultural elite were often interviewed, pointing out the strong relationship this network had with the military system and with the establishment in this country. Consequently, for long time the Brazilians did not recognize themselves in the most watched TV News program.

KEY WORDS: TV News programs – memories of electronic journalism - electronic journalism and power – esthetics in TV news programs

A ideologia da Globo está mais à direita que o próprio governo,
*e seu telejornalismo ainda mais distante dos reais problemas do povo*¹.

Elisabeth Carvalho

A pesar de muito importante, a memória do telejornalismo brasileiro raramente tem sido foco de resgates históricos que favoreçam o entendimento das ações empresariais e dos papéis dos profissionais que participam (e participaram) deste expressivo cenário comunicacional. Iniciativas nesta direção são fundamentais no geral, mas preciosas sobretudo quando referentes ao passado recente que, volta e meia, chama a atenção da comunidade de pesquisadores da área. Esta constatação veio à tona em excelente oportunidade promovida pelo Observatório da Imprensa na TV (TV Cultura), no dia 14 de maio de 2006, quando a pauta foi o papel dos telejornais e suas estratégias mercadológicas de ação junto à sociedade brasileira.

Justamente pela escassez de reflexão e ao afirmar que a Rede Globo, — a principal emissora do país, sobretudo nos anos 1970 e 80 — tinha por prática conduta decidida de assepsia estética e controle editorial ao abordar questões e personagens populares, o pesquisador S. Squirra, um dos autores deste texto e, na oportunidade, um dos participantes do referido debate na TV, foi interpelado quando declarou que “velhos, desdentados, mal trajados, incultos e descabelados, sobretudo quando fossem mulheres e negros” não apareciam na tela de tal emissora. Na ocasião pareceu a um interlocutor que este pesquisador falava grego e que tal contexto havia existido somente na sua imaginação e nunca na TV Globo e nos telejornais desta emissora. Assim, e por achar contributivo, centramos no resgate do contexto que azeitou tal prática televisiva e jornalística, por sermos conscientes das práticas desta emissora mas, e sobretudo, por tratar-se de período importante para a história e para a academia, local de isenção e equilíbrio no trato da cultura dos povos.

Antes de tudo, é importante destacar que alguns autores e intelectuais abordaram a questão dos padrões estético/culturais que fincaram modelos com o advento do regime militar em nosso país, apontando que estes não se resumiram ao “universo dos comunicadores” ou, ainda mais focado, ao “mundo dos telejornalistas”. Mas, enquadrando o território do jornalismo eletrônico, invocamos Maria Rita Kehl que, no já “clássico” Anos 70-5. Televisão, destacava que

O Padrão Globo de Qualidade que se firmou sobretudo a partir de 73 com a chegada no Brasil da televisão colorida é incompatível com a estética do subdesenvolvimento criada por produtores culturais de esquerda – os Teatros de Arena e Oficina [...] o CPC da União Nacional dos Estudantes, os cineastas do Cinema Novo².

Sabe-se que na mesma época a Rede Globo se estruturava para tornar-se uma grande emissora de TV profissional (certo que já perseguia o domínio da audiência e tinha em mente o modelo de rede, com profissionalismo e espírito de vanguarda)³, trazendo projeto pioneiro e de inegável qualidade técnica para os padrões brasileiros de montagem e exploração do espectro. Mas, o padrão advindo com o modelo norte-americano ditava normas restritas para que o “negócio” frutificasse de forma segura⁴, justificando as políticas (parcerias, treinamentos etc) e os investimentos (acordo Time-Life) realizados. Apesar destes processos trazerem procedimentos saudáveis até os dias de hoje, pois além da grade horária confiável, programação segura, modernidade visual etc, trouxe também as bases do Protocolo de auto censura firmado pela Globo e a Rede Associada em 2 de setembro de 1971 (sim, existiu e sua leitura pode ser feita na nota de rodapé)⁵, impingindo outros de difícil escape, dadas as necessidades da produção “em série”, com esmeros técnicos na captação da imagem e som (é importante lembrar que, muitas vezes, a concorrência descuidava irresponsavelmente destes pressupostos) e os intentos de homogeneização⁶ mundial da programação, no que atualmente tornou-se conhecido como “mundo plano”⁷. E, neste sentido, Maria Rita Kehl complementa

[...] a opulência visual eletrônica criada pela emissora (Rede Globo) contribuiu para apagar definitivamente do *imaginário* brasileiro a idéia de miséria, de atraso econômico e cultural; e essa imagem glamourizada, luxuosa ou na pior das hipóteses antisséptica [...] contaminou a linguagem visual de todos os setores da produção cultural e artística que se propunham a atingir o grande público⁸.

No geral, é possível reconhecer que a pressão autoritária e vertical por revelar à audiência o modelo de um Brasil “limpo, jovem, dinâmico e pacífico”, onde tudo estava na mais “perfeita ordem” (como acreditava o general-presidente Emilio G. Médici)⁹, era de difícil não observância, dadas às distintas formas de controle, imposição e censura então vigentes. E não se tratava de controlar unicamente a comunicação realizada via emissoras de televisão¹⁰, mas sobretudo estas, dadas sua abrangência e incrustação no chamado “imaginário” popular, em virtude dos altíssimos graus de analfabetismo e baixo poder aquisitivo então já existentes. É reconhecido que todas as demais formas de divulgação do conhecimento e cultura (a “indústria” cultural) também foram atingidas. Mas, a TV foi a mais visada pela gigantesca penetração de suas mensagens em todos os estratos sociais.

Desnecessário demorar-se exaustivamente neste enfoque, mas torna-se importante pontuar a conhecida proximidade de Roberto Marinho (e, por tabela, dos seus veículos de comunicação, sobretudo a TV Globo) com o regime militar e, justamente por isto, de ascendência sobre todos os presidentes e candidatos aos cargos políticos de expressão no país. Aliás, certa ocasião, afirmava-se que o metalúrgico Luis Inácio Lula da Silva “nunca seria presidente, antes de falar com o Roberto Marinho” pois, se assim não fosse, o dono da Globo colocaria o poder da emissora contra o líder sindical (não só este, aliás, pois tal princípio era válido para todos os candidatos que, sem exceção, tiveram que pedir audiência com o “kaiser” da Globo). Mas, Lula era um político difícil para os padrões vigentes na Globo, pois era uma figura pública com imagem “complicante” para a identidade visual da Globo, por ser torneiro mecânico, atarracado, semi analfabeto, nordestino e barbudo. E um

comunista incontrolável. O concorrente Fernando Collor era o contrário: esbelto, culto e dinâmico filho do sistema (justamente o modelo então valorizado pela estética da casa). Por seu lado, um capitalista com sonhos de poder. Deve ser por isso, que o jornalista Eugênio Bucci concluiu que a Globo retratava Lula como “doença”, por causa do tratamento que este recebia do Fantástico (enquanto Collor era mostrado como “a cura”)¹¹. É desnecessário alongar-se na edição do debate de Lula pois já se conhecem detalhes das ações viciadas e não democráticas então praticadas pelo telejornalismo da emissora. Isto fica para outro momento, apesar de não conseguirmos resistir a citar a manchete que anunciava que o “Vice da Globo acha que o telejornal favoreceu Collor”, conforme estampado na Folha de S. Paulo¹².

No intuito da ilustração da estreiteza das relações da Globo com o poder federal (por sabido, antagônico ao que se verifica nos EUA, onde a mídia se pauta pelo princípio do “watchdog role”), acrescento mais um comportamento editorial que esta emissora praticou, agora nas conclusões da pesquisa realizada por Antonio de Andrade e Sandra Reimão:

[...] o quadro de relacionamento entre a TV Globo e o governo militar permitiu a ocorrência de algumas situações inusitadas como quando em meados de 1971 a Rede Globo, preocupada com os prejuízos financeiros advindos da demora na expedição dos pareceres da censura, lentidão esta decorrente da falta de equipamentos e recursos humanos no órgão federal, resolveu a emissora doar ao Departamento de Censura um moderno equipamento de vídeo, além de ceder gratuitamente profissionais habilitados para desenvolver com maior rapidez os trabalhos de verificação da programação submetida à censura prévia¹³.

Como o que nos interessa é o entendimento do grau de liberdade e espelhamento do teoricamente definível como mundo “real” nos telejornais da Globo, retornemos aos padrões editoriais que então esta emissora praticava, seguros (por já sermos pesquisadores e pós-graduandos na época) que o “cidadão comum” não estava presente

quando a emissora tratava dos assuntos que afetavam a população naquele tempo, sobretudo nos espaços que os jornalistas chamam de “o povo fala”. Como se sabe que a década de 70 foi muito importante para a expansão da indústria cultural no Brasil e os personagens simples do vasto território acabaram sendo atingidos de uma forma ou de outra pelas novas mensagens da principal emissora de TV de então, Kehl lembra que:

[...] a este brasileiro resta o consolo da festa global, resta entrar em cadeia às oito da noite pelo Jornal Nacional [...] A este homem expropriado de sua condição de ser político, resta a televisão como encarregada de reintegrá-lo sem dor e sem riscos à vida da sociedade, ao Lugar Onde as Coisas Acontecem.¹⁴

Naquele momento, a emissora entendia que era preciso criar — e amalgamar — um modelo comunicacional aceito por todos, tivessem estes posses ou não, e onde os valores e comportamentos da “modernidade” governamental riscavam de cena a realidade dos rincões da nação, substituindo estes por um “script” feito no chamado “sul maravilha”, com figurinos portados por pessoas bem vestidas e supostamente esclarecidas, desde que fossem representantes dos poderes constituídos. É útil lembrar que a ideologia de espelhamento no modelo “hollywoodiano” não se configurou como uma “dependência” brasileira (está, de fato presente na política externa norte-americana posterior à Segunda Guerra Mundial), tendo sido espalhada pelo globo e podendo ser conferida no excelente livro *Vida o filme*, de Neal Gabler¹⁵. Neste sentido, no artigo “A década do jornal da tranqüilidade”, Elisabeth Carvalho lembra que, na época

[...] no Jornal Nacional, o povo era bonito e bem alimentado. O otimismo, a idéia de um Brasil Grande e decididamente unificado, riscado da lista dos países subdesenvolvidos e agora encabeçando, graças ao ‘milagre brasileiro’, o bloco dos intermediários, quase roçando o desenvolvimento - esta era a imagem que o principal telejornal do país deveria alimentar.¹⁶

Para finalmente reconhecer que, no tocante, ao modelo estético as práticas deveriam ser bem acompanhadas. Assim, Carvalho reconhece que

[...] havia também um padrão estético a respeitar: pessoas com defeito físico, de ar miserável, sem alguns dentes na boca ou mesmo com roupas rasgadas deveriam a todo custo ser evitadas no vídeo. ¹⁷

Isto poderia ficar imperceptível para quem praticava o jornalismo na época, pois reconhece-se que os colegas que estão “no batente” não dispõem de tempo e instrumentos (muitas vezes, nem disposição) para dedicar aos estudos mais aprofundados das características e relações (de toda ordem) dos processos da produção de notícias na TV. Ressaltamos que seria muito útil para “clarear” o território se os telejornalistas da “prática” estivessem mais próximos das escolas, pois tanto os que estão “no dia-a-dia” quanto os acadêmicos fazem parte de uma única sociedade, podendo aliás, ajudar na compreensão dos modelos e opções aplicados, como fazem muitos profissionais nos EUA que, volta e meia, vão à universidade para realizar amplas “revisões” das práticas em que se envolvem.

Ressalta-se que não se trata de simplesmente colocar “frente-a-frente” profissionais e acadêmicos, numa situação de confronto “pugilístico” e desconfiança motivada por pura “manha” de acadêmicos e indiferença dos profissionais -e, por isso, ineficiente-, mas de trazer luz ao entendimento das questões afeitas à área e à sua história. Serena e responsabilmente, pois se entende que as inquisições (via de regra, “ideológico-doutrinárias”) e os paredões (geralmente políticos) não funcionam. Aliás, reconhece-se - e mesmo, destaca-se - a pertinência do que o escritor realista francês Flaubert escreveu ao afirmar que “os críticos escrevem críticas porque são incapazes de serem artistas, assim como um homem inabilitado para o uso de armas se transforma em espião da polícia”¹⁸.

Atentos às armadilhas deste viés, e de forma pró-ativa, mas principalmente consciente que os colegas que atuam no jornalismo de TV geralmente são avessos a revelar “às câmeras” e registrar as versões (no que chamaríamos de o “jornalista

fala”) sobre suas atuações nos momentos difíceis e recentes do país, e ainda quando docente da ECA/USP, Squirra propôs ao incansável jornalista (e ex-diretor do Globo Repórter em S.Paulo), Georges Bourdoukan parceria para focar no relato das experiências dos jornalistas de TV em S.Paulo (não necessariamente da Globo). Tal empreitada rendeu a obra *Memórias-Telejornalismo I*¹⁹, que inicialmente tinha por alvo entrevistar cerca de 70 colegas jornalistas de TV, escolhidos por terem participado dos momentos importantes da história do telejornalismo, mas que foi encerrada em tempo precoce por causa do afastamento de Squirra daquela instituição. Na obra estão registradas algumas experiências (nem sempre charmosas) das práticas no telejornalismo recente em nosso país.

Voltando ao ponto anterior, é necessário lembrar que nas décadas passadas, a academia (recém saída do expurgo do AI-5) compreendia pouco a indústria da cultura (sobretudo a de massa) em nosso país e devotava pouco tempo ao entendimento da prática do telejornalismo. Visando contornar isto, muitas teses e dissertações foram estimuladas nas universidades. Dessa forma, e instigado pela hegemônica presença da Rede Globo na vida dos brasileiros, Squirra descobriu que, no Brasil, a idéia vastamente divulgada e pouco questionada de que “o Brasil tinha a 4ª. maior rede de TV do mundo” merecia maior atenção e contextualização. Este pôde relatar os achados sobre o assunto quando dedicou expressivo tempo em pesquisa no jornal *The New York Times*, existente nos arquivos da Universidade de Michigan (EUA), onde ficou vários meses pesquisando o modelo de âncora da TV norte-americana. Os microfilmes revelaram que a matéria original, com o título ‘*On TV, Brazil is getting a clearer picture of itself*’, assinada pelo correspondente deste jornal no Brasil, Alan Riding é,

[...] ‘tout court’, um relato da história da Globo como empresa de avassalador sucesso local e de Roberto Marinho como empresário de projeção. Relata ainda, sua adesão aos generais-presidentes, seu apoio a determinados políticos -não esquecer que aquele foi um ano de eleições, e Marinho declarou apoiar Tancredo Neves no Colégio Eleitoral -, sua

trajetória como herdeiro do jornal ‘O Globo’ e a estrutura da Rede Globo. Todavia, no subtítulo ‘Competição é superada’, o jornalista afirma que: “.. o segredo do sucesso do Sr.Marinho foi colocar a Globo como a 4a. maior companhia de televisão comercial no mundo, depois das três redes americanas”. E o motivo para isto parece ser a bem sucedida operação de vendas dos romances seriados para mais de 90 países, com lucro de 15 milhões de dólares (na época). Este valor se estabilizou em torno de 20 milhões de dólares, mas representou sempre um valor pequeno perto do faturamento de cerca de 700 milhões de dólares do grupo²⁰.

Isto posto, Squirra aproveitou para acrescentar a continuidade da reflexão, contida no *paper* acima referido, apresentado em encontro internacional realizado no Rio de Janeiro:

Entretanto, a conquista do mercado internacional, de irrecusável sucesso empresarial aliás, por si só não justificaria colocar a Rede Globo como a 4a. estrutura de TV no mundo. E isto depende do ponto de observação. Se for olhado do ângulo do número de integrantes ou de audiência cativa, outras estruturas de TV mundiais, como a rede soviética, chinesa, mexicana ou indiana são seguramente tão ou mais significativas que os da Globo. Por exemplo, o ‘Vrêmia’, principal telejornal Soviético tinha 4,5 vezes mais audiência que o ‘JN’: 180 milhões de telespectadores contra 40 milhões do ‘Jornal Nacional’. De outro lado, a abrangência mundial total da BBC certamente supera a da Rede Globo. A revista *Veja* informou em 31 de julho de 1991 que se comparada à Televisa, a Globo era superada em muitos pontos: quase a metade do número de funcionários; 1/4 do número de horas de programação produzidas no ano; 110 milhões de telespectadores para a Globo contra 400 milhões para a mexicana e outros. A Globo ganhava em número de países para os quais exportava seus dramalhões: 128 contra 55 e no faturamento: 600 milhões de dólares para a

Globo e 530 para a Televisa. É preciso despertar para o fato de que a notícia em questão foi disseminada pela força que o grupo Globo tem no país.

Quer dizer, tanto na pesquisa quanto na matéria da *Veja*, a afirmação de que a Globo era a 4ª. rede mundial não se sustentava requerendo, exatamente por causa da adesão inquestionada, parametrizações “de fora”, com olhar(es) isento(s) e análise(s) não “apaixonada(s)” e fria(s) para entender os fenômenos e processos que se analisa. No caso em foco, o telejornalismo e a emissora que o acomoda, mercadologicamente têm inequívoca necessidade de “imagem” pública positiva, pois esta lhes rende dividendos e reconhecimento juntos aos anunciantes e garantia de audiência, que no *paper* anteriormente indicado destacava ainda que

A extensa difusão realizada e a acolhida deste fato, mesmo pela mídia não pertencente ao grupo, fizeram com que muitos acreditassem no que ouviam e confirmassem que “o próprio New York Times reconheceu isto”. E virou verdade, tornando-se mais um estereótipo que os brasileiros costumam oralmente transmitir e confiar.

Este é o desenho do “pano de fundo” desta empresa de comunicação que, como qualquer outra instituição, precisa da máxima eficiência no seu “cardápio” de produtos (e do seu corpo de fiéis trabalhadores, ordeiramente realizando suas atribuições com total profissionalismo, e via-de-regra, com muita “fé” na empresa) para realizar o “negócio” em que a mesma se estrutura. O “produto” telejornal sempre foi parte importante para atingir e consolidar o planejamento da empresa — quer fossem os objetivos financeiros (venda dos espaços publicitários mais caros), culturais (pasteurização da cultura nacional e regional, colocando todos na “grade”, logo depois das novelas) mas, sobretudo os de ação política (destaque para os fatos que interessam). Por isto tudo, é linear entender a histórica opção da Globo pelos representantes das elites quando da veiculação dos fatos nos telejornais da emissora no momento das Diretas-Já (que rendeu à emissora o ainda ecoante ‘fora

Rede Globo, o povo não é bobo’). Como nas demais organizações capitalistas, a Rede Globo (não só ela, é óbvio) usou seu poder para projetar os poderosos que precisavam de exposição (nesta questão, sempre chamou a atenção a insistência da Globo em veicular continuamente as ações do “coronel” baiano, Antonio Carlos Magalhães, amigo pessoal do dono da Globo e fiel escudeiro do mesmo quando ocupou ministérios em Brasília). Assim, a proximidade com os governos federal, estadual e municipal, peça estratégica para as ações dos *lobbies* nas esferas econômico-políticas²¹ “azeitava”, então, a relação do detentor da concessão, comprometendo-o na direção do lamentavelmente praticado “uma mão lava a outra”²². Dessa forma, e neste contexto, tornava-se impossível a presença dos brasileiros da “base da pirâmide” nos telejornais da emissora (em nome de quem, aliás, o presidente confere a concessão para a exploração do canal), que tinha padrão estético e editorial rígido e de exclusão social como linha demarcatória de ação²³. Reforçando esta evidência, em artigo na Folha de S.Paulo de 26 de abril de 1995, o filósofo Renato Janine Ribeiro concluiu que “a ficção da Globo é mais jornalística e o jornalismo mais ficcional do que parecem ser”²⁴. Em outra ocasião, como relata Nelson de Sá, a Globo usou o Globo Repórter para defender a pena de morte²⁵, em tendenciosa edição que mais parecia campanha por este tipo de radicalismo.

Manter o foco nestes casos revela o esforço de intelectuais e pesquisadores em desmitificar os meios de comunicação de massa, sem negar-lhes a importância e ações construtivas que também realizam. Mas, é impossível vender os olhos e anestesiar a memória quando se trata de encarar corajosamente as ações tortas e egocentradas praticadas pela Rede Globo, centradamente no período em destaque. Como empresa de capitalismo pleno esta visa o lucro e sua manutenção no mercado via consolidação dos seus produtos. Para atingir isso, a emissora arma-se do mais amplo e sofisticado conjunto de recursos (técnicos e humanos), competência e estratégias, lutando incessantemente para a consolidação de seus índices e principalmente a maximização do lucro do seu empreendimento.

Mas, imaginar que esta empresa não tenha atuado de forma intencionalmente direcionada no trato e seleção das pautas e personagens que tiveram espaço e voz

nos seus telejornais é enorme ingenuidade e desconhecimento. Durante bom tempo (e ainda hoje) a emissora teve acesso privilegiado aos meandros do poder, tendo acolhido, inclusive, um Diretor de Jornalismo indicado pelo próprio Collor, que passou então a ter um canal aberto com o principal telejornal do país.

Com estas (e as demais) reflexões é justo entender que nas décadas de 1970, 1980 e 1990 os telejornais da Rede Globo selecionaram e abriram seus canais de forma praticamente exclusiva para os engravatados representantes de todas as formas organizadas de poder, fossem elas políticas, econômicas, esportivas, culturais, empresariais etc. Importante ressaltar que, pressionada pelo sucesso do modelo do *AquiAgora*, a pauta jornalística da Rede Globo acabou sendo alterada, acomodando fôrma que passou a contemplar, no final dos anos 1990 e seguintes, enfoques editoriais baseados no mundo plural que existe fora dos gabinetes oficiais e das “ilhas sociais” das elites. Esta “correção” no rumo editorial apareceu primeiro no *Fantástico* e hoje permeia as pautas dos telejornais, tornando-os mais refletores da realidade dos agentes sociais do país. Todavia, deve-se reforçar que, durante longo tempo o que se via nos telejornais da Rede Globo eram os representantes do que se poderia chamar de “sistema” organizado, ficando às moscas o grande contingente de brasileiros despossuídos de bens e projeção, justamente aqueles que, de uma forma ou outra, constituem majoritariamente a nação. É ainda pertinente indicar que a cultura de uma nação se constrói com o resgate histórico dos passos que esta praticou, nos diferentes segmentos da sua produção, trajetória, vida e embates sociais, justamente onde os propósitos acordados por seus cidadãos se matizam.

Assim, não se trata de simplesmente “demonizar” a emissora (aliás, o que a Globo praticamente fez com o ator Guilherme Pádua, conforme concluiu Hamilton dos Santos, no jornal *O Estado de S. Paulo*)²⁶, que também realizou obras de expressão, mesmo nos seus telejornais. O que se procura é não render-se à “demonização invertida”, aquela supostamente da “santificação” da emissora e dos seus padrões de produção de noticiários, que piamente apregoaria que durante sua existência a Rede Globo tenha sido um “convento de monges budistas”, local onde não se faz escolhas (afinal, a atuação jornalística não é “política”?) e sistema que

aplica amplos e cuidadosos métodos de equilíbrio e isenção na abordagem e veiculação das pautas e seleção dos agentes sociais falantes. Aliás, impossível acreditar que o jornalismo seja apartidário e isento, como costumavam pregar alguns docentes da área no passado. Nesta direção, é sempre bom lembrar as múltiplas possibilidades da captação e edição de entrevistas e fatos e as incontáveis possibilidades de descontextualização das narrativas reais. Todos sabem que existem nuances na dosagem e aprofundamento das pautas, mesmo nos telejornais com fortes e equilibradas preocupações editoriais. Aliás, é saudável resgatar o caso Proconsult (eleição carioca de 1988), ainda presente na memória de muitos.

Além disso, reconhece-se que as tendências (*biases*) editoriais não representam novidade, nem são tipicamente brasileiras. Seguramente por isso, Armando Nogueira o editor-chefe do Jornal Nacional por longo período, afirmou que a “TV é um veículo solidário com o poder dominante”²⁷. Ainda nesta mesma entrevista, Nogueira admite que “Nós não dizemos que o governo está bom, só não dizemos que o governo está ruim”, apesar de ter afirmado à revista *Veja* que “nós jornalistas temos tendência à sinistrose incoercível”²⁸. Além disso, uma manchete da *Folha de S.Paulo* advertia que um jornalista do JN (Alexandre Garcia) que aparecia diariamente nas telas, tornara-se “parte” do governo²⁹. Decididamente, na época da “sociedade do conhecimento” não se pode negar os fatos, seus personagens e a história.

Por último, é sinal de saúde mental descartar a idéia que, nos processos internos de produção de notícias e telejornais, a Rede Globo tenha publicado regras explícitas quanto à seleção de entrevistados e populares que deveriam aparecer - ou não - nos seus telejornais. Aliás, seria ingenuidade das grandes supor que alguém expressaria isto de forma clara, mesmo que oral e restritamente. Mas, que a tela da Globo foi palco exclusivo para os “WASPs” nativos, isto foi, como aliás, constataram os pesquisadores norte-americanos Michale Leslie (University of Florida) e William Barlow (Howard University) no paper *Illusion and reality on commercial television: A comparizom of Brazil and the U.S*, apresentado no Congresso Anual da ICA-*International Communication Association*, realizado na cidade de Chicago,

em maio de 1991. Neste estudo, Leslie e Barlow concluem que, apesar de na época os negros e pardos representarem 46% da população (cf. dados do Censo de 1987) e depois de citar obra de Muniz Sodré³⁰ este contingente social está presente na tela da Globo em a) 7% da publicidade; b) 6% do noticiário, c) 6% nos assuntos esportivos e d) 6% das telenovelas, totalizando só 9,5% no conjunto das categorias. E, mais preocupante, sempre que apareceram no noticiário, no quadro *Black roles on Rede Globo*, estes autores indicam que os negros e pardos estavam relacionados com crimes em 76% do tempo exposto e só 24% em situações “positivas”.

Por isto tudo, entendemos ser inevitável —e frutífera— a contínua necessidade do resgate da história do telejornalismo brasileiro. Mesmo que isto seja dolorido e de difícil aceitação para alguns, pois sociedades democráticas e estáveis se constroem com a valorização das boas e afirmativas práticas realizadas, mesmo que outras empanem —em certos momentos— seus atores, embotando-os aqui ou ali, mas servindo como exemplos para focagem “iluminista” na área. Isto se faz com cuidadoso estudo, reflexão, mas sobretudo, coragem e a partir do resgate e da contextualização históricos, contribuindo para evitar que a falta da memória ‘canonize’ os responsáveis pelos eventuais desvios praticados e os desmandos do projeto editorial das empresas concessionárias. Afinal, como Maria Rita Kehl destaca, não se trata de “afinar o coro dos descontentes de acordo com o tom ditado pela minoria satisfeita”³¹, mas de encarar a história sem histrionismos de qualquer espécie.

NOTAS

¹ Carvalho, Elisabeth. “A década do jornal da tranqüilidade”. *Anos 70-5. Televisão*. Rio de Janeiro: Europa, 1980, p.37.

² Kehl, Maria Rita. “Um só povo, uma só cabeça, uma só nação”. In *Anos 70-5. Televisão*, p.12.

³ Vale resgatar o grande jornalista norte-americano Edward Murrow, que alertava que a “TV pode ensinar, pode iluminar o caminho do homem, sim, pode inclusive iluminar o homem. Mas ela só pode cumprir estas tarefas se o homem manipulá-la

nestas direções. De outra forma, ela se tornará somente ondas e luzes numa caixa”. Ver em S. Squirra. *Boris Casoy, o âncora no telejornalismo brasileiro*. Teresópolis: Vozes, 1993, p.9.

⁴ Inclusive de “auto censura” (ver nota seguinte), cf. o “Protocolo de auto censura de programação, assinado pela Rede Globo de Televisão e a extinta Rede Associada de Televisão. Revista Intervalo, 02/09/1971.

⁵ O documento estava assim redigido: “As direções da Rede Globo de Televisão e da Rede Associada de Televisão decidiram redigir e assinar o seguinte protocolo, a partir desta data: 1 - Fica expressamente proibido: a) Apresentar, em qualquer programa e sob qualquer pretexto, pessoas portadoras de deformações físicas, mentais ou morais; b) Apresentar quadros, fatos ou pessoas que sirvam para explorar a credence ou incitar a superstição, bem como falsos médicos, curandeiros, ou qualquer tipo de charlatanismo; c) Apresentar, de forma sensacionalista, ou vulgar, temas de ordem científica; d) Provocar ou permitir polêmicas, falsas ou verdadeiras, entre profissionais de diferentes emissoras de tevê; e) Promover a apresentação de quadros ou concursos, com ou sem prêmios, nos quais se explore, sob qualquer forma ou pretexto, a miséria, a desgraça, a degradação e a tragédia humanas; f) Promover concursos que tenham por objetivo a escolha e premiação de animais, salvo em números circenses ou quando se refiram à competições legalmente reconhecidas e dentro das condições aceitas pela Sociedade Protetora de Animais; g) Promover a apresentação de números que possam, de qualquer forma, pôr em risco a integridade física do público presente ao espetáculo, bem como promover concursos que exponham a risco a integridade física dos participantes, não profissionais; h) Fazer a promoção de temas, assuntos ou pessoas que não serão realmente apresentados nos programas, ou cuja apresentação, sabidamente, se fará ou terá de ser feita de forma diferente da anunciada; i) Apresentar, explorar, discutir ou comentar de forma sensacionalista, ou depreciativa, problemas, fatos, sucessos, de foro íntimo ou da vida particular de qualquer pessoa. 2 - As duas redes de televisão se comprometem, ainda, a cientificar convidados, participantes eventuais e artistas ou personalidades não contratadas, dos termos das obrigações da emissora face ao Código Brasileiro de Telecomunicações e demais normas legais,

fazendo-os responsáveis pelas infrações que venham a cometer. 3 - O presente protocolo permanecerá em vigor até a assinatura do Código de Ética da Televisão Brasileira”. In Revista *Intervalo*, 02/09/1971.

⁶ Neste sentido, vale a pena destacar o livro de George Ritzer, *The McDonaldization of society*. Newbury Park: Pine Forge Press, 1993.

⁷ Vale consultar a obra *O mundo é plano*, de Thomas Friedmann. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

⁸ Op.cit.

⁹ Conforme Elisabeth Carvalho, a frase, dita em 22/03/1973 foi “Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranqüilizante, após um dia de trabalho”. “A década da tranqüilidade”. *Anos 70-5.Televisão*, p.31

¹⁰ São muitos os relatos das ações da censura em novelas da Rede Globo, como Roque Santeiro, Selva de pedra, Despedida de casado etc..cf. reportagens no Jornal do Brasil em 24/12/1976; *Veja* de 16/08/1972 etc.

¹¹ Bucci, Eugênio. *O peixe morre pela boca*. São Paulo: Página Aberta, p. 75

¹² “Vice da Globo acha que o telejornal favoreceu Collor”. *Folha de S.Paulo*, Diretas 89-Eleições Presidenciais, 17/12/1989, p. B-8

¹³ Andrade, Antonio e Reimão, Sandra. “Meio século de censura no cinema e na televisão brasileira”. Curso de RTV da Faculdade de Comunicação Multimídia da Universidade Metodista de S.Paulo, 2005.

¹⁴ Op.cit., p.11.

¹⁵ Gabler, Neal. *Vida o filme*. Como o entretenimento conquistou a realidade. S.Paulo: Cia das Letras, 1999.

¹⁶ Carvalho, Elisabeth. “A década do jornal da tranqüilidade”. In:*Anos 70-5.Televisão*, p.33-34.

¹⁷ Idem, *ibidem*.

¹⁸ “Wilson, um autor alcoólatra”, resenha do livro *Gore Vidal: de fato e de ficção*. *Folha de S.Paulo*, 21/02/1987, p. A31. Também está na obra *United States-Essays 1952-1992*, de autoria de Gore Vidal. Nova York: Random House, 1993. p. 277.

¹⁹ Squirra, S. *Memórias do telejornalismo* 1. São Paulo: Editora da ECA/USP, 1997.

²⁰ Squirra, S. O telejornalismo brasileiro num cenário de competitividade. Paper apresentado no I Encontro Internacional de Jornalismo de Língua Portuguesa, no Rio de Janeiro, novembro de 1994, p. 2-3.

²¹ Uma nota no Painel da *Folha de S.Paulo* afirmava que “A Rede Globo foi autorizada por sua direção a mencionar em seus noticiários a existência e o crescimento, entre os constituintes, da corrente favorável a um mandato de quatro anos para Sarney”. *Folha de S.Paulo*, Painel, 18/02/1988, p. A-4.

²² Vale resgatar o momento em que Roberto Marinho incluiu no JN um editorial sobre o PFL, cf. manchete “Editorial sobre o PFL causa falhas no JN”, *Folha de S.Paulo*, 26/09/1987, p. A-28.

²³ No que Paulo Francis chamou de “liaisons dangereuses”, onde “em TV se representa estereótipos que o público possa logo identificar sem o menos esforço mental”, cf. *Folha de S.Paulo*, 21/05/1987.

²⁴ Ribeiro, Renato J. “Globo faz ficção jornalística e jornalismo ficcional”. *Folha de S.Paulo*, 26/04/1995, p. 5-7

²⁵ Sá, Nelson de. “Globo faz especial pela pena de morte”. *Folha de S.Paulo*, Brasil, 16/01/1993, p. 1-11.

²⁶ Santos, Hamilton dos. “O Globo Repórter utiliza a inquisição como marketing”. *O Estado de S.Paulo*, Telejornal, 24/01/1993, p. 2.

²⁷ “Para Nogueira, TV é um veículo solidário com o poder”. *Folha de S.Paulo*, Televisão, 10.07.1988, p. D-4

²⁸ Páginas Amarelas, *Veja*, 31.07.1991, p.9

²⁹ Bucci, Eugênio. “Alexandre Garcia vira porta-voz oficioso de Collor”. *Folha de S.Paulo*, Ilustrada, 11/03/90, p.E6

³⁰ Sodrê, Muniz. “O negro e os meios de informação”. In *Revista de Cultura Vozes*, v. 73, n. 3, 1979,

³¹ Cf. texto de Antonio Reis Jr. Aruanda, p. 2.

O rádio, a Universidade e o “seguir além”
na mídia-educação

The radio, the university and the “going
beyond” on media-education

Carly Batista de AGUIAR

Jornalista, Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação
da Universidade de Marília – Unimar – Marília/SP – Brasil

E-mail: cbdaguia@uol.com.br

RESUMO

O artigo relata uma pesquisa exploratória sobre o potencial do rádio para a disseminação de materiais educativos a respeito dos próprios meios de comunicação. Ao mesmo tempo, constitui uma reflexão sobre a abordagem das relações entre a mídia e a educação, no âmbito da formação universitária do jornalista. Comenta aspectos do processo de criação de programas radiofônicos, nos quais foram utilizados recursos do rádio-jornal, e discute sua conveniência para a produção e partilha de conhecimento sobre a estrutura, funcionamento e relevância social dos meios de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: mídia – universidade - mídia-educação - formação do jornalista - rádio - rádio educativo

ABSTRACT

This article reports an exploring research on the radio potential in order to spread educational data about the own means of communication. Simultaneously, it constitutes a reflection on the approach about the relations between media and education, inserted on the journalist formation in college. It comments on aspects from the process of creation of radio phonic programs in which resources from radio news were used, and argues about its convenience for the production and division of knowledge about the structure, operation and social importance on the means of communication.

KEY WORDS: Media-university; media-education; journalist formation; educational radio.

Introdução

A formação universitária do jornalista poderia ser uma base importante para a articulação e disseminação de conhecimento útil ao desenvolvimento de uma consciência crítica sobre as relações entre os meios de comunicação e a educação? A questão é abordada aqui através do registro de uma investigação teórico-prática, centrada na produção experimental e difusão de material radiofônico, que teve como receptor-alvo os professores do ensino fundamental e médio, mas considerou, ainda, a audiência integrada pelo público diversificado de uma emissora de Rádio FM.

O estudo, que envolveu quatro programas radiofônicos, é parte de uma pesquisa mais ampla sobre a apropriação dos meios de comunicação, no espaço escolar, compreendido pelo ensino básico, e a respeito da criação de ambientes de reflexão e de práticas envolvendo a temática das relações entre a mídia e a educação, no âmbito da graduação e da pesquisa em jornalismo.² Os programas foram concebidos em investigação conjunta com alunos do último semestre do curso³. Eles participaram das discussões, nos planos conceitual e prático do estudo como um todo, e se incumbiram de produzir os programas, que foram veiculados pela Rádio Universidade FM (emissora da Universidade Estadual de Londrina (PR) no final de 2003.

O fio condutor dos termos da pesquisa mais geral foi a busca de uma idéia, que pode ser apresentada como “apropriação cultural crítica”. Perseguiu-se um enfoque que ultrapassasse a preocupação com o diagnóstico dos processos de recepção dos produtos simbólicos, produzidos e veiculados pelos diversos meios de comunicação modernos. Adotou-se esta noção para indicar a pretensão de ampliar a abordagem das interações entre comunicação e educação, para além do questionamento pontual da recepção (por parte de crianças e adolescentes) daqueles

produtos, subordinado à pretensão do uso desses, como materiais didáticos ou como ferramenta auxiliar de ensino na atividade educativa regular.

Não se nega a importância e a legitimidade desse diagnóstico, na avaliação do potencial dos meios de comunicação como recursos para a ministração de conteúdos, na educação formal. Mas, aponta-se sua insuficiência, frente à necessidade de conhecimento das implicações mais profundas, que esses meios aportam à vida contemporânea, incluindo-se o desafio da ampliação e consolidação do poder comunicativo da sociedade em face do poder da mídia.

Há que se reconhecer a utilidade dos esforços para vincular a mídia ao ensino de diversas matérias e que material teórico e prático de valor tem sido produzido a partir dessa abordagem instrumental, cuja importância é inegável na formação de professores⁴. Mas há também, que admitir a persistência da necessidade em pensar a existência, o funcionamento e o impacto dos meios de comunicação, na vida de pessoas de diversos segmentos da sociedade, sob uma perspectiva culturalmente formadora mais abrangente.

Pretende-se argumentar que a idéia de apropriação cultural crítica contribui para o atendimento desta necessidade, porque aponta para o processo de apreensão de significados, valores e práticas presentes, agregados, ou, de algum modo, apresentados ou representados na mídia. De que modo? Perscrutando, configurando e circunscrevendo tal processo como gerador, ou articulador, de posicionamento ativo, ou potencialmente ativo, em face dos conteúdos simbólicos e formas de ação e organização dos meios de comunicação.

Inclui-se, nesta perspectiva, uma aspiração de resposta dos receptores, que redunde em ação significativa, diante dos mecanismos sócio-político-culturais definidores dos modos de existência e funcionamento das instituições geradoras de tais artefatos e não apenas um consumo de formas e conteúdos, que não leva em conta seu processo de produção. Desse modo, aponta-se para um potencial de apreensão crítica, capaz de mobilizar ambientes não formais, e inclusive informais, de prática educacional qualitativamente interventora no funcionamento dos meios de comunicação. Com isso, justifica-se a pretensão de um “seguir além” da visão

instrumental dos meios de comunicação, vistos apenas como “ferramentas”, ou provedores de materiais, para o ensino de conteúdos disciplinares.

O pressuposto fundamental desta investigação é o de que os cursos de graduação em jornalismo apresentam condições de possibilidades de contribuir, significativamente, para o esforço de reflexão acadêmica no campo do estudo das relações entre comunicação e educação no patamar indicado. Seriam, tais condições, equiparáveis, guardadas as devidas proporções (já que se trata de níveis diferentes de formação), às que existem em programas de pós-graduação *lactu* ou *strictu sensu*? Sabe-se que a pós-graduação tem aportado contribuições reconhecidas aos estudos nesse campo, no Brasil e na América Latina⁵, mas não se pode dizer o mesmo da graduação, principalmente no campo da Comunicação.

Estas notas não se propõem a encarar a mídia-educação em termos de avaliação acadêmica, comparativa em si mesma, o que requereria um outro tipo de abordagem, mas, convidam o leitor a inserir a graduação como parceira legítima do esforço intelectual, compreendido pela temática.

Parte-se do princípio de que, se a pós-graduação é, naturalmente, o espaço com maiores possibilidades de sistematização de conhecimento construído, a graduação em jornalismo, na medida em que visa a formação profissional, permite um contato mais direto com os processos produtivos de materiais para a mídia, o que abre maiores chances para a experimentação técnica no contexto dessa temática. E uma experimentação informada por um projeto educativo cultural e, socialmente contextualizado, abriria caminho para uma adequada inserção da temática da mídia-educação na formação do jornalista. Espera-se que, ao longo desta notas, esta suposição seja adequadamente referida.

Quanto à escolha do rádio, como objeto empírico da investigação, cabe destacar seu potencial para ações culturais educativas, teoricamente fundamentadas, sobre os meios de comunicação, no âmbito do ensino de jornalismo, sobretudo, devido ao fato de que este meio, comparado aos impressos e à televisão, requer menor dispêndio em custos de produção. Como este tipo de ação educativo-cultural

tende a ter um caráter de produção alternativa, do tipo artesanal, haja vista a insuficiência de investimento significativo nas práticas laboratoriais dos cursos de jornalismo, em geral, no Brasil, a observação dispensa explicações, para os que conhecem a realidade do ensino neste campo profissional.⁶

1. Questões e preocupações...

As perguntas específicas para as quais se buscou resposta, na presente pesquisa, foram: em primeiro lugar, de que modo, cuidando para evitar o risco da busca de especialização precoce, envolver estudantes de graduação em jornalismo com a temática, aqui sintetizada na expressão “mídia-educação”? Como fazê-lo a partir de um tratamento, ao mesmo tempo, reflexivo e prático? E, além disso, como fazer, concretamente, “mídia-educação”, no rádio, atentando tanto para o fato de que, neste “fazer”, não estariam atuando comunicadores profissionais ou educadores, mas estudantes, também eles envolvidos na aprendizagem da comunicação? Que referenciais teóricos e metodológicos utilizar para que houvesse um ganho, efetivamente formador, para os estudantes?

Outras preocupações disseram respeito à audiência. Como atingir, além do público-alvo específico, já mencionado, um contingente mais diversificado de pessoas, ocasionalmente formado pelos ouvintes de uma emissora de rádio? E, além desse, como atender o público especializado, ou em vias de sê-lo, constituído pelos profissionais de jornalismo e estudantes desta área, ou ainda, aquele formado por estudantes de licenciaturas em geral. Estes últimos, dever-se-ia reconhecer, também estão distanciados da reflexão sobre as interseções entre a mídia e a educação, em razão da precariedade ou da ausência da abordagem do assunto em seus cursos.

Antes de prosseguir, é necessário reter dois apontamentos. O primeiro diz respeito à noção geral⁷ sobre a perspectiva das relações entre mídia e educação, norteadora deste trabalho, apresentada resumidamente, dados os limites deste relato. Mídia-educação é vista aqui como reflexão e ação sistematizadas sobre linguagens, estrutura e modo de funcionamento dos meios de comunicação, perseguindo o que

vem sendo denominado, como apropriação crítica das formas culturais, processos e produtos desses meios.

O segundo apontamento refere-se ao teor de qualidade, constituinte da idéia de apropriação aqui evocada. Inserida em um foco distintivamente avaliador, no sentido da formação de um pensamento que resulte da análise, da argumentação e da formação de um juízo, a apropriação crítica, é entendida, ao mesmo tempo, como meio e como fim de uma ação, particularmente, educativa, mas também cultural e socialmente conseqüente. Como meio, inclui a articulação e geração de conhecimento útil para uma recepção reflexiva sobre os produtos simbólicos da mídia no seu contexto complexo. Como fim, visa a constituição e implementação de formas ou instrumentos democráticos de ação, que possam integrar uma espécie de poder (na realidade, mais um contrapoder) comunicativo a ser exercido em favor do conjunto dos segmentos da sociedade.

Esta última aspiração pode parecer ingênua, dada a dimensão da espécie de poder exercido por aqueles setores controladores do fluxo de informações e da natureza da oferta de entretenimento nos meios de comunicação. Contudo, parte dessa feição de impossibilidade diminui quando se atenta, por exemplo, para a expansão recente de iniciativas, que vem sendo postas em prática no interior dos chamados sistemas de responsabilização da mídia. Isto é, quando se nota a variedade de formas, que constituem o que Bertrand (2002) chamou de “arsenal da democracia”. Ou seja, aqueles instrumentos “capazes de incitar a mídia a cumprir adequadamente o seu papel, entendido como o de servir, efetivamente, o público, contribuindo para o aperfeiçoamento da sociedade”.

Certamente, tais iniciativas aparentam modéstia, pelas limitadas possibilidades efetivas de influir sobre a gestão dos meios de comunicação postas ao alcance dos membros da sociedade. Afinal, se reduzem ao plano das ações indiretas, o da ampliação da influência. Contudo, sua importância é decisiva como ponto de partida para o processo de democratização da mídia⁸, o que, por sua vez, definitivamente, não pode ser subestimado.

Embora, não se possa, aqui, tratar em profundidade o campo da mídia-educação, enquanto tal, cumpre chamar a atenção para o fato de que, tanto a teoria, quanto a prática, nelas circunscritas, carecem, sim, de uma perspectiva que considere as contribuições de outras áreas de reflexão, mas, não perca de vista a sua especificidade, seja na delimitação de problemas, seja na busca de soluções.

Enfatiza-se, antes de tudo, a necessidade de encarar os meios de comunicação a partir da sua identidade, como forma de produção cultural, da contemporaneidade, considerando, porém, as implicações sócio-econômico-culturais constitutivas do seu funcionamento. Portanto, não se trata, de abordar a utilização de produtos simbólicos desses meios apenas como materiais didático-pedagógicos, para ensino de conteúdos em geral, abstraída a sua feição mais abrangente. Ou seja, ignorando os elementos que os engendram em formas culturais, práticas sociais, atividades econômicas e assim por diante. Requer-se a geração de conhecimentos, que incluam operações de interpretação e deciframento de mensagens veiculadas por esses meios de comunicação, para fins educativos diretos ou imediatos, fruição ou rejeição dos seus produtos simbólicos, mas, é fundamental que se siga adiante.

Esse “seguir adiante” é a incorporação dinâmica e contextualizada de significados, práticas e valores que potencializem formas de intervenção no funcionamento do sistema de meios de comunicação modernos, com impacto efetivo não só sobre os produtos simbólicos, mas também sobre as estruturas que os tornam realidade.

Desse modo, três dimensões, propriamente educativo-culturais, resultam incluídas na concepção norteadora desta pesquisa. A primeira é aquela que engloba objetivos vinculados ao estudo da recepção e geração de produtos simbólicos **da** e **para** a mídia, percebidas no seu contexto complexo, como parte da formação intelectual de crianças e adolescentes, em âmbitos que a literatura descreve como educação formal, não formal e informal.⁹ A segunda dimensão envolve atividades que podem ser referidas como práticas voltadas para a educação permanente ou informal daquelas pessoas, que a partir de sua identidade pessoal ou profissional, estão em condições de atuar como mediadores da apropriação que crianças e adolescentes fazem dos produtos e processos da mídia.

Fala-se, nessa segunda dimensão, de educação permanente — um termo talvez preferível — a educação informal, para qualificar a apropriação dos produtos da mídia, por pessoas localizadas em, pelo menos, três planos diferentes: 1) no primeiro, mencione-se o educador, institucionalmente investido nesta função. Para este, a mídia-educação, além de representar um aporte na sua existência particular, pode produzir um impacto significativo na sua prática docente cotidiana e ao longo de sua vida profissional; 2) no segundo plano, mencione-se a família, vista como potencialmente mediadora da apropriação que crianças e adolescentes fazem dos mesmos produtos e 3) e mencione-se o receptor adulto, em geral, não envolvido diretamente com a educação ou quaisquer atividades culturais, formal ou institucionalmente estabelecidas.

A terceira dimensão articula-se com a busca pela consolidação e ampliação da cidadania democrática, que, atualmente, não pode prescindir de políticas públicas voltadas para a garantia do exercício de direitos de decisão sobre os bens culturais em geral, direitos esses que vão, da tomada de posição, no tocante a escolhas relativas à produção (incluída a avaliação de sua qualidade e pertinência), à tomada de posição quanto à distribuição desses bens.

Mídia-educação é, então, aqui pensada como uma dinâmica, orientada e orientadora da compreensão profunda dos sentidos e das referências dos meios de comunicação, condição essencial para a transformação de um certo tipo de receptores. Isto é, daqueles que o desejarem, porque aceitaram o desafio de assumirem-se como avaliadores críticos e parceiros na construção de ferramentas democráticas, institucionalmente respaldadas, de intervenção social no exercício do poder, historicamente mal regulado, dos que controlam, política, econômica e culturalmente a mídia.

Vale acrescentar ainda que, para além dos ganhos que podem ser obtidos em acréscimos pontuais ao patrimônio intelectual de cada um dos segmentos envolvidos, é legítimo defender a idéia de que a mídia-educação, a partir do horizonte aqui apresentado, constitui educação cultural e popular em ângulo essencial da construção,

ampliação e consolidação da cidadania democrática. Isto, sobretudo, por causa da centralidade da mídia na vida pública contemporânea.

Mas, o que significa abordar, tanto de forma teórica, quanto prática, a mídia-educação no ensino de graduação em comunicação, particularmente, no caso do jornalismo, área abrangida por este estudo, não excluídas, em tese, nenhuma das demais habilitações¹⁰.

A questão é pertinente, uma vez que o enfoque sistematizado das interações entre os dois campos tem estado presente, como já foi sugerido, quase que exclusivamente nos cursos de pós-graduação em comunicação e pedagogia, como se pode constatar em linhas de pesquisa já consolidadas tanto no Brasil como em países latino-americanos. Cabe, então, indagar o que se pode esperar dessa iniciativa na formação profissional do jornalista?

2. Sentidos, referências e práticas

Uma abordagem teórica, e ao mesmo tempo prática da mídia-educação, no ensino de graduação, conta com possibilidades efetivas de ir além da identificação e assimilação dos modos de produção de artefatos culturais para os meios de comunicação, que, via de regra, constituem o núcleo central da formação do jornalista. O desafio aponta para a pesquisa apoiada em dois eixos articulados: um eixo que sustente a indagação do efetivamente, existente, e outro que possibilite ou crie as condições para o surgimento de novas práticas, instituições e valores no campo da mídia.

Talvez não seja demasiado impertinente insistir no fato de que qualquer abordagem em profundidade sobre a relação mídia-educação, independentemente de estar relacionada com a formação de jornalistas ou outros profissionais, não pode alhear-se do pólo da produção. Até porque, focalizar, adequadamente, os meios de comunicação, na perspectiva do receptor, é sempre aproximar-se da idéia de emancipação. Em última análise, constitui, em algum grau, um compromisso com a constituição, consolidação ou ampliação do que Habermas chamou de poder comunicativo da sociedade frente ao protagonismo dos meios de comunicação.

Justifica-se, deste modo, falar de uma dupla aposta: nas possibilidades de compreensão profunda dos sentidos e das referências implicados nos meios de comunicação (como primeiro passo para a transformação de consumidores em receptores-produtores) e na vitalidade do empenho pela transformação de reivindicações, sem destinatário estabelecido, em ferramentas sociais de intervenção ativa e democraticamente estabelecidas nesta área.

A direção incorporada por esta pesquisa constitui, antes de tudo, um esforço de empreender um passo ampliado para efetivamente trazer a questão da recepção dos produtos da mídia (às vezes isolada em disciplinas específicas, como a teoria da comunicação, por exemplo) e a da gestão democrática desses meios (em geral, ausente do currículo, como assunto prioritário) para o centro da formação do jornalista. E fazê-lo em condições de que esses elementos dialoguem com a temática da produção experimental detentora de espaço, em geral, muito robusto nesses cursos.

Deste modo, tal providência poderia contribuir para a diminuição da desarticulação existente na abordagem dos pólos da produção e recepção dos produtos simbólicos da mídia, no ensino profissional do jornalismo. No enfoque da mídia-educação é possível fazê-lo, por exemplo, através da exploração do potencial existente no conjunto das matérias, tanto nas de formação humanística, quanto naquelas da área específica, integrantes dos currículos dessa formação, no Brasil, através da pesquisa interdisciplinar integrada.

Em outras palavras, abordar a mídia-educação, por este prisma, também significa caminhar na direção de um tratamento mais profundo da relação entre os processos de produção e os processos de recepção dos produtos culturais da mídia. Esforços neste sentido, têm sido realizados em vários trabalhos teóricos e de campo, dentro da pesquisa em que este estudo se insere.

Quanto a questões investigadas e atividades de extensão à comunidade, pode-se citar o diagnóstico e intercâmbio de idéias sobre formas de apropriação dos produtos da mídia por professores de ensino fundamental e médio¹¹, na sua vida cotidiana e prática docente¹², bem como por estudantes de licenciaturas e pedagogia; parceria em trabalhos práticos sobre a produção e avaliação de jornais escolares¹³

e produção de informação jornalística impressa e eletrônica voltada para educadores. Todos estes projetos tiveram a participação de estudantes bolsistas em iniciação científica, ou em ações realizadas por eles, com acompanhamento.

Alguns desses trabalhos conjugam atividades laboratoriais do ensino de jornalismo com investigação sistematizada desde 1999. Mas, até a realização dos programas aqui focalizados, não tinha havido nenhum envolvimento direto com a produção em rádio. Tinha sido editado, por quatro anos, um boletim trimestral, o *Triálogos*¹⁴, enfocando temas voltados para as relações entre os meios de comunicação e a educação. A proposta editorial “se articulava” com o formato “origami”, já que o impresso era desdobrável em função das editorias e dos modos jornalístico de tratar a informação. Não se tratava apenas de uma experiência de criação, produção e difusão de uma publicação, mas do acompanhamento e posterior avaliação de sua recepção junto pelo público alvo - escolas públicas de ensino fundamental e médio da rede municipal e estadual de ensino de Londrina e municípios vizinhos.

Concluída esta experiência editorial, e detectado o interesse dos educadores pelo rádio, em sondagem sobre seus hábitos culturais, optou-se por testar, na prática, o potencial para utilização deste meio como instrumento de educação para os meios, até porque se atingiria um público mais amplo e diversificado do que aquele até então atingido pelo meio impresso.

Particularmente, esperava-se que o modelo jornalístico pudesse ser útil à ampliação das referências dos receptores para uma apropriação crítica desses meios, a partir de uma iniciativa que combinava investigação prática com a prestação de um serviço à comunidade, em forma de uma intervenção cultural. Desse modo foram produzidos os quatro programas da série *Triálogos – A sintonia entre a mídia e a Educação*.

O desafio era criar um espaço de ensino-aprendizagem, uma vez que a equipe direta de produção era formada por estudantes e, ao mesmo tempo, oferecer um serviço ao público, reconhecido por este como tal. Daí a preocupação para que o programa fosse produzido em um ambiente de permanente experimentação. Já se

sabia que, somente durante a produção, seria possível perceber qualidades e falhas, seja no modelo adotado ou na sua condução, o que de fato ocorreu. Por isso, o programa foi mantido em caráter constante de elaboração e reelaboração. As frequentes discussões visavam aprimorar, não só a linha editorial, mas as próprias soluções técnicas adotadas.

3. Formato e conteúdos

Concebido, elaborado e produzido durante os meses de setembro e dezembro de 2003, o programa *Triálogos*, com cerca de 20 minutos de duração foi transmitido pela Rádio Universidade FM (107,9 MHz) de Londrina, aos sábados, às 12h, com reprise às quartas-feiras, às 17h30, entre novembro e dezembro. O primeiro horário, por exemplo, coincidia com o período em que a maioria dos professores costumava ouvir rádio de acordo com a sondagem já mencionada.

O formato foi modelado, em grande parte, pelas possibilidades conhecidas que o rádio oferece, mas a obra *Produccion de Programas de Radio – el guión y la realizacion*, de Mário Kaplún¹⁵, contribuiu para os estudantes fundamentarem as escolhas ao longo do processo. O estudo foi especialmente importante pela concepção, segundo a qual a clássica divisão de programas de rádio entre informativos, educativos e de entretenimento é relativa e duvidosa, no caso do rádio educativo. Afinal, mesmo que se escute por mero prazer, todo programa educa de alguma maneira.

Também a concepção de educação adotada por Kaplún é semelhante à concebida pelo projeto, já que o autor privilegia a ênfase na natureza do processo comunicativo, visto como espaço formativo, em contraposição a enfoques que enfatizam os conteúdos em si, sejam eles informativos, no sentido de serem noticiosos ou de entretenimento. Considerou-se que, se um dos intuitos principais da mídia-educação é oferecer ferramentas que alimentem uma recepção crítica da mídia, em qualquer tipo de produção, o mais correto seria oferecer conteúdos que estimulassem a reflexão, e por um processo o mais dialógico possível.

A conseqüência dessa ação radiofônica foi a aposta em uma programação desencadeadora desse processo de reflexão nos ouvintes, mais do que na transmissão de informações de consumo imediato. A partir da preocupação com a realidade do ouvinte e da sua consciência, o objetivo era envolvê-los em um debate para que eles, como sujeitos, problematizassem a ação da mídia. Assim, o diálogo e a participação foram estimulados, mesmo que o público não tenha podido intervir diretamente nos programas, como seria desejável, dada a impossibilidade de uma intervenção ao vivo por problemas técnicos.

A equipe que produziu os programas reconheceu, seguindo neste ponto a Kaplún, que a intervenção do ouvinte ao vivo seria fundamental, porque contribui mais significativamente para criar ambiente propício para o desenvolvimento da consciência crítica. Por isso, a impossibilidade dessa participação, devido ao fato de que os programas foram gravados, previamente à sua apresentação, foi tematizada como condição a ser conquistada pelo receptor, nas discussões com professores ouvidos pela equipe produtora.

O programa contou com um conselho editorial e uma equipe de produção. Mas a linha editorial básica emergiu de todo um trabalho de reflexão produzido no âmbito dos estudos e projetos, já realizados pelo núcleo de pesquisa¹⁶. Desse conselho participaram a professora coordenadora da pesquisa, que redigiu estas notas, os estudantes que integravam o projeto e duas jornalistas¹⁷. O convite às jornalistas teve como objetivo ampliar o círculo de debate das pautas e não restringir as decisões editoriais imediatas, exclusivamente, às percepções do grupo executor do projeto.

Como ponto de partida foi elaborado um projeto editorial e, a partir deste, produziu-se um programa piloto, que foi ouvido e debatido pelo Conselho Editorial. Com base nesta discussão e nas percepções obtidas com a prática, o projeto editorial foi aprimorado e uma primeira versão foi reeditada e levada ao ar como o primeiro programa da série. Como atividade complementar, foi criada, no *site* geral do projeto *Triálogos*¹⁸, uma página com apresentação do projeto de rádio e manchetes das matérias. No momento em que são redigidas estas notas, os próprios programas estão disponíveis naquele espaço, em formato MP3, para *download*¹⁹.

Pensou-se, inicialmente, em um programa semanal, mas, visto que se tratava de um projeto experimental, foi definida a periodicidade quinzenal mais apropriada para a reflexão, necessária em torno da produção, tempo inclusive utilizado pelo grupo para a confecção do material de divulgação. Também, quanto à duração, estabelecida inicialmente em 15 minutos, houve alteração e os programas ficaram, em média, com 20 minutos. Entendeu-se, logo, que esse era o tempo apropriado para o tipo de programa realizado.

Sobre a duração de programas radiofônicos, levaram-se em conta observações de Kaplún, em evitar a tendência de se achar que sua duração deva ser diretamente proporcional ao interesse do ouvinte e, também, a de confundir ritmo com fugacidade. Assim, não se acreditou que a informação veloz e ultra-rápida fosse melhor absorvida, pois uma informação curta e sem sentido pode causar a mesma estranheza que um programa longo e sem conteúdo. O autor propõe, como regra para programas mais variados e complexos, uma duração entre 15 e 30 minutos.

Se, para trabalhar com o rádio, assim como qualquer outro meio de comunicação, é preciso conhecer suas características para conseguir resultados, na perspectiva aqui adotada, colocava-se ainda um outro desafio: o de aliar tal preocupação ao duplo objetivo do projeto. Isto é, não perder de vista, o entrelaçamento da “formação do produtor” (o estudante de jornalismo) com a “formação” do receptor-ouvinte, particularidade, aliás com que as disciplinas técnicas do curso de jornalismo, em geral, não lidam. Nesse aspecto, foi fundamental a contribuição de Kaplún, cuja obra encara tanto a produção quanto a recepção radiofônica como atividades essencialmente educativas.

Quanto a limitações e potencialidades, Kaplún observa que o rádio possui características que o diferenciam profundamente de outros meios e que não devem ser vistas simplesmente como limitações, mas como oportunidades a serem exploradas. A primeira delas é que o rádio trabalha com apenas um único sentido, a audição. Essa aparente limitação gera o perigo da “fadiga” pela impressão de monotonia, provocada pela repetição de um mesmo estímulo, o som. Como não se utiliza a visão, esse sentido surge como um fator de distração do ouvinte.

Outra característica do rádio é a fugacidade, já que o som se perde, ao contrário, por exemplo, do texto impresso. Para superar isto, é preciso “criar uma insistência”, que não seja mera repetição do que está sendo dito. Aí, também, toda atenção é necessária para evitar o perigo de monotonia, que gera o cansaço do ouvinte pela repetição excessiva da mesma informação.

Mas, se, por um lado, o rádio exige o enfrentamento do que inicialmente se apresenta como um conjunto de dificuldades, na transmissão de mensagens, por outro, conta com uma variedade de elementos que, bem explorados, podem compensar, equilibrar e, inclusive, possibilitar que se tire proveito das limitações citadas. Recorde-se, com Kaplún, ser este um meio com grande poder de envolvimento emocional, já que o sentido auditivo está ligado mais fortemente às vivências afetivas. No fazer radiofônico, a incorporação do elemento afetivo é fundamental para combater a monotonia e, possivelmente, também, para um alcance pedagógico mais consistente.

Do mesmo modo, a unissensorialidade, que, como já referido, pode ser um obstáculo para o ouvinte, pode, em compensação, contribuir para tornar mais sugestivo o meio. Se não existem imagens visuais, podem ser criadas imagens auditivas.

No programa *Triálogos*, foram empregados, sobretudo, sons identificadores de produtos culturais da mídia. Como grande parte das reportagens tratavam do rádio, da televisão ou do cinema, foi possível criar uma “ambientação” nas matérias, pela inclusão de materiais que remetiam o ouvinte diretamente ao universo desses meios. Em diversos momentos, foi possível utilizar seqüências sonoras como, por exemplo, trechos de programas de variedades, vozes de atores de filmes, vinhetas de redes de televisão... para sugerir tais efeitos, quando comentadas certas produções etc. O recurso não se tornou uma regra e foi adotado quando necessário e justificado.

A utilização de elementos sonoros, dentro das reportagens, buscando a criação de imagens auditivas, teve sempre o objetivo de contribuir para a compreensão da informação jornalística. A imagem auditiva pode ser criada pela palavra ou pelos elementos sonoros como música e ruídos. As palavras evocam, principalmente, seu

sentido verbal. Já ruídos e música têm uma existência mais abstrata. Na cena sonora do rádio só existe o que é imagem-ação, isto é, o que emite som. Os demais detalhes do ambiente podem ser evocados somente pela imaginação do ouvinte, que infere o resto da cena, como notou Meditsch (2001), seguindo Bacherlad. Do mesmo modo, como na narrativa de ficção a ausência de imagens tende a possibilitar a mobilização intensa da imaginação do leitor, o mesmo ocorre com o radiouvinte.

O formato escolhido contribuiu para exploração dessas possibilidades. Ao contrário do noticiário, em que se privilegia o relato do tipo notícias curtas, o radiojornal contém diversas seções, com diferentes assuntos e não se restringe a notas informativas, mas comporta, também, outros gêneros jornalísticos como crônicas, análises e comentários.

Procurou-se, no programa, equilibrar o uso de recursos tradicionais de radiojornalismo, como a reportagem, com a qual o ouvinte já está acostumado, com o uso de outros recursos pouco presentes no rádio comercial. O programa estruturou-se em torno de três matérias: a primeira, mais profunda, era uma reportagem à qual se dedicou o maior tempo de duração. Era o “carro-chefe” do programa, que trazia ao público mais duas matérias do tipo factuais.

As pautas, em geral, eram debatidas pelo conselho editorial e as reportagens e edição das matérias realizadas pela equipe de produção. Nos assuntos levantados procurava-se sempre sua ligação com temas atualmente em discussão pela própria mídia, mesmo que em questões de caráter mais atemporal. Com isso, buscou-se compatibilizar a abordagem de assuntos de maior profundidade e durabilidade com o enfoque de temas conjunturais.

Na seção chamada “Dica Cultural”, por exemplo, comentava-se alguma produção que, de algum modo, contribuísse para a reflexão sobre a mídia. Procurou-se fugir da idéia de simplesmente anunciar um lançamento de livro, filme ou qualquer outro produto, mas, informar o público da sua existência e acessibilidade, a partir de sua utilidade e significação mais perene, e não apenas por se tratar de novidade. Pretendia-se que o próprio programa, em si mesmo, constituísse uma crítica às fórmulas mercantilizadas de difusão de produtos culturais adotadas pela mídia comercial.

Procurou-se, sempre que possível, veicular mais de um ponto de vista sobre o produto em questão. A seção se encaixa na modalidade descrita genericamente como entrevista, por contar com duas ou mais vozes diferentes. Esse tipo de programa, inclusive mais atrativo ao ouvinte, devido à natural variedade de sons vocais, oferece mais possibilidades educativas, pelo acesso a opiniões divergentes sobre o mesmo tema.

Além dessas matérias, o programa criou outra seção chamada de “Pensamento Falado”, em que se utilizava a interpretação como recurso sonoro e informativo em um formato diferente do tradicionalmente utilizado no radiojornalismo. Aproximou-se do que Kaplún classificou como “*charla creativa*” (conversa criativa), em que já não se trata tanto de expor um tema, mas de motivar, chamar a atenção para uma questão e despertar inquietação no ouvinte.

A opção aí foi escolher trechos de obras significativas para o campo da mídia-educação. Escritos por estudiosos que trataram de temas relativos a esse campo, foram selecionados de acordo com sua capacidade de síntese e força expressiva, para provocar reflexão, para além das informações fornecidas nas outras seções. Em suma, a idéia era a de fazer um convite à atividade de pensar e repensar. A estratégia era, para usar a definição de Kaplún, estabelecer uma comunicação humana e suscitar no ouvinte uma resposta pessoal; transmitir uma vivência, despertando, na escuta, seu sentido de participação e de responsabilidade.

Além do cuidado com o conteúdo, houve muita atenção na escolha do tipo de voz do apresentador, para sugerir, ao mesmo tempo, tranquilidade e convicção. Conseguiu-se que uma professora, portadora de uma voz (que cantada poderia ser classificada como de meio-soprano, um pouco mais profundo que a habitual, mas não tão grave como o contralto, que é a voz feminina correspondente a este registro) agradável ao ouvido, pela qualidade das inflexões e pela coloratura do timbre. E que soasse natural, isto é, sem as características conhecidas de impostação.

Por fim, o programa utilizou-se do editorial em dois momentos, na primeira e na última edição, para se dirigir aos ouvintes de modo mais impessoal. Na primeira, foram expostos os principais motivos para a realização do projeto, seus objetivos

e, na última, procedeu-se a uma avaliação da experiência, ocasião em que foram referidos comentários de ouvintes, principalmente, educadores.

Tanto o editorial como a seção “Pensamento Falado” são monólogos e, por isso, precisam ser utilizados com cuidado para evitar a tendência a tornarem-se monótonos e, portanto, limitados na sua capacidade de despertar o interesse dos ouvintes. No caso do editorial, optou-se por utilizar o formato pelo fato de ser um espaço em que tradicionalmente, se emite opiniões, mas buscou-se uma linguagem mais viva, direta, deixando bem claras as idéias e argumentos. Já no “Pensamento Falado”, por se tratar de um gênero com interpretação, houve uma compensação desse caráter e opção por uma voz mais envolvente e que sugerisse a idéia de comunicação mais íntima.

4. Diálogo amplo e serviço

Programas como o realizado, podem ser reconhecidos como um serviço ou uma ação sócio-cultural, porque colocam à disposição do público um tipo de informação, que constitui instrumento de inteligibilidade deste segmento importante da cultura contemporânea, que é a mídia. *Triálogos*, foi pensado especificamente visando uma ação de conseqüências potencialmente significativas para o exercício da cidadania democrática, uma vez que pretendeu atuar como um sistema de responsabilização da mídia no sentido mencionado.

Se, se leva em conta que a mídia, principalmente a do setor privado, retêm espaços amplos de intransparência, diante do público e que, por exemplo, não costuma se auto-avaliar, expondo suas próprias falhas e limitações, na sua atuação cotidiana, este tipo de serviço justifica-se plenamente.

Recorde-se que, para Bertrand (2002), os chamados sistemas de responsabilização da mídia, podem ser desde uma pessoa, ou grupo de pessoas, com a função de atuar como mediadora ou mediadoras, até instituições como um conselho de imprensa, um processo, um código de deontologia, uma publicação ou ação de autocrítica que tornem os meios de comunicação transparentes para o público, revelando motivações, omissões e distorções existentes.

Para o fortalecimento desses meios, e até com vistas a contribuir para sua existência, é oportuna a emergência de fóruns de debate da ação da mídia, dentro e fora do âmbito acadêmico. O programa radiofônico *Triálogos*, cujo nome aponta para uma tríplice idéia de interação, isto é, um diálogo entre a escola, a mídia e a universidade, procurou explorar este horizonte e desse modo contribuir para a criação de condições para uma mídia com maior compromisso social.

Para a escola, a iniciativa pôs em relevo a necessidade de uma abordagem para além da perspectiva instrumental da mídia, que ignora os mecanismos de produção da notícia, os recortes, a escolha das fontes de informação, sem falar de questões estruturais, como a propriedade das empresas e seus envolvimento econômico. Procurou deixar clara a necessidade de que o olhar do público se modifique, e este seja capaz de produzir uma leitura crítica dos meios de comunicação, fundamental, por sua vez, para a formação, ampliação e consolidação da cidadania democrática.

Ao questionar as possibilidades de apoio do radiojornalismo à viabilização de formas cidadãs de intervenção no funcionamento da mídia, a equipe do programa *Triálogos* concluiu que o mais adequado, nas condições que dispunha, era mesmo a ampliação da informação sobre a atuação e funcionamento dos próprios meios de comunicação.

Identificaram-se muitos assuntos que podem ser abordados num programa de rádio de cunho educativo, que vise contribuir para a formação de receptores mais críticos. Isso levou a equipe a considerar possível a manutenção de um programa como este, mesmo de periodicidade semanal, já que a abundância de acontecimentos, de interesse público e relevância social, demanda por si mesma a necessidade de avaliação constante do receptor.

Tal percepção reforçou a opção de tratar os programas, não como um bloco fechado, com características de documentário, sobre o campo da mídia-educação, mas como radiojornais independentes e voltados para a conjuntura. Mesmo cientes de que seria uma experiência restrita no tempo, e que a decisão implicaria numa

produção perecível a curto prazo limitada a uma série de quatro programas, os realizadores procuram a fórmula de um programa periódico e permanente.

Essa característica tem um outro motivo: Em primeiro lugar a percepção de que, para efeitos de uma educação dialógica, a presença constante no cotidiano dos receptores, problematizando a atualidade, é mais rentável que um conteúdo fechado e pronto (como é o caso do documentário), entregue aos ouvintes de uma só vez. Assim é que se cuidou, sobretudo nas reportagens, da busca por temas presentes na mídia, naquele momento, e do questionamento a respeito do modo como estavam sendo abordados. Com isso houve oportunidade para apontar referências para a aferição da qualidade da ação dos meios de comunicação em exemplos atuais naquele momento.

Notas finais

Na realização dos programas, destacaram-se algumas linhas de ação que poderiam ser aprofundadas em projetos semelhantes. A primeira delas é o aproveitamento de acontecimentos em que a própria mídia é notícia, dada a chance de abordagens potencialmente mais educativas, porque os conceitos e noções, os quais, necessariamente, teriam que ser evocados, para um acercamento crítico, encontram referência prática imediata.

Em dois momentos os programas focalizaram ações da mídia, que foram objeto de amplas discussões, tanto no campo jornalístico, como em segmentos do público. O primeiro caso foi um episódio protagonizado por um programa de grande audiência na televisão. Foi uma entrevista veiculada no programa Domingo Legal, do SBT, com supostos membros de uma organização criminosa paulista, em que personalidades públicas eram ameaçadas de ações violentas. A matéria, que já gerara críticas pelo fato de exibir criminosos e suas falas, em rede nacional de radiodifusão, revelou-se falsa, e abriu-se espaço para um debate em torno de abusos da televisão na disputa pela audiência.

O segundo caso foi a campanha desenvolvida, principalmente através da mídia, pela redução da idade penal, motivada pelo assassinato de um casal de jovens em Embu-Guaçu no Estado de São Paulo. Como se sabe, as campanhas jornalísticas constituem uma questão importante pelos antecedentes e desdobramentos ideológicos que comportam.

Nessas duas reportagens o programa portou-se como uma espécie de observatório da mídia, debatendo sua atuação nas coberturas mencionadas; identificando estratégias em que atores sociais e temas de interesse de segmentos sociais, classes e grupos em conflito, foram destacados ou desfocados. Recorde-se que, no caso da redução da idade penal, trata-se de um debate público recorrente no Brasil.

Outro exemplo foi a discussão do mundo interno da mídia, sua estrutura, modo de funcionamento, mecanismos de captação e produção de notícias, já que pouca informação, pelo menos de natureza não propagandística, é difundida pela própria mídia. Foram realizadas matérias sobre questões políticas e econômicas relacionadas, por exemplo, com a concentração da propriedade dos meios e a necessidade de democratização do setor, um dos assuntos que mais carecem de debates públicos, não só no Brasil, como na maioria das democracias representativas.

Também foram examinadas questões do cotidiano do jornalismo que afetam a produção e difusão de informações relevantes para o cidadão, como é o caso, por exemplo, da escassez generalizada de correspondentes internacionais do Brasil no exterior. No debate produzido, assinalou-se a extrema dependência do país em relação às grandes agências internacionais, que atuam em consonância com os interesses dos países hegemônicos aos quais pertencem seus proprietários.

Também foram enfrentadas questões éticas e deontológicas oriundas da relação mídia-poder-sociedade, sempre aproveitando assuntos da conjuntura. Abordou-se, por exemplo a denúncia da venda de matérias (literalmente, falando) para o Governo do Paraná, por jornais deste estado, por exemplo, publicada, na época, por um periódico de São Paulo.

Sobre a avaliação da experiência, por parte dos integrantes do projeto, vale a pena citar uma autocrítica significativa. Após o primeiro programa detectaram-se deficiências na produção de matérias em que o meio educacional fosse a fonte principal das informações coletadas. E aí, instalou-se um questionamento importante para a formação do jornalista. Repetia-se, no projeto (com a agravante de tratar-se de uma proposta de natureza crítica, sediada em uma emissora pública), o mesmo vício que se aponta na mídia comercial? Isto é, não se percebia a escola, e a educação, em última análise, como geradoras de acontecimentos, fatos e tendências, enfim, de informação relevante e de interesse da sociedade? Ou se trataria daquela distorção, também focalizada pelos críticos, segundo a qual a mídia tende a prestar atenção às questões diretamente relacionadas com as esferas de poder na sociedade pela ótica dos que o detém?

Como resultado das discussões, adotou-se a providência de inserir os professores neste importante debate, e o resultado é que surgiram pautas surpreendentes, no segundo programa, possibilitando a produção de matérias sobre projetos educacionais que envolviam a mídia, tecnologias de comunicação, em geral, ou de pesquisas sobre a mídia que se referiam à educação, não só protagonizados, mas também relatados por atores do próprio espaço escolar.

O episódio demonstra, com clareza, que qualquer iniciativa que vise contribuir para suscitar a reflexão, numa proposta como essa, exige a criação de espaços de participação para o público. Nesse sentido, ao final da experiência, promoveu-se uma reunião com professores da rede pública de ensino de Londrina, que foi importante, não só para identificação de algumas das necessidades desse público-alvo, mas, também, para a percepção deste, do que são suas próprias necessidades e do seu atendimento nos programas realizados.

Particularmente, chamou a atenção dos pesquisadores, a suposição, verbalizada claramente por alguns professores, de que a escola tem mais dificuldades de educar os jovens e as crianças hoje, justamente porque a mídia disputa sua atenção. A discussão, a partir desta idéia, foi importante por evidenciar a importância de que os estudos sobre o impacto da mídia na constituição do imaginário da

juventude considerem a relação triangular entre os jovens, a mídia e a escola, como parte de um mesmo processo cultural.

Além do ganho que a oportunidade de aquilatar a importância de uma relação mais próxima com o público, na fase de produção do material jornalístico, trouxe para a equipe que realizou a investigação, cumpre destacar que, refletir sobre estas questões significou atentar para aspectos até então despercebidos e para os quais o campo de estudos em mídia-educação não pode deixar de indagar.

NOTAS

¹ O artigo é uma versão revista e ampliada de trabalho apresentado, em 2004, no Núcleo de Pesquisa em Comunicação Educativa, do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom.

² Para uma idéia dos estudos já realizados, no âmbito da pesquisa mais ampla, observar trabalhos difundidos em anos recentes. Cf. AGUIAR, Carly Batista de; AFONSO, Maria Rita Teixeira e LAZARINI, Luciana de Sá (2003) e Idem (2004). E, ainda: AFONSO, Maria Rita Teixeira e LAZARINI, Luciana de Sá (2003) .

³ Daniel Tremel, João Paulo Freitas e Marcelo Candeloro foram os alunos que participaram em todas as fases da pesquisa e foram responsáveis pela produção dos programas radiofônicos. Eles colaboraram com o presente relato, fornecendo anotações e observações que foram significativamente úteis no resgate do material aqui utilizado. A estes jovens pesquisadores, a gratidão da autora.

⁴ Há um contingente significativo de publicações que focalizam a utilização do jornal bem como produtos televisivos e cinematográficos em sala de aula. Para citar um único exemplo de periódico, mencione-se a revista *Comunicação & Educação*, editada sob os cuidados do programa de e pós-graduação *lacto sensu* da Escola de Comunicações e Artes da USP.

⁵ Para uma visão panorâmica de algumas iniciativas de programas de pós-graduação, nesta área, ver *Anais do I International Congress on Communication and Education* (1998).

⁶ O problema não é que a produção, nos cursos de jornalismo, comparada ao conjunto dos produtos oferecidos pelo mercado brasileiro de bens culturais informativos ou de entretenimento, tenha o caráter de busca de propostas alternativas, que é, em princípio, salutar. Mas, a limitação está na marca da improvisação que, junto com outros fatores, resulta na falta de qualidade técnica, que distingue certas práticas experimentais.

⁷ Mencione-se a título de exemplo, alguns autores, brasileiros ou estrangeiros, com obras editadas no país, que tem contribuído para a formação do arcabouço teórico-metodológico ou mesmo para respaldar práticas neste campo e que podem ser apontados como referência para estudos e atividades: BACCEGA, BELLONI (2001), GRAVIZ (1994), GRAVIZ Y POZO (1997), KAPLÚN, MARTÍN-BARBERO (2000), OROZCO (1997), SILVERSTONE (2002) e SOARES (2000).

⁸ Recorde-se, a propósito, que Bertrand é bastante cuidadoso, mantendo sua perspectiva compatível com a visão liberal cultivada pela maioria das democracias representativas ocidentais. Por exemplo: advoga pela limitação, ao mínimo possível, da ingerência estatal sobre o funcionamento dos meios de comunicação.

⁹ Recorde-se, de modo sintético estas definições resumidas por Bianconi e Caruso (2005). Educação formal é “aquela que está presente no ensino escolar institucionalizado, cronologicamente gradual e hierarquicamente estruturado [...]” A educação não-formal é entendida como “qualquer tentativa educacional organizada e sistemática que, normalmente, se realiza fora dos quadros da do sistema formal de ensino.” E a informal é aquela “na qual qualquer pessoa adquire e acumula conhecimentos, através de experiência diária em casa, no trabalho e no lazer.”

¹⁰ Para os que não estão familiarizados com o ensino de jornalismo, observe-se que esta é uma das cinco principais habilitações (as outras são Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Cinema e Editoração) através das quais tem sido estruturada a formação universitária na área da Comunicação.

¹¹ Os registros da pesquisa estão sendo preparados para publicação.

¹² Trata-se de uma sondagem realizada durante encontro promovido pelo Núcleo de Mídia e Educação para a Cidadania da Universidade Estadual de Londrina, em parceria

com a Secretária Municipal de Educação de Londrina em 2001. Cf. AGUIAR e DELIBERADOR (2001).

¹³ Um exemplo foi a pesquisa-ação resultou na criação, produção e publicação do tablóide *Triálogozinho*, como encarte do *Jornal de Londrina* (2002), com estudantes da 7ª série, do Colégio Estadual Hugo Simas (Londrina-PR), pelas bolsistas de iniciação científica, Luciana de S. Lazarini e Maria Rita T. Afonso., disponível em www.uel.br/projeto/trialogos. Para um relato sobre a pesquisa ver AGUIAR, Carly B.; LAZARINI, Luciana de S. e AFONSO, Maria Rita T. (2003).

¹⁴ Foram publicadas 12 edições periódicas entre 1999 e 2003, além de boletins especiais, e foram desenvolvidos Projetos Experimentais em Jornalismo (PEJ). Cf., por exemplo, LAZARINI, Luciana de S. e AFONSO, Maria Rita T. (2003) e CANDELORO, Marcelo F. e TREMEL, Daniel (2004)

¹⁵ As referências a este autor (KAPLÚN, 1978), são sempre desta obra.

¹⁶ De um outro Conselho Editorial, o da publicação impressa e eletrônica, participavam duas professoras, representando o Núcleo de Londrina, da Secretaria Estadual de Educação, e a Secretaria Municipal de Educação.

¹⁷ Carina Paccola, jornalista, com experiência em rádio e mestre em Ciências Sociais e Patrícia Zanin, jornalista da Rádio Universidade FM, especialista em Comunicação Popular e Comunitária, ambas de Londrina (PR).

¹⁸ O endereço do projeto na internet é <http://www.uel.br/projetos/trialogos>. A página do programa *Triálogos* está no link <http://www.uel.br/projetos/trialogos/radio.htm>.

¹⁹ Durante o período de produção, apenas o segundo programa ficou disponível, por questão de espaço no servidor. Os demais foram incluídos posteriormente.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, C. B.; AFONSO, M. R. T.; LAZARINI, L. S. Mídia e Crianças: praticando jornalismo no espaço escolar (sessão de Comunicações livres) do *XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* – Intercom, Salvador, 2003.

_____. *Jornalismo X Entretenimento: uma questão para a Mídia-*

educação.(Apresentado no Núcleo de Pesquisa em Comunicação Educativa, do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Belo Horizonte, 2004.

AGUIAR, C. B.et al. O rádio e a Universidade em sintonia com a mídia-educação, Núcleo de Comunicação Educativa, Intercom, 2004, XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Porto Alegre, ago-set, 2004.

AFONSO, Maria Rita T.; LAZARINI, Luciana de Sá. *Jornalismo versus entretenimento: uma questão para a mídia-educação*. Trabalho de Conclusão de Curso. Londrina: UEL, 2003.

AFONSO, Maria Rita T.; AGUIAR, Carly B.; LAZARINI, L. S. In: *I Jornada de Mídia-Educação*, Londrina 3-7/12/2002, não editado, 2002.

AFONSO, M. R. T DELIBERADOR, L. M. Y. Mídia e educação: estudos de alguns cenários culturais. *VIII Simpósio da Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste*, Campos dos Goitacazes, 2002.

BELLONI, M. L. *O que é mídia-educação?* Campinas: Autores Associados, 2001.

BERTRAND, C-J. *O arsenal da democracia: sistemas de responsabilização da mídia*, Bauru: EDUSC, 2002.

BIANCONI, M. L.; CARUSO, F. Educação não-formal. *Ciência e Cultura*. Revista da SBPC, ano 57, n. 4, out-nov, 2005, p. 20.

CANDELORO, M. M., FREITAS, J. P.; TREMEL, D. *Triálogos no rádio: a sintonia entre a mídia e a educação*. Trabalho de conclusão de curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Londrina (UEL), 2003.

GRAVIZ, A. *Niños, médios de comunicación y su conocimiento*. Barcelona: Herder, 1994.

GRAVIZ, A.; POZO, J. La sociedad y los médios de comunicación: un proceso de aprendizaje. In *Jornadas Provinciales: Educación y medios de comunicación e*

información, n.3, Andújar: Enrique Reca, 1997.

KAPLÚN, Mario. *Producción de programas de rádio: el guión y la realización*, Quito: CIESPAL, 1978.

MARTÍN-BARBERO, J. “Desafios culturais da comunicação à educação”. *Comunicação e Educação*, São Paulo, n.18, p.51-61, maio/ago, 2000.

MEDITSCH, E. *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular; EDUFSC, 2001;

OROZCO. Guillermo. Professor e meios de comunicação. Desafios, estereótipos. *Comunicação & Educação*, São Paulo n.10, p. 56-68, set-dez/1997.

PRIMEIRO CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO. Multimídia e Educação em um Mundo Globalizado”, *S & TM – Science & Tecnoogy Magazine* –Revista de Ciência e Tecnologia, São Paulo, no I, n. 2, maio-ago. 1998 (CD-ROM).

SILVERSTONE, R. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.

SOARES. I. O. Educomunicação: um campo de mediações. *Comunicação & Educação*, São Paulo: Segmento, n. 19, Ano VI, p. 12-24, set-dez. 2000.

Jornalismo, democracia, hegemonia

Journalism, democracy, hegemony

Murilo Cesar SOARES

Doutor, Professor do Departamento de Ciências Humanas e do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC, Universidade Estadual Paulista – UNESP - Bauru/SP - Brasil.

E-mail: murilo@faac.unesp.br

RESUMO

Preliminarmente, apresentamos diferentes concepções de democracia e os papéis que os meios noticiosos deveriam desempenhar para atender a cada uma delas. Em seguida, contrastamos as posições sobre as relações entre o jornalismo e a democracia, agrupando-as em duas orientações polarizadas. De um lado, situamos os autores que se inclinam a ver o jornalismo como essencial para a democracia e, de outro, os analistas e intérpretes críticos que, pelo contrário, vêem a atividade das empresas jornalísticas na política com um conteúdo enviesado, o que as leva a ter uma atuação tendenciosa na sociedade, favorecendo posições, pessoas e grupos, construindo representações distorcidas da realidade, o que as converte num instrumento de poder simbólico nas mãos de uma minoria. Ao final, desenvolvemos uma argumentação visando a enfrentar o impasse teórico por meio do conceito de hegemonia. Nessa abordagem, reconhece-se a existência de classes hegemônicas em sociedades democráticas, com influência sobre a mídia e suas representações, mas, ao mesmo tempo, enfatiza-se a existência de um espaço para visões alternativas e críticas numa perspectiva histórica.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo – democracia – hegemonia – teorias - comunicação

ABSTRACT

At first, we present some different conceptions of democracy and the roles the media should play to attend each one. Next, we contrast the positions about the relations between journalism and democracy, grouping them in to two polarized orientations. On the one hand, we place the authors that spot on journalism as essential to democracy and on the other hand, we examine the critical analysts and interpreters, who on the contrary see the activity of the news media in politics as biased, making them a tool of symbolic power of a minority. At last, trying to cope with the impasse, we argue with the use of the concept of hegemony. In this approach, we recognize there should be hegemonic classes in democratic societies, influencing media and their representations but, at the same time, we stress the existence of a space for alternative critical visions, in a historical perspective.

KEY WORDS: journalism – democracy – hegemony – theories - communication

A discussão específica sobre as relações entre a comunicação e a democracia constitui um aspecto peculiar no campo da pesquisa em comunicação política. Nos regimes autoritários, embora haja comunicação política, esta realiza-se como propaganda, ortodoxia, centralismo, ausência de debate ou de pluralidade das vozes. Na democracia, pelo contrário, há liberdade de expressão, a competição partidária, o governo precisa renovar o discurso, responder às críticas da oposição, veiculadas pelos meios de comunicação (ANSART, 1978). Tem-se, neste caso, uma questão mais complexa que a relação da comunicação com a política que implica, necessariamente, aspectos doutrinários, critérios normativos e valores compartilhados pela sociedade.

Teorias da democracia e comunicação

Discutir a importância da liberdade de imprensa para a democracia exige que o pesquisador tenha uma teoria desta última. Como não há um consenso sobre o conceito de democracia, Edwin C. Baker (2001), ao examinar a questão, observou quatro tipos ou modelos ideais que denominou teorias da democracia, sendo que cada formulação apresentaria perspectivas distintas do papel dos meios noticiosos. As teorias da democracia, na sua exposição, são as seguintes: a) as teorias elitistas de democracia; b) a concepção liberal-pluralista ou de grupo de interesse; c) a concepção republicana e a d) “democracia complexa”, denominação que Baker dá à sua visão mais empírica e realista.

A perspectiva elitista de democracia

A perspectiva elitista prioriza a necessidade dos governos de tratar de questões tecnicamente complexas, exigindo uma ordem normativa flexível, útil e efetiva para

resolver disputas. Que tipo de governo pode desempenhar melhor esse papel? Para a visão elitista, a democracia é a resposta, mas uma democracia vista de uma maneira limitada, como um modo de solucionar os problemas da sociedade complexa, sem se apoiar na força, baseando-se na competição. As eleições seriam uma forma de circulação das elites, criando incentivos para um desempenho eficaz dos governantes, oferecendo assim o melhor, senão o único, mecanismo para evitar a tirania e corrupção aberta.

Para desempenhar essa missão, a democracia precisa de uma imprensa livre, que eventualmente exponha a incompetência ou corrupção das elites, exercendo dessa maneira a função de cão de guarda, ou de vigilância, papel mais importante da imprensa para a democracia. Além disso, a imprensa precisaria reforçar o sentido geral de legitimidade do sistema, examinar a adequação do caráter e comportamento das figuras públicas, prover informação objetiva sobre os grandes problemas da sociedade, fornecendo às elites informação útil e revelando sua possível incompetência na condução dos problemas. Essa identificação da incompetência seria útil para expô-la à sociedade e promover a rotação das elites.

Democracia dos grupos de interesse ou pluralismo liberal

Enquanto a visão elitista valoriza a democracia com a finalidade de manter o sentido de legitimidade do governo, a perspectiva do pluralismo liberal parte do pressuposto de que o povo tem direito a governar, enaltecendo a vontade popular, ao invés das virtudes de elites que governam. O pluralismo liberal reconhece que cada indivíduo ou grupo tem seu próprio interesse, seus próprios conceitos, de modo que trata os temas políticos essencialmente em termos distributivos, vendo a democracia como o mecanismo mais capacitado a ponderar todos os interesses. A mobilização política dos grupos dá a eles poder de barganha, sendo que a participação política e eleitoral protege os direitos e interesses e constitui o meio pelo qual cada grupo será considerado, mais ou menos na proporção do seu tamanho e da intensidade de seus interesses. De acordo com a teoria liberal-pluralista a

criação de compromissos justos ou negociações entre grupos deveria guiar a construção de instituições.

Os liberais pluralistas observam que um aspecto revelador de muitas teorias de elite é o seu silêncio sobre certas questões, como classe, gênero, cor ou etnicidade, religião. Pelo contrário, o pluralismo liberal tem sempre em vista essas clivagens, o conflito entre valores, interesses e visões de mundo.

Para esta concepção de democracia, a imprensa deveria indicar quais os interesses de indivíduos e de grupos que estão em jogo. Os meios deveriam ajudar a mobilizar as pessoas a participarem e a promoverem seus argumentos. Em terceiro lugar, os meios deveriam tornar as autoridades conscientes do conteúdo e força das demandas populares. Para as duas primeiras tarefas, os meios comuns, que servem a toda a sociedade, não seriam suficientes, de modo que os grupos de interesses deveriam ter seus próprios meios, identificados com suas questões. Os pluralistas apóiam meios militantes e mobilizadores, sendo, por conseguinte, opostos aos monopólios mediáticos. Esta visão baseia-se na segmentação da audiência, defendendo a existência de meios focalizados e controlados por grupos de pressão.

Democracia republicana

Os críticos do liberal pluralismo alegam que seu realismo insensível na verdade não corresponde à realidade, devido a dois atributos da maioria das pessoas, essenciais à democracia. Primeiro, o fato de que somos seres sociais, zelosos dos outros e não egoístas e atomizados, sendo motivados por concepções de bem comum e pela preocupação com o bem estar dos outros. Em segundo lugar, os interesses das pessoas não resultam diretamente de sua identidade grupal, mas de auto-reflexão, discurso, em interação com outros.

A perspectiva republicana considera esses dois atributos dizendo que as pessoas são orientadas para o “bem comum”, havendo por parte delas uma preocupação com a justiça ou com um mundo melhor para todos. Para essa concepção, democracia e política dizem respeito ao bem público e não apenas ao privado. Os interesses

estreitos dos grupos não poderiam, dessa maneira, ser aceitos como normativos, mas deveriam ser vistos como um problema que uma democracia ideal precisaria enfrentar. Na visão republicana, a política diz respeito à discussão, à formulação de um compromisso com finalidades comuns e a democracia é vista como uma forma de a sociedade buscar o equilíbrio na ação conjunta em busca de objetivos partilhados.

Como decorrência de seus pressupostos doutrinários, a imprensa, para a democracia republicana, precisa apresentar dois elementos essenciais: a) deve ser racionalmente discursiva e reflexiva e não meramente informativa e b) ser inclusiva, civil, objetiva, equilibrada e compreensiva.

Democracia complexa

Esta perspectiva reconhece que as duas anteriores – pluralista liberal e republicana – têm pontos consideráveis. Por um lado, entende que a vida social não seria possível sem uma perspectiva de bem comum, mas, da mesma forma, sabe que muito da política envolve interesses em conflito ou até mesmo desacordo sobre a própria concepção sobre o que vem a ser o bem comum. Apresentada como uma teoria mais realista, assume que a escolha não precisa ser entre o pluralismo liberal e o republicanismo, mas, eventualmente, uma visão combinada de ambas, assumindo a legitimidade da barganha entre grupos sobre concepções do bem, a necessidade de um desenvolvimento discursivo das concepções do bem comum e, considerando que uma sociedade pluralista apresenta grupos com concepções diferentes, que em parte se sobrepõem e em parte estão em tensão.

O que o exercício proposto por Baker deixa entrever é que, na perspectiva da democracia complexa, as exigências democráticas, oriundas da sociedade, são, em seguida, controladas pelo princípio republicano do “bem comum”. Essa concepção também foi objeto de análise por Renato Janine Ribeiro (2002), para quem é cada vez mais difícil manter a noção de povo – *demos* – o que traz a necessidade de rediscutir o conceito de democracia apropriado para a época contemporânea. Ele acredita que haja concretamente frações do povo com

demandas (*desejos*, na sua terminologia) diferentes, cabendo à república refrear essas demandas, em nome de um bem comum que é preciso preservar. A democracia seria um regime movido pelo desejo, enquanto a república visa a conter esse desejo, sendo o regime da (força de) vontade. Apesar disso, considera difícil pensar a democracia isoladamente da república e vice-versa.

Não há política digna desse nome, hoje, que não seja republicana e democrática. O problema é que as duas vertentes não se conciliam facilmente. Se tendermos à democracia, o desejo de igualdade, e o desejo em geral, poderá inviabilizar o investimento de longo prazo, o respeito ao outro, a contenção. A própria conversão do desejo em direito é um elemento republicano. Contudo, se enfatizarmos a república, poderá ser que o respeito à coisa pública se torne fim em si, e deixe de lado a igualdade: teremos uma república de juízes (ou promotores), sem o aquecimento que está na democracia. (RIBEIRO, 2001, p. 77)

Dessa forma, parece bastante apropriado tomar a democracia complexa como o modelo que melhor corresponde à realidade histórica das sociedades contemporâneas.

A imprensa idealizada pela democracia complexa precisaria desempenhar funções conflitantes, destacadas pelas teorias liberal pluralista e republicana e mais ainda, diz Baker. A democracia complexa demanda tanto uma imprensa socialmente abrangente desejada pela teoria republicana quanto uma imprensa militante, segmentada, exigida pela teoria pluralista, apta a representar a pluralidade da sociedade. Diferentes setores dos meios desempenhariam essas funções divergentes, podendo, inclusive, diferir em sua organização interna e sua base econômica.

Visões polarizadas

O trabalho de Baker abstrai metodologicamente características da democracia para construir modelos ideais, projetando teoricamente a estrutura mediática que

melhor atenderia a cada um desses modelos. Esse método tem como mérito contrastar as concepções, mas em regimes democráticos históricos, naturalmente, não encontraremos essa pureza conceitual e paralelismos mediáticos perfeitos, de modo que estamos envolvidos num permanente debate sobre a natureza dos meios e sobre seu papel nas realizações concretas da democracia. Nessa controvérsia, os trabalhos investigativos sobre as relações entre o jornalismo e a democracia podem ser agrupados, grosso modo, a partir de duas orientações polarizadas. De um lado, há os autores que se inclinam a ver a comunicação e o jornalismo numa perspectiva que os considera decisivos para a democracia, caracterizando-os como “cães de guarda” dos cidadãos, garantidores da lisura no trato do governo, “os olhos da nação”, o “quarto poder” e, por conseguinte, o verdadeiro fiel da democracia e condição para o exercício da cidadania. De outro lado, encontramos os analistas e intérpretes críticos que, pelo contrário, vêm a atividade das empresas jornalísticas na política com um conteúdo de classe, o que as leva a ter uma atuação tendenciosa na sociedade, favorecendo posições, pessoas e grupos, construindo representações distorcidas da realidade, o que as torna um instrumento de poder simbólico nas mãos de uma minoria. Vamos preliminarmente apresentar os argumentos mais frequentes de cada uma dessas duas visões, bem como as reflexões suscitadas por elas para, ao final, desenvolver algumas idéias tentando enfrentar os impasses.

Jornalismo como instrumento da democracia

O verbete “democracy and the media”, da *Encyclopedia of Communication and Information* (SCHEMENT, 2002), declara que nas sociedades modernas é impossível falar de democracia sem levar em conta o papel desempenhado pelos meios de comunicação, especialmente depois do surgimento dos meios eletrônicos que ampliaram as conexões entre democracia, campanhas políticas, opinião pública e jornalismo. Na mesma direção, caminha o argumento de McQuail (2002), para quem a comunicação de massa se tornou um elemento essencial do processo democrático, ao instaurar uma arena e canal para o amplo debate, tornando

candidatos conhecidos, veiculando opiniões e informações diversas. Trata-se de uma opinião bem estabelecida, principalmente no campo acadêmico anglo-saxônico, com base na tradição dos pensadores liberais ingleses e norte-americanos.

O cânone liberal se baseia em três conceitos essenciais: a imprensa como “cão de guarda” do público”; como representação pública (o Quarto Poder) e como fonte de informação pública (CURRAN 1996). No que diz respeito ao primeiro, o do “cão de guarda”, afirma-se que só baseando os meios no mercado livre é possível assegurar sua completa independência em relação ao governo, função que seria gravemente afetada por regulações oficiais que enfraqueceriam a capacidade de investigar e de criticar livremente as autoridades. Atuar como de cão de guarda corresponderia àquela função da comunicação que Merton (LIMA, 2000) denominou de “execução das normas sociais”, ou seja, tornar inaceitável publicamente aquilo que é tolerado privadamente. A simples denúncia faz com que os desvios dos governantes seja combatida e punida com rigor. Nesse sentido, a mídia atua como aliada dos cidadãos, que não detêm mandatos nem poder diante dos desmandos da autoridade.

A idéia do “Quarto Poder” coloca em pauta a questão da representação política pela mídia. Originalmente, *Fourth State* (o Quarto Estado), a expressão foi cunhada por Edmund Burke, para se referir ao poder político da imprensa na Inglaterra do século 18, ao lado dos três outros “estados”: os Lordes, a Igreja e os Comuns. Em português, usa-se a expressão Quarto Poder, em analogia aos três poderes da República (Legislativo, Executivo e Judiciário). Seus defensores”, no século 19, argumentavam que os jornais são “eleitos” diariamente pelos leitores, sendo uma instituição representativa que deveria ser aceita como parceira no processo de governança, como um ramo do governo com poder na confecção das leis. No século 20, o argumento foi atenuado e convertido em termos do conceito de soberania do consumidor: a imprensa não é determinada senão pelos seus leitores, de modo que, num sistema de mercado, procura dar ao leitor o que ele quer, assegurando que os jornais reflitam as visões e valores dos seus compradores. O consumidor figura, nessa abordagem, como o controlador final da imprensa, transformando os

jornais em representantes do público, mais do que os interesses políticos organizados. Durante a Guerra Fria, a imprensa soviética aparecia como o contraste monstruoso a este modelo por ter absorvido totalmente a imprensa no âmbito do Estado, abolindo dessa forma qualquer ponto de vista crítico independente.

Albuquerque (1999) argumenta que a idéia de “Quarto Poder” tem entre nós um significado bem diferente, peculiar, implicando um papel político mais ativo do jornalismo que o aproxima de um modelo caracteristicamente brasileiro de “poder moderador”. Isso levaria nossa imprensa a adotar relações com o poder Executivo que se poderiam qualificar ora como “governismo”, ora como “oposicionismo”, de modo a atender ao seu compromisso de defesa da democracia e da ordem pública. Em resumo, o jornalismo brasileiro reinterpretaria o modelo de jornalismo independente numa chave própria, influenciada pela nossa cultura política. Nos termos de Albuquerque, no Brasil, a imprensa reivindicaria o papel de árbitro das disputas entre os poderes constituídos, decidindo sempre em favor do “bem comum”.

O terceiro ponto frisado pelos comentaristas é o papel informativo da mídia, promovendo a racionalidade pública e a auto-determinação coletiva, o que só poderia ser realizado adequadamente num mercado livre, no qual qualquer um está autorizado a publicar suas opiniões, em presença de um amplo espectro de informações de fontes mutuamente adversárias. Só assim os cidadãos poderiam ser informados sobre uma variedade de pontos de vista, por meio de canais de comunicação abertos entre o governo e os governados, promovendo uma zona neutra de formação da opinião pública, central para o exercício da soberania popular. Essa idéia encontra respaldo em estudos sociológicos que destacam que, devido à vasta gama de assuntos aos quais não temos acesso pessoalmente, nosso conhecimento se torna cada vez mais dependente dos meios de informação.

Nessa perspectiva positiva, além dos argumentos dos autores liberais, há outras vozes, como Wolton (1995), para quem não existe uma antinomia entre comunicação e democracia de massa, pois, pelo contrário, a comunicação é uma condição estrutural do funcionamento da democracia. Em *As contradições do espaço público mediatizado* (1995), ele diz que a democracia pressupõe a existência

de um espaço público no qual sejam debatidos os grandes problemas do momento. A democracia de massa que temos hoje implica um maior número de atores, exprimindo-se sobre um número maior de assuntos. Isso modificou o espaço público, no sentido de um alargamento resultante da democratização e do papel cada vez maior representado pelos meios de comunicação. Por isso, o espaço público contemporâneo é mediatizado, ou seja, é indissociável do papel dos meios de comunicação.

No século XVIII, o espaço público surge restrito, ligado a uma elite iluminada, pequena e homogênea do ponto de vista social e cultural, que debatia entre si informada por uma imprensa partidária e pela edição livreira. Esse modelo nada tem a ver com o espaço público de uma democracia de massa com sufrágio universal igualitário; alargamento constante do campo político; institucionalização das grandes funções sociais ligadas à educação e à saúde; atores de origem social e cultural diferenciada; conflitos mais numerosos; presença dos meios de comunicação de massa e das pesquisas de opinião pública.

O novo espaço público existe numa sociedade aberta, urbanizada, com forte valorização do indivíduo. Mas, ao mesmo tempo, esse espaço se caracteriza também pela organização de massa, em termos de trabalho e de consumo, dos tempos livres e de educação. A contradição principal da nossa sociedade está exatamente em administrar essas dimensões opostas, que Wolton chama de “sociedade individualista de massa”. Por um lado, essa sociedade implica a prioridade concedida a tudo aquilo que facilita a expressão, a identidade e a libertação do indivíduo e, por outro, é uma sociedade que no plano econômico, político e cultural se baseia no grande número. Essa antinomia pressupõe a existência de um espaço público alargado, mediatizado, o único no qual se pode administrar essa característica contraditória das sociedades atuais. Nesse novo espaço público, a imprensa e os meios audiovisuais desempenham um papel considerável, em termos de informação e de comunicação.

Por outro lado, esse espaço público é caracterizado pelas pesquisas de opinião, que constroem permanentemente uma representação da opinião pública.

Assim, as informações sobre os acontecimentos fornecidas pelos meios e as pesquisas sobre o estado da opinião de outro são condições de funcionamento do espaço público alargado da democracia de massa.

Apesar de seu otimismo, Wolton reconhece a existência de contradições na implementação desse espaço público. Para ele, a comunicação é condição funcional e normativa do espaço público e da democracia de massa, mas não pode, por si própria, garantir a qualidade do funcionamento desse espaço público democrático. Isso porque há valores políticos diferentes dos valores comunicacionais. Além disso, a comunicação mediática aprofundou a personalização, que já existia na política.

Outra contradição vislumbrada por Wolton é a que ele denomina identificação comunicação-ação. Em política, a ação é inseparável da comunicação, sobretudo em uma democracia, na qual os políticos devem satisfações de suas ações. Mas, se a política se define pela tomada de decisão, pelo exercício do poder, há hoje um crescimento da comunicação em relação à ação, um apagamento da fronteira entre comunicar e agir.

Por último, ele se refere à falsa transparência, ao sentimento de que os problemas importantes de uma sociedade são visíveis, sendo sempre levados ao conhecimento de todos pelos meios de comunicação e pelas pesquisas de opinião. É uma falsa visibilidade, que resulta num sentimento de relativa segurança. É uma ilusão de um conhecimento dos fatos. É preciso manter diferentes representações da sociedade para evitar uma falsa homogeneidade, uma falsa transparência.

Para solucionar essas contradições da comunicação na democracia contemporânea, ele defende que o crescimento paralelo da comunicação e da política torna necessária a permanência de uma tensão e um antagonismo entre os valores de cada uma das áreas. No entanto, o autor não sugere um caminho para a manutenção dessa independência entre os valores da política e da comunicação. Se a própria política precisa dos meios para se legitimar continuamente, aumenta sua dependência em relação à comunicação.

Gomes (1997) examinou a problemática relação entre os meios e a organização democrática da sociedade, fazendo, também, uso do conceito de esfera pública, conforme proposto por Habermas. Para Gomes, a esfera pública indica “o âmbito

da vida social em que se realiza a discussão permanente entre pessoas privadas reunidas num público.”

Mas a esfera pública não existe mais dessa forma e é discutível mesmo que tenha existido no passado. As mudanças pelas quais passou a sociedade contemporânea solaparam suas bases, criando a ilusão de que ela teria se mantido, quando, na verdade há muito deixou de existir, mantendo apenas a aparência de uma “pseudo-esfera pública, encenada, fictícia, cuja característica maior parece consistir em ser dominada pela comunicação e cultura de massas.” (GOMES, 1997, p. 7) Apesar disso, o conceito de esfera pública continua a fazer sentido porque “se está descrevendo uma instituição que é nada mais nada menos que o coração da democracia moderna.” (idem, p. 26) O problema é que esse conceito não deve ser tomado descritivamente, mas normativamente:

Isso significa que só aparentemente ele descreve o que se passa com os fenômenos; na verdade ele diz como os fenômenos seriam, se fossem como deveriam ser. Um conceito normativo não é construído a partir dos fenômenos e para deles dar conta, mas a partir daquilo que se considera como sendo a essência dos fenômenos e para justamente normatizar os fenômenos reais e concretos, como critério para a sua avaliação.(GOMES, 1997, p. 26)

Apesar das restrições à esfera pública contemporânea, Gomes defende, em texto posterior (1998), a “possibilidade de convivência entre uma esfera argumentativa, coerente, racional e aberta e uma cena pública sedutora, voltada para o entretenimento, frívola e espetacular”. Essa dicotomia se resolveria distinguindo a esfera de visibilidade pública da esfera da discussão pública, sobre cuja pauta os meios têm influência. Por isso, ele vê a existência de uma esfera pública no interior da própria cena pública mediática, caracterizada pelos debates que ela, ainda que não sistematicamente, propicia, por meio da realização de entrevistas, discussões etc.

Jornalismo como “viés” da democracia

Na direção contrária, há autores que vêm nos meios, na forma como se apresentam na sociedade capitalista, um empecilho à plenitude da democracia, entendida como governo pela maioria. Uma demolição sistemática do legado de visões da tradição liberal sobre o papel democrático dos meios foi desenvolvida por Curran (1996), para quem essa tradição tem pouco a ver com a realidade contemporânea, apesar de seus pontos de vista virem sendo repetidos ao longo do tempo. Embora considere a supervisão crítica do governo como um aspecto importante da ação da mídia, argumenta que se trata de uma concepção simplista da sociedade, na qual o conflito principal é visto entre o indivíduo e o Estado, ignorando a opressão exercida por outras estruturas, como a economia, por exemplo. Os meios têm, documentadamente, deixado de investigar criticamente as atividades dos conglomerados aos quais pertencem, e não agem como “cães de guarda” independentes servindo o interesse público, mas sim como organizações que usam sua força para promover seus próprios objetivos particulares. Outros autores vêm a emergência de um complexo informacional-cultural com laços com o governo, que dá apoio ao capital e ao conservadorismo, sendo, ao invés de uma fonte popular de controle do governo, meramente um meio pelo qual as forças dominantes buscam exercer influência informal sobre o Estado. A crítica real seria aquela proveniente da militância da esquerda, mas tanto os governos como a imprensa tendem a ser conservadores. Embora possa haver conflitos entre jornais e governos, a tendência é a uma lealdade patriótica em casos de crise. Por último, não caberia adequadamente à imprensa no sistema de mercado o papel de cão de guarda, porque seu conteúdo é constituído principalmente pelo entretenimento.

Ao examinar a idéia da mídia como representação pública do consumidor (o Quarto Poder), Curran (1996) diz tratar-se de uma mitologia, pois o domínio dos meios por oligopólios restringiu a diversidade, a escolha pela audiência e o controle público, reduzindo a entrada de outras empresas no mercado, de modo a criar uma zona de influência na qual as forças econômicas dominantes têm já uma posição

privilegiada. As atuais estruturas de mercado, assim, ao contrário do que propalam os liberais, ao invés de promoverem a diversidade, constroem e impõem limites à diversidade. Ele argumenta que o conceito de controle soberano do consumidor ignora o papel central da publicidade comercial no financiamento dos meios, bem como o espectro de influências que dão conteúdo à mídia e, por fim, a resistência das organizações informativas às pressões populares.

Ao tratar dos meios como fonte de informação pública, o autor comenta que a própria existência de um mercado de mídia constitui um empecilho ao jornalismo. Transformada em mercadoria, a informação acaba sendo simplificada, condensada, personalizada, descontextualizada, dando ênfase à ação ao invés do processo, à visualização ao invés da abstração, ao estereótipo, ao invés da complexidade humana.

Corroborando essa visão, McChesney (1999) observa que o jornalismo nos Estados Unidos se baseia em fontes oficiais, evitando, por outro lado, assuntos públicos de longo prazo, minimizando a oferta do contexto histórico e ideológico necessário aos leitores. Os jornalistas internalizam a noção de que os negócios é que realmente conduzem a sociedade, de modo que promovem uma ampla cobertura dos mesmos, achando natural que seja dada pouca atenção ao mundo do trabalho. Dessa maneira, estão longe de ser politicamente neutros ou “objetivos”. Para este autor, as noções tradicionais de separação de interesses editoriais e comerciais estão se enfraquecendo, à medida que anunciantes desempenham um papel crescente na determinação dos conteúdos (McCHESNEY, 1997).

No Brasil, um dos autores pioneiros na vertente dos estudos acadêmicos dessa questão, Marcondes Filho (1989), também desenvolve uma crítica categórica do jornalismo produzido nos marcos do capitalismo. Para ele, o jornalismo, via de regra, atua com grandes forças econômicas e sociais, sendo representante de conglomerados econômicos ou grupos políticos interessados em dar foro de objetividade às suas idéias. Alexis de Tocqueville considerava a imprensa como garantia da liberdade individual na sociedade democrática, mas essa perspectiva tornou-se anacrônica com tendência à concentração da imprensa. Em meados do século 20, a imprensa se torna empresa com fins lucrativos sem perder seu caráter

político. Para ele, o jornalismo moderno é seleção, ordenação, atribuição ou negação de importância a fatos, os quais passam a funcionar como se fossem o espelho do mundo, quando, na verdade, se trata de uma forma mascarada de luta pelo poder (MARCONDES FILHO, 1989).

Miguel (2001) observa que os meios são hoje o principal instrumento de difusão das visões de mundo e dos projetos políticos, sendo que neles se encontram as representações do mundo social, ligadas aos diversos grupos de interesse da sociedade. Mas há um viés nessa representação: os meios reproduzem mal a diversidade social, o que acarreta resultados negativos para o exercício da democracia:

Tal quadro deixa claro que os meios de comunicação, na forma em que existem hoje, dificilmente darão espaço para a expressão ou a constituição de interesses que ameacem as estruturas básicas do capitalismo. [...] De fato, o desequilíbrio de recursos que o capitalismo produz na esfera econômica transborda sem cessar para a esfera política, comprometendo a igualdade que é requisito para o exercício da democracia [...] e a propriedade da mídia pode ser encarada como uma manifestação deste fato mais geral [...] (MIGUEL, 2001, p. 5).

A influência dos meios sobre o campo político se dá na formação do capital político, para o qual a visibilidade na mídia é essencial. Mas a influência dos meios também é visível na formação da agenda dos leitores ou espectadores (ou seja, a pauta das questões consideradas relevantes), na capacidade de formular preocupações públicas. Além da agenda, os meios têm a capacidade de enquadrar os acontecimentos, através de esquemas que privilegiam determinada interpretação dos acontecimentos.

O autor argumenta que a ação dos meios se expressa na própria concepção do campo da política, que, via de regra, é restrito às instituições políticas, a questões como o parlamento, os poderes, eleições e partidos, deixando num segundo plano assuntos como os movimentos populares, as demandas de minorias ou de mulheres, as lutas ambientalistas. A mídia se adapta ao recorte dominante, que é formulado

pelo próprio campo político. Assim, o noticiário jornalístico, privilegiando a disputa por cargos e estratégias partidárias, contribuiria para fixar o campo da política fechado sobre si mesmo, definido apenas pela conquista do poder, enquanto os problemas concretos perdem o conteúdo, sendo convertidos apenas no objeto de disputas por espaço político.

Outro ponto crítico focalizado pelo autor é o da linguagem. A mídia é responsável pela conversão do discurso político às suas regras, especialmente a televisão, na qual se destaca o peso da imagem dos políticos, a fragmentação e a superficialidade. Os próprios políticos acabam adaptando seu discurso a falas de poucos segundos, buscando o efeito acima de tudo, como forma de alcançarem audiência e notoriedade. A complexidade dessas relações aumenta quando se considera que o próprio campo da mídia não é autônomo, incorporando objetivos advindos do campo econômico, representando *lobbies* empresariais, empreiteiras ou concessionárias de serviços públicos.

Para Miguel (2003), a democracia representativa trouxe modificações importantes ao conceito original de democracia, ao implicar a escolha de representantes, a formação dos partidos políticos, as eleições. Além dessas modificações e a partir delas, as campanhas eleitorais trouxeram o peso da agenda pública para o processo de escolha dos representantes pelos eleitores, evidenciando a importância da informação no processo político, de modo a condicionar a escolha eleitoral. Há, portanto, além da representação formal, uma segunda dimensão da representação política, representada pelo agendamento dos temas e sua hierarquização, tornando os demais grupos de interesse da sociedade meros consumidores da informação. Se estes grupos desejarem introduzir questões na agenda pública precisam sensibilizar os meios de comunicação. O debate público não se limita, pois, ao parlamento, mas envolve toda a sociedade, de modo que a mídia tem uma função determinante, agendando os temas do debate e dando a eles determinado enquadramento. Nesse sentido, para Miguel, a representação política significa tanto participar das tomadas de decisão em nome de outros como participar da produção da agenda pública em nome de outros, que é a função da mídia:

Fica claro que os meios de comunicação de massa exercem uma função *representativa* nas sociedades contemporâneas. Em especial através do jornalismo, mas não só, a mídia nos diz diariamente o que é o mundo e, embora possamos recorrer a outras fontes, elas sempre permanecem em posição secundária, de complementaridade (Miguel, 1999). [...] Entender os meios de comunicação como uma esfera de representação política é entendê-los como um espaço privilegiado de disseminação das diferentes perspectivas e projetos dos grupos em conflito na sociedade. (MIGUEL, 2003, p. 133)

No entanto, essa representação, como o autor já destacara no texto anterior, é enviesada porque sofre a influência dos proprietários dos meios, dos anunciantes, da pressão da competição pelos leitores. Como conclusão, há necessidade de uma democratização da comunicação, o que não é tarefa fácil devido à permanente distinção entre produtores e consumidores de informação, reflexo da diferença entre cidadãos comuns e seus representantes. Um conjunto de providências na direção da democratização implicaria um conjunto de ações, indo desde a desconcentração da propriedade dos meios até a qualificação do público para a interpretação das informações que recebe.

Em outro texto, Miguel (2004) afirma que os problemas de implementação efetiva da democracia nas sociedades contemporâneas, situa-se, em particular, a questão da qualidade do fluxo das informações a que o cidadão tem acesso (MIGUEL, 2004). Para ele, os meios de comunicação seriam “intrusos” no funcionamento da democracia, pois os partidos é que deveriam estar em posição de centralidade, como intermediários do jogo político. Mas aqui o autor entra em contradição com suas análises anteriores, nas quais colocou a ação da mídia como uma outra face da representação política. A nosso ver, trata-se de um recuo após constatações bastante pertinentes sobre a natureza da luta política contemporânea, na qual, como já frisara Rubim (2000), os meios formam o verdadeiro ambiente e não simples apêndices ou acessórios.

No contexto da perspectiva crítica, destaca-se a questão da concentração e oligopolização dos meios. Investigador dos efeitos dessa tendência das comunicações

no processo democrático, Lima (1997) concentrou grande parte de seus estudos sobre o papel da Rede Globo na vida política brasileira. Ele indaga:

Nesse novo quadro que se configura, haverá ainda espaço para o desenvolvimento do livre mercado, da competição e da própria democracia liberal? Será possível conciliar oligopólio e monopólios dos mídia com *livre debate de idéias e opinião pública* autônoma? O pluralismo e a diversidade ainda serão possíveis ou já será tarde demais para se fazer frente à “nova lógica” do mercado? Será inevitável a consolidação de uma “democracia oligopolizada” em que o setor de comunicações permanecerá também oligopolizado? (LIMA, 1997, p.148-149)

McChesney (1999), na mesma direção, considera que os meios se tornaram uma força anti-democrática, devido à sua concentração em poucas mãos, afastando-os dos ideais liberais e reforçando a tendência para o comercialismo, implodindo a vida pública. Para ele, o que acontece nos Estados Unidos nem de longe se aproxima de uma sociedade democrática, pois muitas decisões-chave são o campo do setor corporativo e a maior parte das decisões governamentais são influenciadas por interesses especiais, com pequena participação ou divulgação pública.

Hegemonia e democracia

Nosso intuito, nesta parte é tentar situar a questão da democracia num quadro de correlação de forças sociais, procurando uma concepção que não se deixe capturar pelas antinomias examinadas. Parece-nos que, tomadas ao pé da letra, tanto as perspectivas liberais como as abordagens críticas podem conduzir a concepções reducionistas da inserção social, do papel e do caráter da ação política dos meios. Ressalvadas as relativizações feitas pelos autores analisados, as quais apontamos, as formas “puras” das duas perspectivas se apresentam como absolutos que se confrontam, preparando ciladas que aprisionam e imobilizam a análise do

problema. A perspectiva liberal adota uma visão idealizada e não contraditória da sociedade, que não corresponde aos fatos observados, consagrando o existente como arauto de uma harmonia perfeita, de modo que não critica as práticas vigentes nem vê necessidade de seu aprimoramento. Em sentido contrário, a perspectiva crítica, ao não atribuir qualquer valor democrático à comunicação na economia de mercado, também não alimenta qualquer esperança de aprimoramento dos meios no âmbito do capitalismo. Na ausência de uma alternativa revolucionária, restaria denunciar inutilmente o quadro atual. Nem a ingenuidade nem a descrença parecem favorecer o processo democrático.

No entanto, a nosso ver, cada uma das perspectivas possui elementos de verdade ou, pelo menos, observáveis, mas que precisam ser reavaliados, com vistas à construção de um modelo mais apto a representar a relação da comunicação com a democracia no mundo empírico.

Primeiramente, considerando os pressupostos liberais, parece defensável teoricamente que meios de comunicação independentes tenham um papel na crítica da condução e administração da coisa pública, na informação dos cidadãos sobre os temas relevantes da vida coletiva, sendo um elemento importante na promoção da democracia. A limitação dessa perspectiva é que a dinâmica social é mais complexa que a doutrina liberal, que identifica diretamente os meios com o interesse público, não reconhecendo que a propriedade privada pode introduzir uma perspectiva de classe às suas pautas, o que, obviamente, conspira contra o ideal democrático de um debate público equilibrado. NOVELLI (2004) notou essa ambigüidade da imprensa dizendo que enquanto empresa privada ela não precisa submeter-se às regras que presidem os órgãos públicos, mas ao mesmo tempo participa do debate político, sendo vista como um serviço público e reivindicando o prestígio de uma instituição pública.

Em direção contrária, a abordagem crítica, ao abordar os meios no contexto das relações sociais, em contextos concretos, permite aproximações mais realistas e está apoiada por um sem número de estudos empíricos e analíticos, que trouxeram evidências às suas posições. Porém, a tendência dessa abordagem a restringir a

ação dos meios à perspectiva dos proprietários não lhe permite considerar a possibilidade de uma representatividade ampliada da ação dos meios, promovida por pressões internas ou externas a eles. A noção de hegemonia, formulado por Antonio Gramsci, a nosso ver, forneceria à perspectiva crítica um modo mais matizado de interpretação do significado e do papel complexo das comunicações na sociedade contemporânea. Coutinho (s/d) ressalta a atualidade desse conceito na elaboração de uma teoria da democracia, lembrando que Gramsci foi, no contexto do pensamento marxista, o autor que mais desenvolveu uma reflexão criativa e original sobre a hegemonia, capaz de “fornecer preciosas pistas para superar muitos dos impasses em que se tem debatido até hoje a teoria democrática.” Ele argumenta que se tem em Gramsci “uma nova visão de democracia, nova não só em relação à tradição marxista, mas também – e sobretudo – em relação à tradição liberal.”

É certo que os meios de comunicação são instrumentos de construção da hegemonia, mas, como se sabe, na formulação de Gramsci este conceito vai além da dominação pura e simples, implicando reformas ou concessões, graças às quais uma classe logra a liderança intelectual e moral sobre as demais. Observamos que a referência a concessões pressupõe, necessariamente, a existência de pressões, demandas, provenientes de outras classes sociais, de modo que o conceito não deve ser lido como expressão de uma magnanimidade da classe hegemônica mas sua resposta estratégica. De qualquer maneira, a classe hegemônica vai além seus interesses econômicos imediatos, a fim de lograr o consentimento social, unindo categorias e classes de uma sociedade num bloco histórico.

Transportando essa concepção da vida política para o campo da comunicação, podemos supor que, além de atenderem aos objetivos imediatos dos grupos proprietários e aos interesses das classes hegemônicas, os meios noticiosos precisariam ultrapassá-los e representar algumas demandas das demais classes sociais, até mesmo para atender o restrito objetivo mercadológico, pois os interesses da classe empresarial não são necessariamente os das suas audiências e estas, embora se possa admitir que sejam influenciáveis por suas visões de mundo, apresentam demandas específicas. Os meios precisariam, portanto, alargar o âmbito

de suas pautas, falar a linguagem e abordar os temas de contingentes maiores, contemplando, pelo menos, os interesses da classe média. Mas, além desta classe, há uma consciência geral nas sociedades contemporâneas de que os extremos de desigualdades econômicas e sociais, por exemplo, não são defensáveis sob nenhum ponto de vista, nem mesmo os mais utilitaristas e que, portanto, os problemas e demandas das camadas subalternas e dos setores excluídos também precisam estar representados nos meios (embora o sejam de forma precária e eventual). Ou seja, talvez haja consensos mínimos nas sociedades contemporâneas que envolvam também os conteúdos dos meios de comunicação.

As análises dos noticiários revela agendas e enquadramentos noticiosos que majoritariamente se poderiam considerar sintonizados com os interesses e preocupações dos grupos proprietários, das elites empresariais em geral. Mas esses resultados não definem automaticamente os conteúdos dos meios para sempre. Embora se possam traçar certas características gerais balizadoras das pautas da comunicação de massa numa sociedade capitalista, a posição dos meios a respeito de um determinado tema ou sua ação específica no processo democrático numa dada conjuntura são fatos de natureza histórica, ou seja, sua conduta depende da correlação de forças num dado momento, da ação de pessoas, de categorias sociais, entidades, movimentos sociais, não podendo ser totalmente determinadas de antemão. Isso implica, além da variabilidade das situações, que a comunicação pode também ser vista como um espaço de luta pela democracia, num processo permanente. Ou seja, não se trata de acomodar-se, mas de buscar a ampliação do âmbito de preocupações e interesses dos meios.

Mas a luta pela democratização da sociedade e da política não se trava unicamente no âmbito dos meios: se é verdade que a comunicação é importante para a democracia, em sentido contrário, a existência ou não da democracia é uma condicionante decisiva da natureza da comunicação que se pratica. A linha de determinação entre os dois termos, tem um vetor mais forte que vai da garantia de condições gerais da convivência democrática (vigência do Estado de Direito, liberdades públicas, garantias individuais, império da lei etc.) em direção à comunicação. A história das transformações radicais das orientações do jornal

Folha da Tarde, durante e após o regime militar, feita por Beatriz Kushnir (2004), constitui um relato precioso dessa engrenagem que articula a questão da vigência ou não da democracia política às práticas mediáticas concretas de redação e edição jornalísticas. Ou seja, mais democracia política resulta em meios mais democráticos. Mas é possível ir além das garantias básicas, dos direitos fundamentais de liberdade de expressão, de modo a incluir políticas que promovam e incentivem formas públicas de comunicação democrática, atuando paralelamente aos meios comerciais, por meio de subsídios, por exemplo, para atender setores ou interesses não atendidos pelos meios convencionais. Uma discussão sobre alternativas de organizações mediáticas não poderia ser desenvolvida aqui, mas o tema sido objeto de trabalhos de Miguel (2004 b), Fonseca (2004) e Curran (apud BAKER, 2001).

Por último, é preciso estabelecer distinções nas análises do papel de cada um dos diferentes meios de comunicação na democracia. Há uma enorme diferença entre a imprensa e a televisão, por exemplo, facilmente observável por diversos critérios, tanto de linguagem como de profundidade e cunho analítico, interpretativo. Além do mais, não existe semelhança alguma entre a influência política de um meio de comunicação local ou regional e uma rede de televisão nacional oligopólica. Dada a deformação que pode exercer no processo democrático pelo peso de sua influência social em comparação com qualquer outro meio, mas principalmente por não enfrentar qualquer contraditório, na ausência de concorrência efetiva, a rede oligopólica constitui sempre uma ameaça potencial para a democracia. Nesse sentido, a questão principal na análise do binômio comunicação-democracia continua sendo, sem dúvida, a concentração da propriedade, que induz à concentração das audiências e, portanto, ao gigantismo das influências.

A comunicação na sociedade contemporânea se realiza, portanto num contexto de classes com interesses divergentes e conflitos, mas há consensos mínimos compartilhados. Nesse quadro complexo, em permanente tensão, o papel da atividade jornalística na realização da democracia é marcado pela luta por espaços e enquadramentos. Rejeitando definições categóricas ou visões essencialistas, em prol de uma visão histórica da ação do jornalismo, entendemos que, ao invés de

uma atuação uniforme e previsível, seu papel resulta da influência de diversas forças, num quadro de valores profissionais, sociais e políticos, no qual jornalistas e demais cidadãos são confrontados em situações concretas.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A. Um outro “Quarto Poder”: imprensa e compromisso político no Brasil. *Contracampo*, v. 1, no. 4. Niterói, 2000.

ANSART, P. *Ideologias, conflitos e poder*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

BAKER, C.E. *Media, markets and democracy*. West Nyack: Cambridge University Press, 2001.

CUNNINGHAM, F. *Theories of democracy: a critical introduction*. Florence: Routledge, 2001.

COUTINHO, C. N. *Atualidade de Gramsci*. 1997

<http://www.acesa.com/gramsci/?page=visualizar&id=293> – acesso em 10/01/2005

CURRAN, J. Mass media and democracy revisited. In: CURRAN, J.; GUREVICH, M. (eds) *Mass media and society*. London/N.York/Sidney/Aukland: Arnold, 1996.

LINS DA SILVA, C.E. (coord.) *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo: Cortez-Intercom, 1982.

FALLOWS, J. *Breaking the news: how the media undermine american democracy*. New York: Vintage Books, 1997.

FONSECA, F.C.P. Mídia e democracia: falsas confluências. *Revista de Sociologia e Política*. Curitiba, n. 22, p. 13-24, jun 2004.

GOMES, W. *Esfera pública política e media: com Habermas, contra Habermas*. Texto apresentado no GT de Comunicação e Política da COMPÓS. São Leopoldo: UNISINOS, 1997.

_____. *Esfera pública política e media – II*. Texto apresentado ao GT de Comunicação e Política da COMPÓS. São Paulo: PUC, 1998.

KUSHNIR, B. *Cães de guarda: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988*. São Paulo: Boitempo, 2004.

LATTMAN-WELTMAN, F. *Mídia e accountability: dimensões e condições da poliarquia*. Trabalho apresentado ao X Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), Brasília/DF, 29 de maio a 1 de junho de 2001. Disponível em: <http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/2001.html>

LIMA, V.A. Comunicações, política e democracia. In: TRINDADE, A.A.C. e CASTRO, M.F. *A sociedade democrática no final do século*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

MADRID, J.E. Meios de comunicação e construção da hegemonia. In: LINS DA SILVA, C.E. (coord.) *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo: Cortez-Intercom, 1982.

MARCONDES FILHO, C. *O capital da notícia*. São Paulo: Ática, 1989.

McCHESNEY, R. *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*. New York: The New Press, 1999.

_____. *Corporate media and the threat to democracy*. New York: Seven Stories Press, 1997.

McQUAIL, D. *Mass Communication Theory*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage, 2000.

MENDONÇA, A. S. Comunicação e teoria da hegemonia. In: LINS DA SILVA, C. E. (coord.) *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo: Cortez-Intercom, 1982.

MERTON, R. K. & LAZARSELD, P. F. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, L. C. (Org.), *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1990.

MIGUEL, L.F. Mídia e vínculo eleitoral: a literatura internacional e o caso brasileiro. *Opinião Pública*. Campinas: v. X, n. 1, maio 2004. p. 91-111.

_____. *Modelos utópicos de comunicação de massa para a democracia*. Trabalho apresentado ao XIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), São Bernardo do Campo, 22 a 25 de junho de 2004b. Disponível em <http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/2004.html>

_____. Representação política em 3-D. Elementos para uma teoria ampliada da representação popular. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 18 n. 51, fevereiro, 2003.

_____. *Influência e resistência: em busca de um modelo complexo da relação mídia/política*.

Trabalho apresentado ao X Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), Brasília/DF, 29 de maio a 1 de junho de 2001. Disponível em: <http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/2001.html>

NOVELLI, A.L. O projeto Folha e a negação do quarto poder. In: MOTTA, L.G. (org.) *Imprensa e poder*. Brasília: UnB-Imprensa Oficial, 2002.

RIBEIRO, R. J. *A República*. São Paulo: Publifolha, 2001.

RUBIM, A.A.C. *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker Eds., 2000.

SCHEMENT, J.R. *Encyclopedia of communication and information*. New York/ Farmington Hills: Macmillan Reference USA, 2002.

WOLTON, D. As contradições do espaço público mediatizado. *Revista de comunicação e linguagens*. Comunicação e Política. Lisboa: Edições Cosmos, 21-22, 1995. Edição especial. p. 167-188.

A Utopia às Avessas: as crônicas de Diogo Mainardi na revista *VEJA*

The Reverse Utopia: Diogo Mainardi's chronicles in *VEJA* magazine

Ana Maria GOTTARDI

Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Marília – Unimar – Marília / SP – Brasil.

E-mail: gottard@terra.com.br

RESUMO

Este estudo continua uma análise da crônica satírica, que pretende evidenciar uma escala de tons que vai da ironia amigável, passando pelo riso debochado, até a mordacidade e o sarcasmo. Esta última atitude é agora considerada, focalizando-se as crônicas de Diogo Mainardi, publicadas semanalmente na revista *Veja*. A análise classifica sua ironia como agressiva, pois ela manifesta-se de um modo sarcástico e muitas vezes ofensivo.

PALAVRAS-CHAVE: crônica satírica - ironia agressiva – mordacidade – sarcasmo - utopia às avessas.

ABSTRACT

This paper continues an analysis of the satirical chronicles, that intends to expose a scale of tones that goes from a kind humour, passing by a mocking laughter, till mordacity and sarcasm. This last attitude is now considered, focalizing on Diogo Mainardi, is chronicles published weekly in *Veja* magazine. The analysis classified his irony as aggressive, because his chronicles acts in a sarcastic and very often offensive way.

KEY WORDS: satirical chronicles - aggressive irony – mordacity – sarcasm - reverse utopia

Este texto continua uma apreciação de cronistas brasileiros que se caracterizam pela escolha da ironia e da sátira como uma estratégia discursiva na visão do cotidiano brasileiro, mirando com especial ênfase a classe política, numa gradação que vai do humor “bonachão”, passando pela sátira desbragada, até a mordacidade ferina. Esta última postura, que identificamos com o autor ora analisado, revela a suprema irritação da inteligência com a mediocridade e incompetência reinante na sociedade em geral. Estamos falando de Diogo Mainardi, o ácido cronista da revista VEJA. O espírito mordaz é declarado em suas próprias palavras: “Falar mal das pessoas é muito mais gratificante do que falar bem. Eu, se pudesse, só falaria mal. Ocasionalmente, porém, até um espírito mesquinho como o meu...” (“Meu amor por Ninoca”, 29/01/2003). A análise focaliza textos publicados no decorrer dos anos de 2003, 2004 e 2005.

Ao comentarmos o caráter satírico de suas crônicas, façamos também uma inversão, comecemos por “O plano B de bom” (07/04/2004), em que o tom é inesperadamente sério; nela o cronista faz uma análise pertinente de medidas econômicas tomadas pelo governo, com argumentação objetiva, apresentando alternativas convincentes para as situações criticadas. O humor fica por conta de comentários irônicos que finalizam os parágrafos: “Alguém aí me ajude a fazer a soma, por favor”, “Estamos, portanto, em boas mãos” e “Pena que ninguém tenha votado em mim na última campanha presidencial”. As tiradas irônicas são uma sinalização para a leitura de suas crônicas que, pelo avesso, revelam sua impaciência com a pusilanimidade reinante na vida política e econômica do país, ou na vida do país como um todo. Assim, suas invectivas dirigem-se aos mais diversos ramos da vida social: à cultura, à religião, à economia, à política, especialmente ao PT e a Lula, aos brasileiros e ao Brasil.

Realmente, a ironia é uma constante em sua crítica e para pensar sobre ela, consideremos, num primeiro momento, que ela é uma escolha arriscada, não há

garantias de que o interpretador vá decodificá-la da maneira com que foi intencionada, fato que ressalta em uma das crônicas de Mainardi, “Podia ser Marabá. Ou Quixadá” (25/05/2005), em que o cronista diz que foi mal interpretado pela população de Cuiabá, que se indignou por ter Mainardi declarado, em crônica anterior, que pagaria para não ter de ir a Cuiabá. Justificando-se, diz:

A reação dos cuiabanos foi um tantinho exagerada. Não era minha intenção ofender a cidade. Eu poderia ter citado Marabá. Ou Quixadá. Ou Nhamundá [...] Tanto faz. O efeito teria sido igual. Citei Cuiabá apenas porque a vejo como um paradigma de lugar remoto.

Com pretensas desculpas, usando justamente da prerrogativa da fala irônica que sempre pode negar a intencionalidade, o cronista lança mão da figura da preterição (“Não era minha intenção ofender a cidade”), para em seguida desenvolver um texto acidamente satírico em relação à cidade citada, enumerando em tom humorístico, mas altamente preconceituoso, as “atrações” de Cuiabá, seus “pontos turísticos” e “figuras proeminentes”, como se percebe pelos trechos “Seu edifício histórico mais relevante é o Mercado do Peixe”, ou “Sua grande celebridade é Jeje de Oyá, um colunista social ‘negro, pobre, homossexual’”, ou ainda “a memorável campanha publicitária do Supermercado Trento”, terminando num tom gozador que engloba o país como um todo, na sugestão de provincianismo e falta de atrativos de qualquer tipo: “O país é grande e tem um bocado de gente. Isso não faz dele um lugar menos aborrecido”.

A figura da preterição é usada por Mainardi em mais de uma ocasião, numa atitude falsamente humilde, figurando o ingênuo eirônico, criando elocuições de pretensas apologias, como na crônica citada, ou pretensas ignorâncias ou deferências, como na crônica “Corrente chapa-branca” (22/01/2003), ao dizer:

Aos poucos, porém, vou me acostumando à vidinha carioca. Até comecei a ler os cronistas locais. Em particular, Zuenir Ventura. Como pude

sobreviver esse tempo todo sem ele? Zuenir Ventura virou meu guia , meu oráculo. Recorto seus artigos e releio-os compulsivamente, várias vezes por dia. De tudo o que ele diz, eu digo o contrário. De tudo o que ele faz, eu faço o contrário. É a coisa mais cômoda que existe. Basta ver como ele se posiciona e, sem parar para pensar, escolher o lado oposto. “É bom viver sem pensar.” (grifos nossos)

Vemos como o aparente elogio transmuta-se na crítica ridicularizante, que já se vinha denunciando em índices como o diminutivo “*vidinha*”, conotando menosprezo, e o elogio hiperbólico das expressões grifadas, totalmente em desacordo com o estilo do cronista. A comicidade do texto intensifica-se com o modo ambíguo com que Mainardi passa da deferência à ironia, sem abandonar necessariamente o significado primeiro: de qualquer forma, Ventura continua na figura de guru, somente na condição de um guru “às avessas”. A tática da pretensa ingenuidade, completada com a auto-ironia: “É bom viver sem pensar”, remonta a Sócrates e é assim apreciada por Aristóteles, segundo lemos em Muecke:

Aristóteles, contudo, talvez porque tivesse Sócrates em mente, considerara a *eironeia*, no sentido da dissimulação autodepreciativa, superior a seu oposto, a *alazoneia*, ou dissimulação jactanciosa...*eironeia* é atualmente uma figura de retórica: censurar por meio de um elogio irônico ou elogiar mediante uma censura irônica. (MUECKE, 1995, p. 31)

Considerando-se o texto irônico como um produto intencional de um ironista, que, a par da sugestão de um outro significado em acréscimo ao que aparentemente afirma, deixa evidente uma atitude avaliatória do que é dito, torna-se ele um importante recurso da estratégia de oposição. Este discurso caracterizado pela oposição é a marca do texto de Mainardi, que, como contrapartida, cria o seu leitor, que o lê tanto por prazer e divertimento, quanto numa maneira catártica, para

purgar a sua própria indignação. Portanto, os leitores têm tanta intenção quanto o autor; como observa Linda Hutcheon:

O interpretador como agente desempenha um ato – atribui tanto sentidos quanto motivos – e o faz numa situação e num contexto particulares, para um propósito particular e por meios particulares. Atribuir ironia envolve, assim, inferências tanto semânticas quanto avaliadoras. (2000, p. 29)

Com essas palavras, apreciamos a contrapartida do estímulo irônico, o leitor que interpreta a mensagem conforme sua conveniência; como a crônica “Podia ser Marabá. Ou Quixadá.” sutilmente sugere, para os cuiabanos interessava interpretar a crônica anterior como uma agressão à cidade, pois com isto despertou-se um movimento de revalorização da cidade, de reafirmação de amor e orgulho cívicos, além do lugar passar a significar alguma coisa para o cronista e, por extensão, para os seus leitores.

De qualquer maneira, a crônica de Diogo Mainardi tem o seu leitor específico, cuja expectativa de leitura já está consolidada e a lê como um discurso de oposição, buscando sempre um sentido satírico. Contudo, até mesmo a figura do leitor é perversamente mobilizada na crônica “Meus queridos leitores” (14/04/2004), que se apropria não só da expressão machadiana para se dirigir aos leitores, mas também, por extensão, do humor cortante, que beira o cinismo, do grande romancista. Logo de início, refere-se à mensagem do “leitor” Vik Muniz, “um dos mais bem-sucedidos artistas plásticos brasileiros”, com o epíteto aparentemente carinhoso de “cartinha”, apenas para “agradecer muito” e notar que “cartesiano é com ‘s’”. Desse modo, o autor emprega o recurso do elogio à produção artística, mas que traz em seguida a crítica aos conhecimentos de língua portuguesa do artista, superposição que desvenda a verdadeira avaliação do seu valor artístico por parte do cronista. Esta será a leitura feita pelo leitor de Mainardi, não o receptor ingênuo, mas a contrapartida do seu texto, o agente envolvido na construção de um sentido, produto da relação entre o que é dito e o que não é dito.

Ao responder ao presidente da Associação Brasileira dos Produtores de Amido de Mandioca (Abpam), repete trechos da fala de seu interlocutor, aproveitando-se já do ridículo provocado pela disparidade entre a linguagem de cunho elevado e a simplicidade do vegetal e do produto designados: a mandioca, um “tubérculo de grande valor”; o amido, “um produto nobre”. Em seguida, provoca o humor num pretense mal-entendido, como se houvesse compreendido mal a asserção do presidente: “Em nenhum momento pretendi sugerir que houvesse algo de errado em comer papelão, tecidos e comésticos”, asserção que, se for realmente essa, será totalmente absurda; assim, da junção da pretensa excusa do cronista com o absurdo da afirmação atribuída ao presidente da associação, constrói-se a mensagem irônica que o cronista pretende: evidenciar a visão comprometida com uma idéia dominante, que por esse engajamento perde a noção de medidas e valores.

Já com Adriano Diogo, secretário do Meio Ambiente de Marta Suplicy, que negou a afirmação do cronista de que a fonte do Ibirapuera teria sido instalada num lago cheio de coliformes fecais, chamando-o de leviano, Mainardi abandona o manto da docilidade irônica, lançando um desafio explícito: “Proponho o seguinte, Adriano Diogo: eu recolho um copo de água do lago, pingo duas gotinhas de cloro e você toma tudo num gole só”. Aqui está uma das faces mais características de Mainardi, o tom escarnekedor, ferino, agressivo, que não sugere, mas sim afirma o discurso crítico. Mais do que de oposição, seu discurso seria o de ataque, dominado ora pelo espírito corretivo, ora pelo ceticismo sobre a possibilidade de mudança. Assim Hutcheon vê as estratégias discursivas desse discurso:

A retórica negativada de desaprovação que circula em torno dessa função ASSALTANTE da ironia é uma de ataque cortante, derrisório, destrutivo ou às vezes de uma amargura que pode sugerir não um desejo de corrigir, mas simplesmente uma necessidade de registrar desprezo e zombaria. (HUTCHEON, 2000, p. 85)

O discurso agressivo, de forte zombaria, é uma das marcas mais características do texto de Mainardi e colhem-se numerosos exemplos em suas crônicas; assim, falando do Brasil e seu governo: “Não dá para crescer com o pior ensino do mundo”, “A recessão é inevitável. Virá de qualquer maneira. Tendo de torcer por uma data, é melhor que ela venha antes das eleições, e não depois. Assim, pelo menos, a gente tem uma pequena chance de se livrar do PT” (22/12/2004); “Rico não sabe votar. O único rico que sabe votar é Paulo Maluf. Ele vota em petista. Deve estar com uma arma apontada para a cabeça.” (27/10/2004); “Bandidos do Comando Vermelho esquartejaram bandidos do Terceiro Comando e jogaram futebol com suas cabeças. Foi o episódio que melhor representou a barbárie nacional. Quando me lembrar de 2004, a imagem será esta: a de uma cabeça rolando, talvez batendo na trave” (22/12/2004); “O Brasil pode não ter se transformado no celeiro do mundo, como esperávamos algumas gerações atrás, mas o que plantamos dá e sobra para engordar os animais dos chineses. O Brasil é o rei do chiqueiro de Jiangsu. O Brasil é o rei do galinheiro de Zhejiang.” (02/06/2004); finalmente, a crônica que começa com “Dou um conselho a Lula. Pare de beber em público.”, e termina: “Lula até agora fracassou em todas as áreas, O saldo de seu governo é muito negativo. Parando de beber em público, ele finalmente seria recordado por algo de bom.” (24/03/2004).

Esse sentimento de profundo desdém que ressuma das expressões citadas, chegando mesmo ao tom apocalíptico, como ao proclamar o fim do Brasil, sinalizam para a postura de distanciamento irônico do autor: coloca-se ele num patamar superior de onde lança seu olhar crítico implacável, de certa forma inacessível, inatingível tanto pelas desgraças apontadas como pelas reações de indignação e furor provocadas pelos seus comentários. Esta forte tintura crítica de seu texto leva-nos a entender a ironia que o domina segundo a interpretação de A. W. Schlegel, para quem “a ironia sempre parece ter uma função satírica, moral ou redutiva” (MUECKE, 1995, p. 43), do mesmo modo que o teor muitas vezes cômico e satírico sugerem a “distância” psicológica entre o observador que se diverte e o objeto que provoca comicidade, configurando o que D. C. Muecke chama de

“postura arquetípica da Ironia Fechada, que se caracteriza, emocionalmente, por sentimentos de superioridade, liberdade e divertimento e, simbolicamente, por um olhar do alto de uma posição de poder ou conhecimento superior”, citando ainda como apoio a esse conceito o pensamento de Goethe: “Goethe diz que a ironia ergue o homem ‘acima da felicidade ou infelicidade, do bem ou do mal, da morte ou da vida’” (apud MUECKE, 1995, p. 67).

Por outro lado, ainda que sua intenção não seja explicar-se, entendemos sua agressividade lendo alguns trechos seus, como este, por exemplo:

A identidade cultural brasileira não se baseou em idéias, mas em um ou dois acordes de violão. A falta de idéias não criou o hábito da contraposição, da reivindicação, da argumentação. Quem não está acostumado a argumentar é facilmente enganado. Por isso o Brasil não funciona. Porque a gente forma espontaneamente majorias bovinas de 96%. Cultura não é rebolar na rua. Cultura é reclamar, achincalhar, protestar, caluniar.” (“O diogomainardismo”, 16/06/2004)

Ou este, desenvolvendo o mesmo argumento:

Cultura é contraposição, enfrentamento, insulto, tabefe. No Brasil aconteceu o contrário. Criada pelo Estado autoritário, nossa cultura só gerou conformidade, acomodação, adesismo, subordinação. O melhor para o Brasil seria o brasileiro desistir de ser brasileiro. (“A invenção do brasileiro”, 17/11/2004)

A postura do cronista fica bastante clara, ao mesmo tempo em que se justifica seu discurso de oposição, pois percebemos um contraste de visão de mundo: a formação do autor é de extração europeia, a sua cultura é a da troca de idéias, da discussão produtiva, da argumentação na defesa do próprio modo de pensar e de seus direitos, da polêmica como exercício intelectual. Daí a crítica ao decantado

“brasileiro cordial”, conceito cuja distorcida interpretação justifica a ausência de discussão e de reivindicações, bem como a apatia diante dos desmandos e injustiças da política sócio-econômica. Assim, do seu ponto de vista, as invectivas cortantes (“cultura é ...insulto, tabefe”; “Cultura é reclamar, achincalhar, protestar, caluniar”) objetivam corrigir um vício de formação do povo brasileiro e seu discurso contundente origina-se na certeza absoluta de seus próprios princípios, procedimento comum à sátira corretiva, que se propõe a alcançar um determinado conjunto de valores. A teoria da intencionalidade da ironia nos ajuda a compreender a atitude mordaz do cronista como uma manifestação de sua posição julgadora negativa; e o tom de desprezo, e até mesmo de deboche de sua linguagem, como decorrente da função corretiva da ironia satírica. Mais ainda, o tom agressivo seria entendido como diretamente proporcional à sua crença e confiança nos próprios valores.

É preciso considerar também que a agressividade pressupõe o engajamento afetivo do cronista, o que, de certa forma, confirma o componente emocional do processo irônico. Entretanto, a situação é complexa, a ironia tem muitas faces, mescla-se tanto com o menosprezo zombeteiro quanto com o distanciamento cético, como depreendemos de uma afirmação sua em crônica já citada, “Estou em guerra com os cuiabanos. Os cuiabanos estão em guerra comigo. Finalmente encontrei adversários à altura. Eles animam a minha vida. Eu animo a vida deles.”, em que as contraposições identificam bem o engajamento em uma polêmica como um passatempo como outro qualquer, que afasta o tédio da vida, alertando para um tipo de ironia lúdica.

O apego à polêmica e ao discurso de ataque, com predomínio da emoção sobre a razão, acentua-se na crônica “O empresário Nassif” (24/08/2005), com afirmações como estas:

É bom brigar. É um prazer brigar. Prefiro brigar quando não tenho razão. Quando não tenho argumentos. No caso de minha briga com Luis Nassif, colunista da *Folha de S. Paulo*, estou coberto de razão. Estou cheio de argumentos. Não preciso enfiar dedo no olho. Não preciso recorrer a golpes baixos. Quase não tem graça brigar com ele.

Com estes argumentos, entendemos aqui a ironia como uma estratégia retórica do discurso, condizente com o campo da polêmica e da contestação, sem esquecer que, ao construir um texto, o autor coloca sempre uma máscara, tornando-se complicado falar em emoção ou comprometimento. O tema é controverso e as opiniões divergem; segundo Kenneth Burke, a ironia é o tropo do desinteressado; já Northrop Frye fala em respostas afetivas por parte do ironista (apud HUTCHEON, 2000, p. 79). Esse arrazoado, que não teria lugar na apreciação crítica de um texto ficcional, valida-se quando está em questão a crônica, texto híbrido de matéria ficcional e jornalística, ou mesmo pessoal, o que estabelece uma íntima relação entre o cronista e a matéria de sua crônica, bem como com seu leitor.

Continuando a pensar sobre a ironia, lembremos que existem “marcadores” do discurso (HUTCHEON, 2000, p. 214), que conferem uma nota dissonante ao texto, sinalizando para o seu teor irônico; sinais que, por um lado, desvelam a intenção do autor e, por outro, incitam os leitores a reconstruírem a verdadeira intenção e o significado subtendido da mensagem; pistas que podem, ainda, ser tanto intratextuais, como intertextuais ou contextuais. Às vezes há como um aviso direto do autor, inserindo explicitamente seu texto numa tradição satírica, como acontece, por exemplo, na crônica “Aonde a vaca vai” (21/05/2003), que termina com uma referência a Bouvard et Pecouchet, de Flaubert, romance satírico sobre dois homens de meia-idade, copistas de escritório que, beneficiados por uma inesperada herança, vão viver no campo e dedicar-se ao estudo das várias matérias do conhecimento humano, além de tentarem tornar-se fazendeiros. Falham em tudo e voltam a ser copistas, passando a copiar um dicionário das idiotices humanas. A correlação com o romance faz-se, por um lado, pela temática, pois o cronista afirma que a solução para a economia brasileira é a agropecuária, preparando-se já ele mesmo para isso assistindo ao canal rural e, portanto, “Eu já estou adaptado aos novos tempos. Se me jogarem num leilão de gado, saberei me virar”. Por outro, a atividade final das personagens sugere a finalidade do discurso do cronista, ou seja, apontar e resenhar a estupidez humana nas mais variadas formas em que ela se apresenta. Na crônica “O Amaral Neto do petismo” (12/01/2005), Mainardi lança

mão de um recurso contextual para sinalizar o tom satírico do texto, usando uma figura da mídia, cujo nome está reconhecidamente ligado à ditadura militar, para ilustrar o caráter e o procedimento da pessoa criticada: “Jorge Furtado é o Amaral Neto do petismo”, diz já no início. E termina com um jogo de palavras para satirizá-la, como se houvesse já no seu nome um valor de predestinação: “A esquerda, durante a ditadura militar, deu a Amaral Neto o apelido de ‘Amoral Nato’. Furtado tem uma vantagem: se alguém quiser aplicar-lhe um apelido depreciativo, nem precisa estropiar seu sobrenome”.

A intenção satírica é explicitamente confessada na crônica “Adeus Lula” (16/03/2005), em que o autor diz: “Semanalmente, eu era desafiado a inventar novas variações para a mesma piada, como no desenho animado do Beep-Beep, em que o coioite sempre acaba esmagado por uma pedra. A idéia era usar qualquer artifício para ridicularizá-lo.” Continuando, num processo metalinguístico, Mainardi enumera recursos utilizados anteriormente para ridicularizar o presidente, terminando por estabelecer relações com outras mídias, como o cinema, comparando o governo de Lula com um clássico filme B, “na implausibilidade do roteiro, na incapacidade técnica, na precariedade de recursos, na ruindade dos atores”, e também com a música, na intertextualidade com a letra de uma composição de Chico Buarque: “Era bom depreciar Lula quando ninguém o fazia. Agora não. Todo mundo o deprecia. Mais e melhor do que eu.” (grifo nosso). A expressão grifada remete aos versos da conhecida canção Olhos nos Olhos, “Quantos homens me amaram/ Bem mais e melhor que você”, canção que não por acaso fala de sentimentos, de amor e desamor, como a crônica, em que o cronista, satiricamente, “expõe” seus sentimentos em relação a Lula: “enjoei de Lula”, “Peguei bode”, “Estou farto”, “Somatizei Lula”. A referência a Chico Buarque adquire um matiz irônico mais forte considerando-se a posição ideológica do compositor, de apoio ao PT e a Lula.

Ainda no âmbito da música, a intertextualidade usada como recurso irônico aparece no título da crônica “Olha que coisa mais linda” (05/03/2003), uma clara referência a uma canção emblemática de uma época áurea do Rio de Janeiro, *Garota de Ipanema*, época do sucesso da bossa nova e da profusão de compositores da

tendência musical que se tornou um dos símbolos da cidade. A ironia resulta da oposição entre título e conteúdo, pois a crônica discorre sobre a situação calamitosa da criminalidade na cidade maravilhosa; assim, temos o recurso mais simples da ironia, dizer uma coisa para significar o contrário, “linda” equivalendo a “horrível”.

Também na crônica “Drauzio é de morte” (15/09/2004) o cronista lança mão de trocadilhos para produzir humor: o título funciona como índice irônico, satirizando o assunto do livro de Drauzio Varella, *Por um fio*, que narra sua experiência com doentes terminais, criando um duplo sentido: não só o autor trata do tema da morte, como “é de morte”, ou seja, sofre o efeito depreciativo da expressão popular. Evidentemente, em consonância com o título, o cronista critica no autor a insensibilidade (“ele teria aprendido as mesmas lições se tivesse passado os últimos trinta anos numa filial do correio ou numa fábrica de componentes automobilísticos”), o sentimentalismo benevolente (“Confrontados com a doença, todos os pobres do livro se comportam de maneira iluminada. Os ricos, não”), o teor de auto-ajuda (“Drauzio Varella é agnóstico. A idéia de que o sofrimento e a morte propiciam uma forma superior de sabedoria é o consolo barato dos agnósticos. Assim como a reencarnação é o consolo barato dos esotéricos. Drauzio Varella é o Brian L. Weiss dos bem-pensantes”). A ironia do cronista procura salientar um erro total de visão do autor, apontando disparidades e incongruências que culminam no comentário satírico final, que inverte totalmente a mensagem do livro de Varella, ou seja, ressalta que o importante numa situação terminal é tentar não morrer: “O principal ensinamento de *Por um Fio*, porém, é outro. Tome nota: em caso de tumor maligno, o melhor lugar para se tratar é Cleveland”. O cronista torna ainda mais ferina a sátira usando uma expressão de aconselhamento, “Tome nota”, que é própria dos livros de auto-ajuda.

Os jogos de palavras conferem comicidade ao teor crítico, como no título da crônica “Verbas em Transe” (08/06/2005), que remete ao título do conhecido filme do mais cultuado cineasta brasileiro, Glauber Rocha, “*Terra em Transe*”, ironicamente citado no final do texto: “O espectador que, uma vez na vida, caiu na cilada de ver um filme brasileiro, de *Terra em Transe* em diante, nunca mais repetirá o erro”. A sátira atinge tanto o cinema brasileiro como a subvenção da produção

cinematográfica nacional pelo governo, começando já com uma linguagem de uma ironia mordaz:

O período de ouro do cinema nacional foi entre 1992 e 1994. Fernando Collor de Mello cortou o financiamento público e nenhum filme foi feito. De lá para cá, tudo piorou. O governo federal deu 1 bilhão de reais à turma do cinema. Uma parte do dinheiro foi roubado, retornando por baixo do pano às empresas beneficiadas pelo subsídio fiscal. A outra parte do dinheiro teve um destino infinitamente mais sombrio: virou filme. No momento, 365 longas-metragens estão em produção no país. Se todos fossem realizados, daria para ver um filme nacional diferente por dia, durante um ano. Não consigo imaginar perspectiva mais aterrorizante do que essa.

As pistas para a reconstrução da significação satírica podem ser intratextuais, representadas muitas vezes por figuras de linguagem, como por exemplo a hipérbole, usada no início da crônica “Adeus, Lula” (16/03/2005):

Enjoei de Lula. Esta é a última crônica em que ele irá aparecer. Achincalhá-lo foi uma farra por dois anos e meio. Agora a farra acabou. Peguei bode. Não quero mais falar sobre ele. Estou farto. Fico com perebas na pele só de ver sua cara ou ouvir sua voz. Somatizei Lula. De hoje em diante, ele morreu.

Percebemos o exagero da aversão confessada pelo cronista, sentimento cuja seriedade fica comprometida por expressões cômicas como “pegar bode”, “ficar com perebas”. Outras vezes, a ironia vem travestida de eufemismo, tal quando Mainardi, na crônica “Coragem, presidente!” (02/03/2005), falando das agruras de Bush nas suas relações com a imprensa, relativamente ao episódio do falso jornalista, diz que: “Lula, claro, não precisa de nada disso. Ele resolveu a relação com a imprensa de maneira muito mais direta, simplesmente nunca deu uma entrevista

coletiva”, em que a expressão “muito mais direta” é claramente irônica, pois a solução apontada é tudo menos direta; na verdade, o não-dito, que revela a atitude avaliatória do cronista, qualificaria a maneira de “tortuosa”. A intenção irônica pode ainda tomar a forma da preterição, quando o autor afirma, ainda na mesma crônica: “Lula não gosta de livros. Todo mundo sabe disso. Ao pedir-lhe uma lista de leituras preferidas, minha intenção não era zombar de sua falta de cultura. O que eu queria é que o governo fornecesse alguma pista para explicar sua estratégia a longo prazo.” Evidentemente que a intenção do cronista é zombar da falta de cultura do presidente, pois como alguém que não lê pode ter leituras preferidas? E, de quebra, sugerir que o presidente não tem qualquer plano de governo!

Grande parte das indicações do teor irônico do texto vem da figura da contradição, que lhe confere uma feição dialética, correspondente estrutural do conteúdo crítico agressivo. Nesta mesma crônica que vimos comentando, lemos: “Uma das características mais desalentadoras de Lula é o medo que ele tem da imprensa. Considerando o grau de domesticação do meio jornalístico, é um medo inexplicável.” Esta afirmação do caráter domesticado da imprensa brasileira soa estranha num colaborador da revista *Veja*, cujo comportamento usual tem sido o de crítica contundente ao governo, buscando os dados de suas reportagens e artigos por meio de uma pesquisa investigativa que, na maioria das vezes, adquire a força de uma investigação de cunho policial. Da contradição surge a verdadeira mensagem, num trabalho de reconstrução realizado pelo leitor: Mainardi refere-se a parte do meio jornalístico, de um modo ou outro comprometido com os interesses do governo, na qual obviamente não se enquadra nem o cronista, nem o veículo no qual escreve; assim, o efeito sarcástico propaga-se, passando pelo presidente e atingindo a dignidade da imprensa como um todo.

A contradição aparece na já citada “O Amaral Neto do petismo” (12/01/2005), com a estranheza das afirmações:

Não é só com o apoio de estatais que Furtado financia seus filmes. Meu Tio Matou um Cara, atualmente em cartaz, contou também com o

patrocínio da Brahma. Furtado diz que não faz publicidade, mas o filme está repleto de merchandising de cerveja. Seus sólidos princípios morais valem tanto quanto os de Lula,

pois a expressão “*sólidos princípios morais*” diverge totalmente das atitudes atribuídas ao cineasta, sinalizando para a interpretação irônica e para a leitura ao revés, “ausência de princípios morais”, envolvendo o presidente nesta avaliação moral, com a equivalência “valem tanto quanto”. No decorrer da análise, percebemos que se confirma o caráter “atacante” da crítica de Mainardi, assim configurada nas palavras de Hutcheon:

O que também persiste é a freqüentemente avaliação desaprovadora dessa função ASSALTANTE, que vê a ironia operar como a humilhação agressiva que mantém as pessoas em seus lugares. Em sua análise do humor em *Jokes and Their Relation to the Unconscious*, Freud argumenta que os modos irônicos como a paródia, o travesti e a caricatura são sempre, apesar do seu humor aparentemente inocente, na verdade ‘dirigidos contra pessoas e objetos que reivindicam autoridade e respeito’ (1905, p. 200) (HUTCHEON, 2000, p. 85)

Sentimos a pesada carga negativa das asserções do cronista que convergem para a figura do presidente, que, por se constituir na autoridade máxima da nação, representa o poder a ser atingido, a súpula dos males e desacertos que assolam o governo e o país. É a máxima posição hierárquica de toda um classe política que passa por uma grave e justificada crise de credibilidade. A contradição que surge no texto reflete, também, o ceticismo do cronista em relação às possibilidades de mudança, de modo que a ironia perde o seu intento corretivo, transportando-se para um registro de profundo desprezo e zombaria. Assim, quando diz em “Coragem, presidente” (02/03/2005):

[...] mande uma pergunta a Lula. Qualquer pergunta serve. -Pergunte se ele consegue colocar o dedo na ponta do nariz e andar em linha reta. Pergunte se ele tem alguma suspeita sobre quem matou o prefeito Celso Daniel. Pergunte se ele já experimentou maconha. Pergunte qualquer bobagem,

tanto a expressão “Qualquer pergunta serve” como “Pergunte qualquer bobagem” são a evidência do ceticismo e desesperança em relação a Lula; qualquer que seja a pergunta, não terá resposta, ou por incompetência ou por não ser do interesse do presidente e seu partido. Ao mesmo tempo, a enumeração não é tão aleatória, pois ali está o duplo sentido, o não-dito a sugerir a visão avaliadora: “*andar em linha reta*” lembra o polêmico hábito de beber do presidente; a pergunta sobre o assassinato de Celso Daniel remete a um mal-explicado e excuso incidente relacionado ao seu partido, o PT.

Existe um outro tipo de marcador de ironia que Wayne Booth define como “violações de conhecimento partilhado (erros propositais de fato, julgamento)” (HUTCHEON, 2000, p. 217), que talvez nos ajude a elucidar algumas estratégias irônicas do cronista, como em “Marcelo, o não tão Sereno” (23/03/2005), quando diz: “Uma bala no Brasil custa o triplo do que nos Estados Unidos. É tão cara que nossos policiais não podem praticar tiro. Por isso, não acertam no alvo. Por isso, morrem sem parar”. O cronista praticamente cria um sofisma, partindo de uma premissa verdadeira, encadeando uma série de argumentos aparentemente válidos e chegando a uma conclusão discutível; a incongruência do trecho alerta-nos para o comentário pretendido, a ineficácia de nossa polícia. Prática semelhante vemos na crônica “Não tente inventar” (30/03/2005), ao afirmar:

Xuxa tem razão. Por mais que se afirme o contrário, o brasileiro não leva jeito para a música. Melhor fazer o que ela faz, adaptando para o mercado nacional melodias americanas ou australianas...A música popular brasileira se resume a meia-dúzia de sexagenários que continua a se arrastar pelos

palcos, repetindo uma batida de quarenta anos atrás. Xuxa é superior a eles em tudo. Tem um raciocínio claro e direto: “Eu vou à praia dirigindo o meu carro/ Sinal vermelho: parou”. A MPB enfrenta a mesma questão de maneira demagógica e pleonástica: “Enquanto os homens exercem seus podres poderes/ Motos e fuscas avançam os sinais vermelhos/ E perdem os verdes, somos uns boçais”. Xuxa é prática e determinada. Acredita que aulas de psicomotricidade são a verdadeira solução para o país: “Mão na cabeça/ Mão na cintura/ Um pé na frente/ Outro atrás”. A MPB não oferece solução alguma. Perde-se no dramalhão e no fatalismo da descoordenação motora: “E tropeçou no céu como se fosse um bêbado/ E flutuou no ar como se fosse um pássaro/ E se acabou no chão feito um pacote flácido. (grifos nossos)

O absurdo da argumentação aponta para o sentido irônico da crônica, pois, ainda que se admita que o cronista não aprecie a MPB, ou mesmo que haja o propósito de aludir à falta de criatividade do momento atual, tanto que seus compositores mais importantes já são “*sexagenários*”, declarar que “Xuxa é superior a eles em tudo” é de tal modo disparatado que vale como um marcador de ironia. A isto acresce a descontextualização dos versos das músicas de Caetano e Chico, com uma leitura denotativa de textos poéticos revelando sua aparente irracionalidade, como avanços de sinais vermelhos, contrastando com a também aparente racionalidade de Xuxa, que pára no sinal vermelho. O conjunto de recursos resulta numa desconfiguração satírica da realidade, evidenciando um erro proposital de julgamento, de forma que, das evidências irônicas textuais e contextuais, o interpretante infere o significado em acréscimo à insentatez afirmada, percebendo a crítica ao momento cultural brasileiro como um todo, à repetição e falta de originalidade por parte dos criadores, bem como à incapacidade de fruição do público receptor, cuja capacidade fruidora estaria mesmo à altura de uma música feita para “baixinhos”. Esta leitura parece ser sublinhada pelo absurdo do “elogio” à “injustamente” desconhecida Vanessa Alves: “A despreensão de Vanessa Alves é

um exemplo para a cultura brasileira. Aliás, não só para a cultura: para o país inteiro. Não tente inventar. O melhor que podemos fazer é macaquear”.

Da mesma forma, as assertivas encadeadas: “O mundo está cheio de lugares mais atraentes que o Brasil. Da Tunísia à Croácia, da Indonésia à Guatemala. Temos muitas praias. Mas nosso mar é feio. Turvo. Desbotado. Com despejos de esgoto. Pouco peixe. Peixe ruim. Chove demais. Chove o ano todo.” (O Brasil para os brasileiros, 26/01/2005), acendem o alerta irônico já a partir da estruturação gramatical, com frases nominais que se sucedem num crescendo emocional de repulsa, que eliminaria a análise crítica; a isto acrescentam-se as regiões citadas como elemento de comparação, que não são os estereótipos de belezas naturais enfatizados pela propaganda turística; finalmente, a depreciação da natureza brasileira naquilo que seria o seu maior triunfo, as praias e o clima, cuja beleza e amenidade nem mesmo com a maior má vontade seria possível negar; tudo isso produz, em consequência, uma violação de conhecimento partilhado entre cronista e leitor. Cria-se, desse modo, a ambigüidade irônica, que abre um leque de outras mensagens a serem construídas pela contraparte deste tipo de texto, o leitor irônico: a acidez crítica mira a precária infra-estrutura da indústria turística brasileira e a falta de consciência e responsabilidade ambiental por parte do governo e cidadãos para a preservação da natureza; por outro lado, o tom “emocional” ridiculariza o ufanismo brasileiro, que, com seus rompantes de cunho sentimental, gabando as praias mais belas do mundo e a ausência de catástrofes climáticas, julga que as dádivas naturais, por si mesmas, sem o concurso do esforço humano, podem se tornar importante fonte de renda.

Por este caminho do erro proposital de julgamento como marcador da ironia vai esta afirmação a respeito do futebol:

Admito que alguém brigue por causa de uma partida. Admito até mesmo que uma partida possa desencadear uma guerra civil, como aconteceu na Iugoslávia. É um motivo tão válido como qualquer outro. Dá para matar

por causa do futebol. O que não dá para fazer é usá-lo como metáfora da nacionalidade. (Carnaval é só Carnaval, 16/02/2005),

que espanta, principalmente, pela afirmação de que briga de futebol é um motivo válido para deflagrar uma guerra. Entretanto, a estranheza vem mais do tom violento das sucessivas afirmações, pois, na verdade, ao afirmar que o futebol “é um motivo tão válido como qualquer outro” para a guerra, nega-se pela generalização, ou seja, se todo motivo é válido, nenhum motivo é válido. Assim, desfaz-se o aparente erro de julgamento, mas fica a agressividade do texto, que nos leva à atitude avaliatória negativa explicitada no final do trecho, sobre o uso demagógico do futebol, estratégia praticada enfaticamente pela ditadura, na década de 1970, e reiterada sempre que necessário pelo fisiologismo governamental.

Além do próprio título, também provocam desconforto afirmações que recheiam a crônica “Contra o desarmamento” (09/03/2005): “Suicidar-se é um dos direitos primordiais do homem. Todo mundo deveria ter uma arma em casa, para esse fim”; ou, referindo-se a Clint Eastwood e seus filmes: “Imagine o que seria a história do cinema sem armas. Um monte de filmes com o orangotango Clyde. Pior: um monte de filmes com Sandra Locke”. Esses sinalizadores reforçam-se no parágrafo final em que um choque de estilos expande a brecha para uma outra mensagem; iniciando-se num tom sério, de análise e aconselhamento, termina numa tirada cômica: “Em seguida, alugue todos os filmes com o orangotango Clyde e entrincheire-se em casa, vestindo um poncho e grunhindo em italiano.” Talvez pudéssemos chamar esta ironia de “contradiscursiva” (HUTCHEON, 2000, p. 83): questionadora da ideologia dominante, desmistificadora dos hábitos mentais repressores. Seguindo esta vertente, a crônica intenta, num aparente discurso contra o desarmamento, desnudar o que há de impositivo na vida em sociedade, sintetizado nas figuras do padre e do político. Assim, as afirmações polêmicas, transgressivas, até mesmo subversivas, pretendem na realidade despertar a consciência individual para uma análise crítica e, tanto quanto possível, isenta da situação.

Vemos mais um exemplo da estimulação do espírito crítico do leitor, ainda enfocando a questão do desarmamento, na crônica “Marcelo, o não tão sereno” (23/03/2005), em que o cronista procura salientar a demagogia sentimental da campanha oficial, que, numa inversão perversa, torce os dados da questão: “Promotores do desarmamento avisam que é perigoso reagir a assaltos. Não reagir também é perigoso. O perigo está nos assaltos, não na reação.” Mas para dar mais força à argumentação crítica, o cronista recorre à sátira, encerrando com uma cumulação de exemplos de intensidade crescente que culminam com um comentário ferino, diríamos agora profético, a respeito do partido que no momento representa o poder: “Armas não disparam sozinhas. Claro que acidentes acontecem. Seu filho pode enfiar o dedo na tomada. Pode pular da janela. Pode apertar o gatilho do revólver. Pode se tornar um PC Farias do PT.” A mensagem irônica subjacente alerta a consciência do leitor para as armadilhas do momento atual brasileiro, em que uma grande parte dos políticos iguala-se aos bandidos no desrespeito às leis e aos direitos dos cidadãos, tornando-se tão nefastos quanto eles, atentando contra a vida não com um tiro de revólver, mas desviando os recursos que deveriam proporcionar ao povo os serviços de saúde e educação que lhe são devidos pelos impostos que paga.

Ainda comentando a questão da campanha do desarmamento, o cronista termina por explicitar o processo de inversão total de conceitos e valores que desvelam a má-consciência que enforma este movimento que envolve os cidadãos numa aparente empreitada cívica, ao argumentar:

O governo não tem uma política para o combate à criminalidade. O ministro da Justiça, Márcio Thomaz Bastos, tenta encobrir esse fato com o apoio à lei do desarmamento. Para ele, se um criminoso invade minha casa, rouba minha arma e a usa para matar inocentes, o culpado sou eu, não o governo que deixou o criminoso solto. Como a culpa é minha, meu lugar é a cadeia. (“Contra o desarmamento”, 09/03/2005)

Com estas palavras, o cronista ressalta a hipocrisia de uma campanha de desarmamento lançada por um governo que não consegue resolver o problema alarmante da crescente criminalidade. Na verdade queremos evidenciar neste processo de raciocínio, que leva à inversão total de valores, em que o lesado torna-se culpado, um dos processos mais originais de que o cronista lança mão para criar a mensagem irônica, muitas vezes satírica, que é a marca de suas crônicas e nos levou ao título deste estudo. Este processo, quando potencializado ao máximo, cria uma realidade ideal que ofereceria a contrapartida bem-sucedida dos desacertos dos acontecimentos e situações da realidade comum, o que concretizaria a visão utópica. Apenas, o tom não é sério, é irônico; aquela realidade “ideal” possui proposições ou absurdas ou exageradas ou polêmicas, cujo teor evidenciam a intenção satírica e crítica. Entretanto, o que a torna particularmente instigante, e desejável, é que, na sua aparente insensatez, oferece uma face da realidade muito mais lógica, mais inteligente e gratificante do que o cotidiano medíocre e degradado que domina nossa sociedade, principalmente no que respeita à área política e governamental.

Analisemos algumas crônicas que desenvolvem este tipo de estrutura e cujos títulos muitas vezes já indicam a linha do absurdo: “Escola é perda de tempo” (24/09/2003) traz já de início a proposição do cronista:

O Estado paga aos pobres para manterem seus filhos na escola. É um mau negócio para todo mundo: custa caro para o Estado e os filhos dos pobres não aprendem nada. Pelas estatísticas sociais, 60% dos alunos da 4ª série não sabem ler nem efetuar as quatro operações. Ou seja, a escola é uma completa perda de tempo para eles. Aprenderiam muito mais de ficassem o dia inteiro assistindo a reprises do *Scooby-Doo* na televisão. Os pobres deveriam ser pagos para manter seus filhos em casa.

Este quadro, em que o cronista apresenta a alternativa de deixar as crianças aprendendo alguma coisa diante de reprises da televisão, como um mal menor diante

da ineficácia da educação formal, funciona, pelo absurdo da solução sugerida, como um reforço da pesada crítica feita ao ministro da educação e à estrutura educacional brasileira. É um texto contundente, em que a ironia desaparece para dar lugar à seriedade agressiva, reaparecendo sutilmente nas palavras finais: “Tudo indica que Cristovam Buarque será mandado embora do Ministério da Educação. Certamente saberão substituí-lo com alguém ainda pior”.

Segundo “A praga brasileira” (03/12/2003), o maior problema do Brasil é a propaganda política e para solucioná-lo propõe medidas drásticas:

Diminuir a presença dos políticos na vida nacional só traria benefícios. Eu tenho algumas sugestões. Fechar as televisões públicas. Vender Petrobrás, Eletrobrás e Banco do Brasil. Abolir toda a propaganda política, paga ou gratuita, exceto no período eleitoral. Cortar pela metade o número dos municípios. Proibir os políticos de possuir qualquer forma de concessão pública. Limitar com rigor os gastos das campanhas. Quanto menos os políticos aparecerem, melhor.

Esta situação utópica inverte a realidade com proposições que diríamos não absurdas, mas polêmicas, inflexíveis, algumas praticamente inexecutáveis; todavia, sem sombra de dúvida, fortemente atraentes para qualquer brasileiro com visão isenta e crítica. A situação radical idealizada, pelo contraste com a realidade política degradada, reforça os argumentos críticos que compõem o texto.

Em “Sem lenço nem documento” (09/06/2004), Mainardi propõe uma outra estrutura econômico-social, como percebemos nos trechos inicial e final da crônica:

Que tal abolir o salário mínimo? O Brasil funcionaria melhor sem ele. Que tal abolir também a carteira profissional, as férias remuneradas, o imposto sindical, o décimo terceiro, a Justiça do Trabalho, a aposentadoria pública? Quem criou tudo isto foi a ditadura getulista. O autoritarismo do Estado Novo foi eliminado da política, mas sobrevive até hoje na economia...

Com menos direitos para os trabalhadores, menos impostos, menos investimentos públicos e menos programas sociais, o Brasil finalmente conseguiria chegar ao século XVIII. Uns trinta anos de capitalismo selvagem poderiam bastar. Uns trinta anos de Adam Smith.

O estado utópico exposto pelo cronista parece absurdo ao sugerir um retrocesso na organização e relações de trabalho na sociedade, porém, em verdade, os trechos emolduram um quadro fortemente crítico do mau funcionamento de leis que deveriam regular as relações trabalhistas, evidenciando a má distribuição de renda e o péssimo investimento do dinheiro arrecadado pelos impostos, levando à conclusão irônica: “Uma coisa é certa, porém: pior do que está agora, não ficaria.” Também nesta linha ironicamente utópica, de certa forma visando o aprimoramento da organização social brasileira, “A solução para o crime” (31/03/2004) diz: “Dá para diminuir a criminalidade no Brasil. É só seguir o modelo dos americanos no Iraque. Primeiro: dismantelar nossa polícia. Segundo: contratar mercenários para substituí-la.” Assim o cronista argumenta sobre os mercenários “é gente altamente qualificada”; “nenhuma atrocidade que os mercenários possam ter cometido se compara à brutalidade cotidiana da polícia brasileira”; “Estima-se que a criminalidade custe mais de 30 bilhões de dólares por ano ao Brasil. Dinheiro para contratar os mercenários não falta, portanto.”; finalmente, quanto à segurança, diz: “o Estado presta um serviço deplorável”. A argumentação cerrada produz o efeito da *reductio ad absurdum* (MUECKE, 1995, p. 79), que parece levar à destruição do oponente, ou seja, a crônica enfatiza a ineficácia da ação das autoridades e da polícia no combate à criminalidade, o que as torna dispensáveis e substituíveis. Percebemos que, nesta crônica, Mainardi não apenas adota a ironia instrumental no seu discurso, mas também ressalta a ironia inerente à situação focalizada, ao comentar: “Nossa polícia fracassou dos dois lados: aliou a mais absoluta truculência à mais absoluta incompetência”.

Na esteira do raciocínio pelo absurdo, o autor filia-se a uma tradição satírica que aporta nos textos de Bernard Shaw, com o seu *Socialismo para Milionários*, por exemplo, que, com uma ironia cortante, constrói um ensaio de mais de cem páginas

apontando caminhos e soluções para que os “pobres” milionários resolvam o difícil problema de conviver com seus milhões, de modo a conseguirem ser felizes com eles. Um pequeno trecho dá-nos idéia da divertida sátira desenvolvida por Shaw:

[...] é um luxo ter mais dinheiro para tomar conta, mais cartas para ler, e estar proibido de ter esses deliciosos sonhos de Alnasahar em que o pobre, entregue a imaginar o que faria na eventualidade sempre possível de herdar uma fortuna de algum parente desconhecido, esquece a sua penúria? No entanto, não há simpatia para com esse infortúnio oculto da plutocracia. Só se tem pena dos pobres. Associações surgem por toda parte para desafogar toda espécie de pessoas comparativamente felizes, desde presos liberados a se regozijarem com a liberdade readquirida até crianças que se empanturram na sofreguidão de um apetite ilimitado; mas não há mão que se estenda aos milionários, a não ser para pedir. (SHAW, 2004, p. 35-36)

É a mesma tradição satírica de George Orwell, na *Revolução dos Bichos*, narrativa na qual cria uma utópica sociedade socialista regida por animais, com resultados extremamente desastrosos. Essa obra é glosada numa crônica de Mainardi, já sugerida no título “A revolução do PT” (12/11/2003). Assim o cronista resume o conteúdo do livro:

No livro, que é uma parábola anti-stalinista de Orwell, porcos semiletrados libertam os bichos da eterna tirania dos homens e assumem o comando da granja, prometendo igualdade entre os animais. Logo se apropriam de todo o leite, de todas as maçãs e de toda a cevada. Cachorros adestrados perseguem os opositores do regime. Ovelhas analfabetas repetem mecanicamente os bordões doutrinários criados pelos porcos. Cavalos obedientes trabalham até morrer. Embora sejam incompetentes na administração da granja, os porcos se mostram muito competentes na arte da propaganda e na manutenção do poder.

De forma parodística, o cronista faz praticamente uma transposição direta da situação da fábula de Orwell para a realidade política brasileira, criando uma ironia por analogia, aludindo à significação revolucionária da eleição do petista Lula: era a classe operária tomando o poder da mão dos ricos e poderosos, trazendo o povo para o governo. A semelhança não pára por aí, pois o cronista aponta a mesma incapacidade de governar dos porcos como característica da administração petista. Além disso, adiciona ironia às suas observações, criticando quando parece elogiar, dizendo, por exemplo, a respeito do governo Lula: “O que não significa que não tenha tido alguns méritos. O principal deles foi tentar ludibriar a constituição para diminuir o gasto em saúde”. Isto seria mérito, segundo o cronista, porque um governo cortar gastos, no Brasil, é algo meritório e inédito; entretanto, o governo corta no setor errado. A mensagem subtendida vem expressa em seguida: “Falta, igualmente, cortar os gastos administrativos. O governo deveria suprimir ministérios, Estados, municípios e órgãos públicos, mandando um monte de políticos e funcionários para a rua”. Este seria portanto o verdadeiro mérito do governo, isto sim seria quebrar um tabu, diminuir o inchaço da administração federal, os empregos de favor, os gastos desnecessários.

Os “cachorros adestrados” do regime dos porcos, atuam no governo petista na forma de representantes da lei: “Pelo que VEJA revelou duas semanas atrás, parte do Judiciário foi o cão de guarda do PT, perseguindo seus adversários políticos e acobertando questões espinhosas relacionadas com a prefeitura de Santo André”.

O paralelo entre as duas realidades, a ficcional e a brasileira, estende-se até o final, assim narrado na crônica:

O final de A Revolução dos Bichos é bastante conhecido. Todos os planos dos porcos fracassam. Eles começam a se vestir como homens. Começam a beber, a fumar e a jogar cartas. Começam a negociar com o inimigo. Até o dia em que fica impossível distinguir quem é homem, quem é porco.

A comparação estabelecida pela crônica é muito feliz e, considerando a data da publicação, verdadeiramente profética: realmente, aqueles que vieram para mudar levaram às últimas consequências os defeitos criticados nos governos anteriores; ou seja, na linguagem de Orwell, os porcos tornaram-se mais “humanos” que os próprios homens, no modo como levaram às últimas consequências as práticas de corrupção e malversação do dinheiro público.

Podemos dizer que, com o processo parodístico apontado, de inversão da realidade, o cronista insere-se numa vertente estrutural da nossa época, como é apontado em *Uma Teoria da Paródia*: “a paródia é, neste século, um dos modos maiores de construção formal e temática de textos. E, para além disto, tem uma função hermenêutica com implicações simultaneamente culturais e ideológicas.” (HUTCHEON, 1989, p. 13). A forma paródica refletiria a visão de mundo atual, que apela à inversão irônica para escapar da estreiteza e da mediocridade da realidade focada, realizando o propósito apontado por Linda Hutcheon na obra citada: “a paródia actua como um expediente de elevação da consciência, impedindo a aceitação dos pontos de vista estreitos, doutrinários, dogmáticos de qualquer grupo ideológico.” (HUTCHEON, 1989, p. 131). É provável que o refúgio na visão e no recurso estrutural parodístico origine-se numa crise de confiança na realidade e nos indivíduos como fonte coerente de significação.

“Estou ficando rico” (18/05/2005) faz uma paródia de uma prática comum realizada pelo grupo profissional ao qual o cronista pertence, com o distanciamento crítico a marcar a diferença, com a inversão irônica a provocar uma revisão de valores, dando ênfase ao tom de desdém ridicularizador. Assim, após enumerar, num tom de ironia satírica, colegas que dão palestras com fins lucrativos, Mainardi cria um paradoxo dizendo que não dá palestras, mas, com isso, economiza dinheiro e está ficando rico. E explica a aparente incongruência com um torneio de raciocínio que subverte o contexto: “Eu não dou palestras. Não se trata de um problema moral. É uma questão puramente financeira[...]Se alguém me oferece 10 000 reais para dar uma palestra em Cuiabá, penso imediatamente que eu aceitaria pagar 15 000 reais para não ter de ir a Cuiabá.”. Partindo dessa premissa, o cronista conclui:

Toda vez que me recuso a dar uma palestra, portanto, é como se economizasse 5 000 reais: a diferença entre o que me oferecem por palestra e o valor que eu tiraria do bolso, agora mesmo, para evitá-la. Já economizei mais de 200 000 reais desse jeito. Como sabem meus colegas colonistas, palestras são muito rentáveis. Estou ficando rico graças a elas.

As duas frases finais caracterizam um tipo particular de ironia, de ataque e zombaria, que irritam não exatamente num nível intelectual, mas num plano emocional, pois o distanciamento crítico diminui, já que a provocação dirige-se a profissionais do mesmo ramo. Esta feição reitera a função da ironia própria do cronista como “atacante”, aquela que lida com suas arestas mais afiadas e cortantes, que pressupõe um intenção corretiva e satírica e uma ação agressiva.

Enfim, lembremos Kierkegaard: “ ‘quem quer que tenha a ironia indispensável tem-na todo o dia’; não é irônico de tempos em tempos, ou nesta ou naquela direção, mas considera a existência *sub speciae ironiae* e nunca é irônico para ser admirado como um ironista” (*apud* MUECKE, 1995, p. 46). A ironia parece ser, deste modo, quase uma fatalidade psicológica e de caráter. Isto nos faz registrar o desejo de Muecke: “Espero poder confiar que a vida proporcionará a todos crises de paixão das quais a ironia está afastada, nas quais não há lugar para reflexão, desinteresse ou equilíbrio.” (MUECKE, 1995, p. 20) Estas citações vêm bem a propósito do cronista que analisamos, o qual julgamos representar o ser irônico identificado por Kierkegaard, cuja visão de mundo expressa-se *sub speciae ironiae*, mas que, por um momento, pareceu passar pela crise referida por Muecke, na crônica “Dois Conselhos ao Leitor” (29/06/2005), ao falar do nascimento do filho: “Filho é muito bom. Acabo de ter o segundo. Pena que comecei tão tarde. Fui tolo. Me arrependo. Eu poderia ter tido doze ou treze. Agora não dá mais tempo. Estou velho.” Entretanto, no decorrer da crônica, o vezo irônico reponta, ainda que benevolente, em meio a variações sobre a paternidade, mobilizando a Bíblia e Ulisses, de Joyce, para no final retornar ao teor mordaz, com palavras desencantadas sobre a mediocridade da contingência humana, que semelham a contraface da amarga constatação final

de Brás Cubas, “Não tive filhos, não transmiti a nenhuma criatura o legado da nossa miséria”:

Eu tenho filhos de minhas entranhas. Em *Ulisses*, Joyce parodiou o Velho Testamento: “Moisés gerou Noé e Noé gerou Eunuch e Eunuch gerou O’Halloran”. Não há nada melhor. Não há nada mais fácil. Ter um filho não exige uma aptidão particular. Não exige empenho. Não exige preparação. Qualquer um pode ter um filho. A paternidade não é meritocrácia. Pelo contrário: é uma daquelas áreas em que a mediocridade é plenamente recompensada. *Ulisses* serve para isso mesmo: para ajudar a aceitar a nossa mediocridade.

REFERÊNCIAS

BOOTH, W. C. *A Rhetoric of Irony*. Chicago: The University of Chicago Press, 1975.

HIGHET, G. *The Anatomy of Satire*. New Jersey: Princeton University Press, 1962.

_____. *La Tradición Clásica II*. México: Fondo de Cultura Económica, 1996.

HUTCHEON, L. *Uma teoria da paródia*. Trad. Teresa Louro Pérez. Lisboa: Edições 70, 1989.

_____. *Teoria e política da ironia*. Trad. Julio Jeha. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000.

KAUFER, S. D. “Irony and Rhetorical Strategy”, in *Philosophy and Rhetoric. Pennsylvania*, v. 10, n. 2, Spring 1977, p. 90-110.

_____. “Irony, Interpretative Form and the Theory of Meaning”, in *Poetics Today*. Jerusalem: v. 4, n. 3, 1983, p. 451-464.

MINOIS, G. *História do Riso e do Escárnio*. Trad. Maria Helena O. O. Assumpção. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

MUECKE, D. C. *Irony*. London: Methuen & Co, 1978.

_____. "Images of Irony". *Poetics Today*. Jerusalem: v., 4, n. 3, p. 399-413, 1983.

_____. *Ironia e o irônico*. Trad. Geraldo Gerson de Souza. São Paulo: Perspectiva, 1995.

SHAW, B. *Socialismo para milionários*. Trad. Paulo Rónai. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

Del mundo globalizado a la perspectiva
del cine después del 11 de septiembre: el
trailer

From the globalized world to the cinema
perspective after September 11th: the
trailer

Maximiliano Martín VICENTE

Profesor doctor del Curso de Postgrado en Comunicación da Faculdade de
Arquitetura, Artes e Comunicação – UNESP – Bauru-SP – Brasil.

E-mail: maxvicente@faac.unesp.br

&

Raquel CABRAL

Mestranda del Curso de Postgrado en Comunicación da Faculdade de Arquitetura,
Artes e Comunicação – UNESP – Bauru-SP - Brasil

E-mail: kel_cabral@hotmail.com

RESUMO

Este texto tiene como objetivo principal realizar el análisis de la forma y del contenido de dos *traileres* (“El reino de los cielos” y “Fahrenheit 9/11”), filmes exhibidos después del 11 de septiembre de 2001, cuyas temáticas se inspiran en hechos y acontecimientos históricos. Partimos del principio que al releer esos episodios, fuera de su contexto original, las películas dejan escapar elementos, intencionalmente o no, propiciando a los espectadores una visión parcial y distorsionada del tema propuesto lo que acaba siendo reforzado por los *traileres*, los grandes responsables, en muchas ocasiones, por la divulgación y promoción masiva de los filmes. Para fundamentar las análisis usaremos autores que contribuyen para evaluar y analizar la producción de películas y otros productos mediáticos que tendrían la finalidad de producir socialización e influenciar en la formación de valores en la sociedad.

PALABRAS-CLAVE: comunicación – globalización – cine - trailer

ABSTRACT

The main objective in this text is to carry out the analysis of the shape and contents from the trailers (“Cruzada” and “Fahrenheit 09/11”), films shown after the 11 of September, 2001, which plots are inspired in historic facts and happenings. If we start at the beginning when we re-read this episodes, out of the original context, it is possible to see the films leave out some elements, on purpose or not, offering to the viewers a partial and distorted vision from the proposed theme. This vision is reinforced by the trailers, which are the most responsible for publishing and mass promotion of films in many ways. To substantiate this analysis, we are quoting some authors who contribute for valuing and analyzing the films production and others products involved which usefulness is produce the socialism and influence in the value society formation.

KEY WORDS: communication – cinema – globalization - trailer.

*[...] En la primera noche ellos se aproximan
y roban una flor
de nuestro jardín.
Y no decimos nada.
En la segunda noche, ya no se esconden;
pisan las flores,
matan nuestro perro,
y no decimos nada.
Hasta que un día,
el más frágil de ellos
entra solo en nuestra casa,
nos roba la luz, y,
conociendo nuestro miedo,
nos arranca la voz de la garganta.
Y ya no podemos decir nada.*

(Eduardo Alves de la Costa, poema: *En el camino*, con Maiakóvski)

La globalización y sus desdoblamientos

Algunos hechos tienen importancia vital para acelerar y entender los cambios más profundos de una sociedad. Al mirar el final del siglo pasado y el inicio del actual, el fin del muro de Berlín, la guerra del Golfo y la implementación de medidas destinadas a regular la libertad económica y política son apuntados como los factores que culminarían con el final de una época en la cual se encontraban algunos valores identificados como los componentes del Welfare State.

El golpe final a esa era fue dado el 11 de septiembre de 2001 cuando el Boeing 767-200 de American Airlines con 92 personas a bordo se estrelló contra la

Torre Norte del World Trade Center, 18 minutos después un Boeing 767-200 con 65 personas a bordo se impacta contra la Torre Sur y un tercer objeto destruyó parte del Pentágono. El resultado no podría ser más sorprendente: las Torres Gemelas reducidas a escombros y el Pentágono seriamente dañado mostraban las imágenes del peor ataque sufrido por Estados Unidos en sus más de doscientos años de historia.

Los autores del ataque sabían muy bien lo que querían y por esa razón calcularon y planearon sus actos para que se viera al vivo por el mayor número de personas posibles. Al mismo tiempo en la ofensiva hay una simbología con un significado muy preciso. Las Torres Gemelas representan el símbolo del capitalismo americano, los aviones tiraron la seguridad de los pasajeros y el Estado americano demostró su incapacidad para protegerse y proteger sus ciudadanos.

En respuesta, Estados Unidos cierra el espacio aéreo norteamericano y el presidente Bush promete cazar y castigar ejemplarmente a los culpables de “los atentados”. De esta manera se declaraba la primera guerra del siglo XXI. No era una guerra contra un país o Estado sino contra el terrorismo. Sin tener mucha seguridad se señaló a Osama bin Laden y su red Al-Qaeda como los responsables y mentores de los ataques. Así, nacía el nuevo siglo bajo un panorama muy sombrío (CHOMSKY, 2003). Los medios de comunicación contribuyeron para la implementación del nuevo mundo, sin que ofrecieran una reflexión crítica o sin que pensasen en los desdoblamientos de lo que noticiaban.

Las medidas tomadas por la mayor potencia del planeta no se limitaron a realizar el contraataque. El Prescínnete Bush dio muchos nombres a la reacción. Inicialmente la llamó de cruzada, luego de justicia infinita para finalmente nombrarla de libertad duradera. Todos esos nombres pueden resumirse de la siguiente manera: hay dos tipos de personas y países en el mundo, los que están a favor de los Estados Unidos y los que están contra (bien-mal). Evidentemente lo que se vio después es algo que nos hace pensar en los conceptos de libertad, alteridad y diversidad tal como eran entendidos tradicionalmente (HALL, 2001). Este cambio brusco, liderado por los Estados Unidos, merece algunas consideraciones más

detalladas destinadas a comprender la situación que se consolida en el mundo después del 11 de septiembre.

Dany-Robert Dufour (2005), filósofo francés, uno de los pensadores más críticos y más preocupados con las condiciones en las cuales el mundo se encuentra hoy asegura que vivimos un momento especial en el cual ocurre el triunfo del mercado sobre las demás acciones humanas. Decir esto, recuerda Dufour, implica en pensar que la moral, la cultura, las relaciones y otros valores no pueden impedir la libre circulación de las mercancías. Por eso es por lo que el nuevo capitalismo intenta dismantelar cualquier valor simbólico únicamente en beneficio del valor monetario neutro de la mercancía. Dado que ya no hay nada sino un conjunto de productos que son intercambiados por su estricto valor comercial, los hombres deben librarse de todas las preocupaciones culturales y simbólicas que, hasta hace poco tiempo, representaban preocupaciones comunes a toda la sociedad y garantizaban sus cambios.

Al abolir cualquier valor común, el mercado está en vías de fabricar un otro “hombre nuevo”, privado de su facultad de juzgar (solamente puede pensar en las formas de conseguir el mayor lucro posible), llevado a usufructuar sin desear (la única salvación posible se encuentra en la mercancía) y abierto a cualesquier conexiones comerciales. Estamos aquí, explica Dufour, delante de un aspecto muy particular de las transformaciones propuestas por la ideología neoliberal que, infelizmente, aún no es bien comprendida, pero que ya produce efectos considerables en todos los dominios, particularmente sobre el subconsciente humano. Como prueba de su afirmación Dufour presenta un inventario que está siendo desarrollado por un grupo de psiquiatras y de psicólogos en el cual se muestran los nuevos síntomas decurrentes de la busca del lucro y que se manifiesta en la depresión, las diversas dependencias, las perturbaciones narcisistas, la extensión de la perversión etc.

Esta nueva realidad proveniente del deseo de aumentar el lucro viene junto con la proclamación de la autonomía de cada uno y en la extensión de la tolerancia en todos los campos sociales (de entre los cuales el de las costumbres), que tiende a hacer creer que estamos en vías de vivir un intenso periodo de liberación. Se cree,

continua Dufour, que una revolución sin precedentes estaría a camino olvidándose de que fue el propio capitalismo que comandó esta “revolución” facilitando la penetración de la mercancía en los dominios donde ella aún no reinaba, notadamente, en el de los hábitos establecidos por las costumbres tradicionales y por la cultura.

La preocupación de Dufour, nos parece muy pertinente pues muestra como el ser humano, en la actualidad, además de tener sus relaciones de trabajo determinadas pelo valor de las mercancías sufre, cuando descansa, la acción de los factores culturales que, también, reflejan los intereses del capital. Es solo ver como las industrias del entretenimiento, notadamente las de la televisión y las del cine, están concentradas en los Estados Unidos, país que más genera imágenes y principal exportador mundial de productos culturales mediáticos (MATTELART, 2000).

La televisión norteamericana, por ejemplo, está en manos de seis compañías: las tres supercadenas Disney-ABC, CBS- Westinghouse y General Electric-NBC, más la cadena FOX (News Corporation), Time-Warner-Turner-AOL (CNN/HBO) y Viacom (MTV/UPN). La distribución de la TV por cable y satelital (TV directa) también es oligopólica: ATT, Time Warner, TCI y Paragon se reparten el sector de la TV cable (monopólico desde el punto de vista del consumidor). En la esfera del cine también un pequeño puñado de corporaciones (prácticamente las mismas) controlan la producción (los estudios) y la distribución cinematográfica mundial: Disney-Capital Cities, Paramount (Viacom), Columbia-TriStar (Sony), MGM (Turner)-Warner Bros. (Time-Warner), MCA-Universal (Matsushita). La cadena Blockbuster hegemoniza la venta y alquiler de videos a escala nacional (continental).

Ese panorama es bastante sugestivo pues nos fuerza a pensar en la efectiva subordinación del campo cultural a intereses económicos, políticos e ideológicos que acaban controlando las industrias de producción y distribución de los bienes culturales. Los valores que crían tales conglomerados no pueden ser muy diferentes de los defendidos por el capitalismo neoliberal. Con eso se pierde la capacidad de intervención y producción cultural por parte de la sociedad civil y valores como la libertad y diversidad se comprometen.

Si pensamos y aceptamos que la actividad económica, la política y las relaciones sociales se apoyan, también, en la cultura podemos comprender mejor la preocupación de Dufour. Actuando conjuntamente con los componentes materiales se encuentran los elementos simbólicos y culturales, que acaban dando el sentido para la acción discursiva e ideológica del modelo neoliberal. Vale la pena destacar que tanto las ideas como la materia son inertes fuera de las prácticas humanas concretas. Actuamos, en la sociedad en la cual nos encontramos, en función de relatos que recibimos y que pueden desencadenar los cambios o promover el conformismo.

Las fronteras de tal dilema son bastante complejas y nos llevan a dar valor a la producción simbólica que se implementa en la sociedad en los momentos de entretenimiento y de descanso del trabajo ya dominado por el mundo del mercado, tal como lo decía Dufour. Nos interesa destacar aquí que el campo de producción cultural contribuye para la contestación, disputa y emergencia de ideas y proyectos alternativos al pensamiento dominante. Los modelos alternativos siempre usaron la cultura para criar sus valores y su simbología. Con esto queremos reconocer la importancia de la cultura y sus manifestaciones, su poder de criar valores y de contestar los fundamentos esenciales sobre los cuales se justifican la mayoría de las acciones del mercado, si pensamos en el mundo en que vivimos.

Al destacar la relevancia de las manifestaciones culturales debemos especificar como actúan en el cotidiano. Al estar al alcance de prácticamente todos los miembros de la sociedad, los productos culturales promueven nuevas formas de acción e interacción, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo. Producen y causan representaciones que pueden originar nuevas sociabilidades. Por representación entendemos formas de conocimientos socialmente construidos, que tienen un objetivo práctico: reconstruir una realidad común a un conjunto social. De alguna manera, podemos decir que representar es comunicar estimulando las respuestas. Es producir en el receptor la aceptación de ideas o provocar opiniones contrarias delante de los hechos (noticias) presentadas.

Si aceptamos ese concepto de representación, tenemos que ver como se construyen los bienes culturales, como el cine, llevando en consideración que las representaciones no repiten o reproducen una realidad, la reconstruyen dándole valores positivos o negativos sobre lo que está siendo discutido o presentado al receptor. La comunicación trabaja la representación con el intuito de conseguir influenciar su público criando comportamientos. No podemos olvidarnos que la comunicación lida con el imaginario y en esta área predominan las metáforas y las emociones. Como nos recuerda con bastante propiedad Albuquerque (2002, p.10) “En cada representación criada, el imaginario está dotado de placer y fantasía, sea esta personificada tanto en una imagen con fuerte sentido emocional como en un artículo opinativo, lleno de adjetivos que pueden construir un ambiente tranquilo o tenso”.

Lo que parece estar muy claro es que el imaginario y la realidad se completan. Los dos vienen juntos en el discurso mediático. Por eso los receptores pueden tomar decisiones diferentes, pues al tomar contacto con el producto cultural, pueden aceptarlo e incorporarlo como seguro y verdadero o pueden desconfiar y pensar que están siendo engañados. Debemos recordar el poder de persuasión que los medios tienen y ejercen entre los receptores. Entendemos persuasión como la capacidad de llevar a convencer o aceptar, no apenas en el sentido neutro y sí en el sentido activo.

Esto significa que el contacto del receptor con el producto cultural provocará una acción, inmediatamente o en el futuro. Sabemos que esta concepción positiva no es la única en las teorías de la comunicación. Otros autores tienen serias críticas sobre la influencia de los productos culturales en la formación de las personas (Lima, 2001). Lo que nos parece importante es que en la medida en que se masifican pasan a hacer parte del universo del receptor y este difícilmente permanecerá neutro. Las análisis siguientes siguen las sugerencias elaboradas por Kellner (2001, p.77) que apropiándose de las ideas de Marx e Engels defiende la necesidad de desmitificar los intereses de la ideología de la clase dominante pues: “concedían a intereses particulares el disfraz de intereses generales que mistificaban o encubrían el dominio de clases sirviendo de esta manera a los intereses de dominación”.

Intentar comprender los valores encubiertos en las películas es lo que pretendemos realizar en las páginas siguientes. Recordamos que está claro que vivimos en una sociedad en la cual predomina el mercado y que su desdoblamiento repercute en todas las áreas y manifestaciones como nos mostró Dufour.

Los trailers y su significado en el contexto actual

Gilles Deleuze (1983) en la génesis de su pensamiento sobre el cine, afirma que las imágenes son comienzo y recomienzo del mundo; o sea, para él, el cine es un espacio mágico que aproxima los acontecimientos y hechos reales a un otro tiempo narrativo, haciendo con que estas categorías se confundan en la tela y entren en el imaginario del espectador, mezclando ficción y realidad.

Como ya fue dicho anteriormente, imaginario y realidad se completan y este ambiente onírico, es fecundo para la instalación de nuevos valores, que vienen contenidos en el discurso mediático. André Parente (2000), defiende la idea que el cine se constituye como un medio complejo y superior a una simple clasificación de género y formato en el universo de la comunicación. Él afirma que el cine, especialmente el moderno, conquistó una categorización en que es posible estar por encima de una narrativa ya que el acto de contar un acontecimiento no es sólo el hecho de representarlo pues por su carácter extremadamente propicio a la ampliación del imaginario, el cine consigue crear su propio acontecimiento.

Se trata de una afirmación polémica y que merece reflexión, pues cuando se piensa que en este contexto, la representación asume vida propia, creando por ella misma, su propia realidad, se abre espacio para una poderosa estrategia de comunicación, sin precedentes, que le da la propiedad de intervenir en la Historia. Pensando sobre eso, llegamos a la propuesta de Marc Ferro (1992) que consiste en analizar la íntima relación entre cine e historia en el contexto social. Para él, se trata de un análisis complejo en el que están intrínsecos, varios aspectos que deben ser estudiados de forma a privilegiar la película, como un producto de origen

documental, o sea, como un “revelador” ideológico de una determinada cultura, y por eso, vale por aquello que legitimó.

Ferro (1992) percibió que cuando queremos investigar las interrelaciones de la película con la realidad, es indispensable analizar elementos como: la narrativa, el escenario, el texto, las relaciones de la obra con el autor, la producción, el público al que se dirige, la crítica y hasta el régimen político en el cual es producida. Él comprendió que además de la obra, también hay una esencia – la realidad histórica – que está allí, muchas veces, escondida y que al ser descubierta, puede revelar algunas implicaciones sociales, políticas y culturales de toda una época.

Para esta tarea, Douglas Kellner (2001), propone un análisis político del cine, que él llama de “crítica diagnóstica”, o sea, una metodología que consiste en una “investigación microscópica” sobre la narrativa de la película, que es formada por textos culturales súper elaborados, buscando desnudar sus niveles de complejidad en niveles cada vez más profundos, intentando desmitificar las aparentes representaciones para encontrar su esencia.

En este texto, nuestra preocupación se centrará en el estudio de un producto mediático utilizado en la divulgación de las películas, el trailer. Partimos de la presuposición de que las consideraciones elaboradas anteriormente también se aplican para los trailers, pero no podemos olvidar que presentan peculiaridades que deben ser analizadas de manera más detallada. Se trata de un abordaje inicial que pretende estudiar algunos aspectos peculiares del trailer que, simultáneamente, lo aproximan y lo alejan de su fuente que es la propia película.

Sabemos, que el trailer, casi siempre, no es producido por el director de su película y, en la realidad, funciona como un *teaser*, una publicidad que intenta seducir al público para asistir a la película. Intenta ser una compilación, una síntesis, una explicación emblemática y simbólica de la narrativa, que sólo podrá ser comprendida en su plenitud, si el espectador asiste la obra entera. Al intentar ser un discurso súper reducido y lo más fiel posible a la película, llega a generar un equívoco pues se constata, en la mayoría de las veces, que los espectadores se encantan con el trailer y crean unas ideas ficticias de la película que generalmente se frustran cuando la ven.

Eso parece ser más común de lo que lo que imaginamos especialmente cuando observada la capacidad de persuasión de los *mass media*, al generar expectativas en los consumidores de productos culturales como el espectador que va a asistir a una película y no sabe bien lo que va a encontrar. Ese juego de generación de expectativa, suspense e incertidumbre crean una atmósfera fecunda al imaginario colectivo, muy semejante con lo que los informativos de la televisión nos ofrecen cuando muestran los avances de los noticiarios destacando los aspectos que llaman más la atención.

Lo interesante es que el cine, como defiende Michel Maffesoli (2005), provoca la contaminación del imaginario para bien o para mal. Esa rebelión del imaginario vivido en la historia humana, sugiere una vuelta a las imágenes. Para Maffesoli (2005), lo que vivimos hoy, no es la saturación de las imágenes y sí la introducción de otros elementos del sentido en el mismo canal mediático del audiovisual. Nuestra forma de percibir el mundo se hizo compleja, de ahí la proliferación de técnicas cenestésicas en los *mass media*, que lanzan mano de otros sentidos además de la visión y la audición. El cine hace uso de medios técnicos o narrativas imaginativas, capaces de sugerir a la imaginación propiedades que antes eran reservadas al olfato, al tacto o al paladar.

De alguna manera esas afirmaciones recuerdan lo que Descartes decía de la imaginación. Para él la imaginación era capaz de invertir nuestras concepciones de racionalidad. También para Edgar Morin (1989), la imaginación se ha hecho la “hada de la casa” en el contexto de la sociedad de la información pues el hombre contemporáneo no soportaría concebir la realidad sin imaginación, sin fantasía. Podemos afirmar que el discurso mediático tendrá siempre un terreno fecundo en la narrativa humana.

Eso es lo que pretendemos realizar al buscar una explicación para los dos productos mediáticos seleccionados: los trailers del Documental “*Fahrenheit 11 de septiembre*” producido por el periodista norteamericano Michael Moore que llegó a los cines en 2004. El otro es la película “*El reino de los cielos*”, que intenta

reproducir la era de las Cruzadas cristianas del siglo XI al XIII, elaborado por el director Ridley Scott en 2004 y exhibido en 2005.

El documental “*Fahrenheit*”, es una crítica declarada al Gobierno Bush especialmente después de los atentados del 11 de septiembre que desencadenaron la cruzada “contra el terror”. El segundo, “*El reino de los cielos*”, hace apología velada a la era Bush, sugiriendo un paralelo entre el momento vivido entre la Segunda y Tercera Cruzada en 1187 en la fase que sucedió a la muerte de Balduino IV, entonces rey de Jerusalén, forzando una relación histórica con la realidad vivida entre Oriente y Occidente, una visión maniqueísta entre cristianos e islámicos también en los días actuales

En el trailer oficial de *Fahrenheit*, vemos en acción, los elementos característicos de un documental que tiene el objetivo de ser fiel a la narrativa de lo real. Cortes rápidos, frases de efecto, escenas destacadas, revelaciones confidenciales, demuestran, poco a poco, un trama político en los bastidores de la tragedia del 11 de septiembre en Nueva York. El tono irónico y de ridiculice con relación a la figura del presidente George W Bush sugieren un jefe de Estado inescrupuloso e incapaz de administrar una Nación.

En menos de dos minutos, el trailer consigue transmitir su mensaje y sugiere que el documental hará revelaciones sorprendentes que no se habían informado sobre el 11 de septiembre hasta entonces. Breves flash con testimonios de autoridades renombradas, refuerzan la idea, en el espectador de que las informaciones son verdaderas. La selección de las mejores imágenes y frases de efecto en la edición del trailer, contribuyen para crear el tono de seriedad al relato. En contrapartida, se muestra la ironía en los rápidos flash en que el presidente Bush discursa y en otros momentos que anteceden el hecho. La música de fondo y la congelación de imágenes y frases informales y peyorativas, sugieren un semblante de un hombre que no sabe lo que decir, ni lo que hacer delante de tal situación. Esta dualidad, establecida en el trailer, es explícita y lleva a hacer creer que la película podrá cambiar el rumbo de las interpretaciones dadas sobre los atentados a las Torres Gemelas.

Esto es realmente importante pues al realizar la relectura del trailer debemos considerar que, de acuerdo con Ferro, pocos instrumentos son tan importantes para despertar la credibilidad y sobriedad en el campo audiovisual, como los documentarios. Para él, el documental así como la ficción, reflejan la imagen de una cultura que nos permite conocer el discurso dominante de esa sociedad. Sin embargo, por intentar ser fiel a una realidad, generalmente “distorsiona” ese reflejo, pues es dotado de la responsabilidad de describir e interpretar, según su narrativa, la construcción de la realidad. Y cuando hace eso, conlleva una ideología particular.

Ya en el trailer oficial de *El reino de los cielos* poco más de dos minutos son suficientes para demostrar algunos indicios sobre los valores que serán privilegiados en la obra. Temas como: familia, moral, amor y heroísmo, roban breves flash que se asemejan a los guiños de la mirada humana. Cada flash no dura más que dos segundos y vienen como slides en las cuales la escena se presenta y se extingue, como si fueran diapositivas presentadas de forma no muy objetiva, en transiciones suaves. Esta técnica da ritmo a la narrativa que empieza despacio después se hace más veloz y desencadena una sobre posición de imágenes sobre imágenes, sugiriendo emoción y drama a las escenas.

Hay un narrador, cuya presencia da credibilidad al hecho histórico, pues nos remite a la concepción de que, se trata de un observador omnipresente y omnisciente, que todo ve y sabe. Nosotros no estuvimos en aquel entonces y tenemos sólo una visión parcial del hecho contada por los libros de historia. La totalidad de los hechos nos la cuenta el narrador, un elemento “atemporal”. Evidente que el receptor capta esta intención lo que no disminuye la credibilidad de la obra que, por su parte, es una relectura particular pues no se puede afirmar que todos los elementos de la película son exactamente fieles al tiempo y al espacio retratados.

En la verdad, se trata de una ficción histórica, que crea un drama particular dentro de un hecho histórico mayor, las Cruzadas. Este drama particular es el elemento cultural, discurso imaginativo, que contamina el restante del montaje cinematográfico. El vestuario, los instrumentos del cotidiano, las armas y los paisajes ¿serán los mismos de la época de las Cruzadas? Y los valores e intereses resaltados

en la película ¿serán los mismos de los hombres de la época? Es éste por lo tanto, el texto cultural cargado de ideología que al intentar reproducir tal momento nos muestra valores para nuestra sociedad. Durante el trailer, la selección de algunas imágenes en la edición es sugestiva. El uso de íconos simbólicos universales permite que los espectadores hagan asociaciones estándares incluso sin el auxilio del narrador: el beso, el lloro, el corazón, la cruz, la furia, la ira, la muerte, la casa, la mujer, los campos de trigo verde, el sol y la espada.

Los colores y el uso de la luz también integran una sugerencia narrativa. El empleo de muchos tonos de gris, azul y marrón, en las escenas más tranquilas y en las florestas, nos pasan sensaciones de humedad, de frío, de serenidad o distanciamiento, mientras, el rojo y el naranja aparecen para realzar las escenas de furia, de pasión y de las batallas. En el propio trailer también es posible identificar la tendencia de crear valores sobre la historia. Se distingue, desde el inicio, quien está del lado del bien y del lado del mal, quien son los “cristianos” y los “no-cristianos”, quienes deben vivir y quienes deben morir (bien - mal).

La música “eclesial” también contribuye para la identificación y localización del contexto. Abre nuestra sensibilidad para asociaciones contenidas en nuestro imaginario acerca de temas sobre la vida, la muerte y sobre Dios. Todos estos elementos nos llevan a concluir que se trata de una “guerra santa”.

La última escena del trailer es muy estimulante, pues muestra el cielo en una noche muy oscura donde balones de fuego son disparados sugiriendo un ataque demoledor. La asociación de esta escena con los bombardeos de misiles en la ofensiva de los EUA a Afganistán, después de los atentados del 11 de septiembre en 2001, y a Irak en 2003, es ineludible. Sin embargo, la escena siguiente, quiebra este malestar al mostrar un otro cielo ahora claro, limpio y un amanecer esperanzado después de la noche sangrienta, sugiriendo la paz que se conquista después de una guerra, cuya causa es santa. La película, hecha por el mismo director de *Gladiator* producido en 2000, presenta varias correlaciones con este, especialmente, al resaltar valores semejantes. Ambos hacen apología al gobierno norteamericano como verdadero sucesor del Imperio Romano en los días actuales.

Consideraciones finales

Creemos tener demostrado que es posible aplicar la metodología de Kellner para analizar no sólo las películas, como también los trailers. Entendemos que los trailers estudiados presentan visiones opuestas lo que se demostró examinando sus imágenes, escenas y fragmentos tal como son presentados al público. Sin embargo, nos cabe decir que estos son formatos típicos que poseen algunas variables, que merecen un estudio particular, especialmente con relación a la velocidad de las escenas y a la síntesis de la narrativa. También recordamos que el ejercicio de análisis no puede acabar con el deseo de apreciar una obra cinematográfica con toda su fascinación y encanto, pero, que ella también nos revele y nos alerte para los posibles intereses contenidos en su discurso, principalmente en la relectura de un episodio histórico (documental o ficción), pues, eso puede influenciar la comprensión sobre nuestra propia historia, al entrar en nuestra casa, seducir nuestra mente y conquistar nuestro corazón.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, C. *Notícia Impressa x história de vida: o jornalismo e o relato de testemunhas da ditadura em Piracicaba*. Tesina presentada al programa de Comunicación, FAAC, UNESP University, 2002.

CHOMSKY, N. *11 de setembro*. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 2003.

DELEUZE, G. *Cinema. Tome 1 – L'ímage en moviment*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1983.

DUFOUR, D. R. *O homem neoliberal: da redução das cabeças à mudança dos corpos*. Disponible en: <http://www.diplo.com.br/aberto/0504/indice.htm> Acceso: 13 ago. 2005.

FERRO, M. *Cinema e História*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Ed., 2001.

KELLNER, D. *A Cultura da mídia – Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LIMA, V. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

MAFFESOLI, M. *O material e o simbólico na cultura contemporânea: O audiovisual, as artes digitais e os meios tecnológicos de produção*. Conferencia presentada en el Simpósio Interfaces de las Representaciones Urbanas en tiempos de la Globalización, SESC-Bauru-SP y FAAC, UNESP University, 26 ago. 2005.

MATTELART, A. *A globalização da comunicação*. Bauru: EDUSC, 2000.

PARENTE, A. *Narrativa e modernidade – Os cinemas não-narrativos do pós-guerra*. Campinas, SP: Papyrus, 2000.

SANTOS, A. P. *O audiovisual como documento histórico: questões acerca de seu estudo e produção*. Disponible en: <http://www.mnemocine.com.br/pesquisatextos/andrea1.htm> Acesso: 17 jan. 2005.

TRIGO, L. & MORIN, E. *As estrelas – mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

A construção do sentido na narrativa audiovisual: um caso de ficção na mídia

The meaning construction in the audiovisual narrative: a media fiction case

Lúcia Correia Marques de Miranda MOREIRA

Doutora em Letras pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
Especialista – Centre de Linguistique Appliquée (CLA) Besançon-França;
Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNIMAR -
Marília-São Paulo, Brasil.

E-mail: marquesmiranda@uol.com.br

RESUMO

O texto analisa a arquitetura simbólica que se pode identificar no percurso dos personagens do longa metragem nacional *Eu, tu, eles*. A leitura do texto fílmico atentar-se-á para a construção de sentido que se estabelece pelo produtor e pelo receptor, caracterizados aqui como “operadores de linguagens”, enfatizando particularidades da linguagem audiovisual no universo da narrativa ficcional.

PALAVRAS-CHAVE: narrativa audiovisual - representações
sígnicas - linguagem – simbólico - *Eu, tu, eles*

ABSTRACT

This paper analyses the symbolic construction identified on the character's progress of the Brazilian motion picture *Eu, tu, eles*. The comprehension of the cinematographic text will focus on the meaning construction established by the sender and the receiver, qualified here as “language operators”, emphasizing details of the audiovisual language in the world of fictional narrative.

KEY WORDS: Audiovisual narrative - signs representations -
language - symbolic - *Eu, tu, eles*.

Introdução

Depois de assistir ao longa metragem nacional, *Eu, tu, eles*, dirigido por Andrucha Waddington e protagonizado por Regina Casé, Lima Duarte, Stênio Garcia e Luís Carlos Vasconcelos fica uma pergunta: quem são o “eu”, o “tu” e o “eles”? A seqüência tão familiar em que esses pronomes aparecem formando o título do filme, pode parecer, em primeira instância, ingênuo. No entanto, um olhar um pouco mais atento pode apontar para várias reflexões. O que pretendemos neste texto é refletir acerca de uma das possibilidades interpretativas da carga simbólica apontada nos pronomes pessoais usados para o título do filme (*Eu, tu, eles*). A hierarquia subjacente ao papel representativo destes pronomes e a construção do sentido da narrativa audiovisual, cruzando e entrecruzando as possibilidades significativas que sustentam seus signos constitutivos é o ponto de partida da nossa reflexão.

Embora o roteiro do filme explicita uma determinada proposta para engendrar a narrativa, nossa análise volta-se para o entendimento das relações que se estabelecem entre os personagens e que levam à interpretação do título do filme. *Eu, tu, eles* pode, num primeiro momento, suscitar uma classificação dos personagens de acordo com critérios que os destacam em principais (protagonistas/antagonistas) ou secundários (coadjuvantes). No entanto, essa classificação não se encaixa muito bem no relato da trajetória de Darlene e seus maridos, considerando a posição habitual desses pronomes pessoais no discurso.

Ao longo da leitura/análise da narrativa audiovisual, pode-se percorrer os trajetos das personagens, já que pela sua atuação, função e desempenho é possível deprender a arquitetura simbólica que sustenta uma hierarquia reconhecível entre os papéis que cada um representa ao longo da história.

Trata-se de uma instituição social – a família – que luta pela sobrevivência física e pela solidificação e manutenção de valores morais e éticos muito peculiares àquele grupo. Ao acompanhar o percurso individual de cada um dos personagens, podemos aventar de que matéria são feitos. E ao observar como essas trajetórias se cruzam e entrecruzam num dado momento da vida de cada um, podemos pressupor que valores simbólicos os unem num caminho único. Alguns paradigmas delinham-se e vão sustentando a história peculiar dessa família *sui generis*, composta por uma mulher com três maridos!

Numa sociedade ocidental em que mais facilmente se aceitaria o contrário - embora a moral e os bons costumes apontem para outros valores - esta história vai propondo outros sentidos. O que a torna possível, e até verossímil, é a mudança de perspectiva quanto às motivações que levam à constituição daquela família. A própria narrativa, de caráter ficcional (ainda que inspirada em fatos reais), cria elementos situacionais e ações dramáticas, que viabilizam a verossimilhança no universo daquele grupo. Os acontecimentos, as relações humanas vividas na narrativa são apresentadas de tal forma, com uma naturalidade e singeleza tão grandes – o filme tem um ritmo lento, sem grandes acontecimentos - que o cotidiano transpira e nos faz ler aqueles eventos como seqüências naturais, até óbvias em certos momentos! Afinal, é uma família tentando sobreviver!

O filme *Eu, tu, eles* apresenta uma instituição familiar baseada no modelo feudal de sobrevivência da espécie inscrita em combinações semióticas e novas representações sígnicas de velhos valores como: poder, hierarquia e proteção.

Segundo Elena Soaréz, roteirista do filme, temos como base de sustentação interpretativa desse casamento aparentemente insólito, o pressuposto de que a mulher é ali o ponto fundamental da história – como todo personagem principal típico, a narrativa gira em torno dela – assim, torna-se evidente que do título do filme, o pronome “eu” se refira a ela. De acordo com a roteirista:

Ao longo de 4 anos, desenvolvemos um roteiro de ficção que conta a história da mulher que acumulou três maridos sob o mesmo teto. A vida

de Darlene com Osias, Zezinho e Ciro é a história de uma fêmea que com astúcia e afeto molda a honra de 3 machos sertanejos de forma a acomodá-los dignamente em seu espaçoso coração. E se chegou a isso é porque para Darlene casamento é para a vida toda. De forma que um novo amor não leva a uma troca de maridos, mas a um acúmulo deles. E é assim que até que a morte os separe, Darlene - a mais fiel das mulheres - segue vivendo com seus 3 maridos em algum lugar perdido no sertão.¹

Nossa leitura da narrativa, baseada na premissa de que um texto permite mais de uma interpretação, sugere que olhemos para esta instituição familiar a partir de outro viés. Claro está que não ignoramos as considerações da roteirista e o modo como construiu o personagem de Darlene – baseado no vigor, na astúcia e no afeto da mulher sertaneja – mas propomos um olhar diferente sobre os sentidos que consolidam as relações entre a mulher e seus três maridos. Uma leitura não invalida a outra, pelo contrário, acrescenta.

1. O texto: a representação simbólica e as possibilidades combinatórias

Diz Fernando Guimarães², a respeito da arquitetura simbólica da poesia simbolista portuguesa, algo que nos parece apropriado observar a propósito da linguagem simbólica do filme *Eu, tu, eles* quanto à abordagem de um tema elaborado em torno de elementos tão característicos da cultura nordestina. Lá estão aspectos facilmente identificáveis daquela expressão cultural, mas o filme vai além dessa representação, abordando um questionamento bem mais profundo do que apenas constatar a árdua e tão conhecida vida do povo daquela localidade. O texto fílmico, por assim dizer, ao estabelecer suas combinações sígnicas – lançando mão das possibilidades tão peculiares da linguagem audiovisual – engendra uma operação de linguagens e signos (verbais e não-verbais) que incita o leitor/espectador a ir além do reconhecimento da representação de uma realidade tão conhecida.

O texto deixa de fechar o cerco à palavra, a ponto de imobilizar num sentido que, como significado, seria em relação ao significante algo de tautológico, [...] a poesia tenta cada vez mais conduzir-nos a uma leitura *in absentia*, uma leitura de descoberta [...] ³

Há nas particularidades das tomadas, na iluminação, na direção de cenas um tom poético - naquilo que a linguagem poética tem de (re)velador, velando, escondendo outra vez. Na realidade, trata-se de uma revelação sutil, delicada de uma história que parece ser contada sem sobressaltos, sem grandes aventuras. A grande aventura é contar o cotidiano de sobrevivência física e moral daquelas pessoas que, pela constituição familiar *sui generis*, garante a sobrevivência em todos os seus aspectos.

O texto fílmico lida com aquilo a que chamamos de *possibilidades combinatórias do código* (as relações entre os signos na elaboração e transmissão da mensagem), bem como com as possibilidades combinatórias dos signos (num nível mais específico de construção de sentido dentro do próprio processo de elaboração do signo, quanto à relação significante/significado – em que se define e estrutura a significação)⁴.

Segundo Umberto Eco, ao introduzirmos o código no sistema comunicacional, estabelecemos uma espécie de limitação às numerosas possibilidades de informação que temos: “O que se obtém introduzindo o código? Limitam-se as possibilidades de combinação entre os elementos em jogo e o número de elementos que constituem o repertório.”⁵

Assim, temos no filme um repertório de signos culturais referentes aos hábitos da constituição familiar no nordeste brasileiro. Estes traços culturais vêm assinalados por elementos que refletem uma herança deixada pela miscigenação europeia (lusitana), africana e indígena. É justamente essa mescla de valores culturais que nos permite compreender o “casamento” de signos (símbolos)⁶ que ali se encadeiam na construção do sentido daquela narrativa audiovisual.

O código audiovisual (composto de signos verbais e não-verbais) delimita as possibilidades combinatórias dos dados informacionais de que se dispôs para a elaboração daquela mensagem:

Como não havia nenhuma indicação na estrada, entrei numa cidade chamada “Morada Nova” e me informei onde ficava o tal “Quixelô”. Toquei para lá. Quixelô não passava de um povoado com 5 ou 6 casas no meio do sertão. Sem praça, sem rua, sem luz, mas com uma pequena igreja. Perguntando de porta em porta, encontrei a casa da sertaneja dos 3 maridos. Uma casa de pau-a-pique, com vários meninos seminus brincando na porta. Um deles entrou para chamar a mãe. Ela apareceu na porta de cara fechada, mas me estendeu a mão. Uma mão rude, de trabalhadora de enxada. Estava de cabelos molhados e vestido branco. Achei-a bonita a seu modo e acima de tudo forte. De uma força intimidante. Comecei a balbuciar o motivo da minha visita: “Estava vindo do Rio de Janeiro, onde li uma matéria sobre sua história e gostaria de conversar...” A mulher me interrompe cortante: “Não falo mais desse assunto. Isso já me trouxe problemas demais. Meu primeiro marido não gosta, minhas filhas reclamam comigo [...]” Agradei, me desculpei, dei meia volta e entrei no carro alugado. Mas como já estava lá... Dispensei o carro.

Fiquei 10 dias em Morada Nova tentando contactar alguém do círculo de amigos da sertaneja que pudesse servir de ponte. Inútil. Já estava com a volta marcada quando bati à sua porta de novo. Dessa vez ela me recebeu espantada: “Você ficou 10 dias só esperando pra falar comigo? Entra”. E foi assim que conheci um pouco e ri muito com a mulher que nos serviu de inspiração para Darlene de Lima Linhares, a protagonista de nosso filme.⁷

Estes são os dados informacionais, no filme eles estão reorganizados de acordo com a proposta ficcional da narrativa e de acordo com o formato audiovisual pelo qual será realizado o contar da história.

Contar uma história utilizando como instrumento a linguagem audiovisual, pressupõe uma atenção especial para com seus elementos constitutivos [...] “o espectador não vai ao cinema apenas para ver histórias e sim para ver histórias bem contadas. O trabalho do roteirista é contar histórias e não fazer histórias.”⁸

Ora, por isto se pode perceber que a linguagem audiovisual, pela qual, como espectadores, vemos/lemos a história na tela, exige do seu criador um exercício articulado das linguagens (verbais e não verbais), considerando a complexidade de signos e códigos que devem ser compartilhados para “bem” contar a história!

Em se tratando de cinema, “bem contada” não significa apenas uma história bem narrada, habilmente estruturada e tramada. A história tem de ser mostrada em cenas esmeradas, com papéis bem concebidos (e bem interpretados) que inspirem o cenógrafo, o fotógrafo, o compositor, o montador e todos os demais colaboradores a acrescentarem seus talentos à forma final com que as imagens e palavras do roteirista aparecem perante o espectador.⁹

Assim, quando falamos de formato audiovisual, não podemos deixar de pressupor todo o conjunto de linguagens e respectivos operadores que se lançam à tarefa de construir um artefato artístico a que chamamos de narrativa audiovisual. E, vinculado a este trabalho coletivo, está toda uma gama de leituras, experiências e olhares criativos que incrementam e alimentam o caráter do “bem contar” uma história no formato audiovisual.

Diante disto e reconsiderando que a participação de múltiplos enunciadores – cada um na sua particularidade – obviamente propicia e facilita também múltiplas leituras. Deixemos claro então, dentre as várias possibilidades interpretativas, a mensagem que pretendemos identificar no filme *Eu, tu, eles*: a estrutura familiar assentada nas relações bens-trabalho em que se podem reconhecer as representações de características feudais na apresentação de valores referentes a propriedade, proteção e trabalho.

2. A instituição familiar: eu, tu, eles

Começemos então a leitura pelo título! Por que *Eu, tu, eles*? E, afinal, quem é o “eu”, quem é o “tu” e quem é o “eles”?

Passemos à desconstrução, ao reconhecimento das combinações entre signos (verbais e não-verbais) e entre códigos (verbais e não-verbais) para tentar entender como o novo código – o audiovisual – delimitou, pelas possibilidades combinatórias, o sentido de uma das mensagens que podemos depreender desta narrativa.

Segundo Eco¹⁰, a escolha de um código para transmitir uma mensagem que deve dar informações, torna este processo mais fácil, visto que as “combinações são regidas por um sistema de possibilidades prefixadas”.

Observemos por exemplo, quanto à escolha dos pronomes pessoais que compõem o título do filme. No âmbito da estrutura do código verbal, pronome é aquilo que está no lugar no nome; isto já nos conduz a um certo tom genérico dos personagens do filme: não são indivíduos, não se trata de uma história individual, ou melhor, é uma história individual mas que se pretende representação de tantas outras semelhantes, pelos menos com relação a alguns aspectos. A Darlene, o Osias, o Zezinho, o Ciro e os filhos de Darlene representam um determinado tipo de organização grupal, um tipo específico de constituição familiar que relê e reposiciona os aspectos que levam as pessoas, diante da luta pela sobrevivência física e moral, a se juntarem em grupo.

E é esse movimento humano natural, que faz do homem um ser gregário, em que se abrem as possibilidades narrativas, as combinatórias de sentidos que a vida humana vai traçando ao longo de sua existência, criando valores, alimentando outros e recriando muitos. Assim, o homem, aos construir novos grupos, pela desconstrução inevitável de outros, num processo natural, vai costurando significações para a trajetória narrativa que o individualiza e o torna coletivo a um tempo. Ampliam-se histórias individuais alimentando-se de um percurso que parte de uma linha, mas que se transforma e se enriquece

ao cruzar ou trás linhas individuais, estabelecendo um percurso maior: a narrativa que é do homem.

Com relação ao filme, por outro lado, embora pronomes pessoais nos remetam a essa visão genérica, aparentemente sem individualidade, temos também o fato de serem usados no singular (eu, tu) e no plural (eles), fazendo-nos pensar que na relação plural, na representação do coletivo, também temos a representação do indivíduo. O que sente e pensa o indivíduo e como, a partir daí, se posiciona no grupo de acordo com valores pessoais e valores grupais – tanto uns quanto outros, por meio das relações que se estabelecem, sofrem alterações, acréscimos e até cortes.

A comunicação é estabelecida pelo intercâmbio simbólico que garante a estrutura grupal, ainda que, a maior parte das vezes, esse intercâmbio se manifeste tão sorrateiro e discreto que mal pareça existir. Neste caso, é inevitável não pensar no papel desempenhado por Darlene numa relação *sui generis* que se estabeleceu naquele grupo. Uma mulher que vive maritalmente com três homens e cujo sentido para o casamento permanece, na essência, o mesmo sob o ponto de vista tradicional: casamento é para a vida toda.

Sabidamente, Darlene agrega a esse valor simbólico do casamento, a idéia de que, ao se constatar a falta de algo na relação marido-mulher, não é necessário abandoná-la (afinal, casamento é para a vida toda!). Torna-se então plausível que se traga para a união o elemento que falta! Assim, com malícia e jeito, Darlene vai agregando à proteção material que Osias lhe dá o carinho e a ternura de Zezinho, bem como a paixão de Ciro.

2.1 Personagens – arquitetura simbólica de relações

Ao verificar a trajetória da personagem principal, Darlene, notam-se traços comuns às vidas de outras mulheres cuja realidade se assemelha à daquela mulher. Mãe solteira, com o sonho, logo desmanchado, de vir a casar-se e a constituir uma família nos padrões ocidentais (marido, esposa e filhos legítimos). No entanto, como esse percurso inicia já conturbado, pois Darlene vê-se grávida e solteira, o desenrolar

é previsível: o suposto futuro marido não aparece na igreja para o casamento. A partir daí, começa o calvário para Darlene e dilui-se o que restava do tímido sonho inicial.

A linguagem audiovisual emoldura este reinício da trajetória de Darlene a partir de enquadramentos de cena, iluminação e trilha sonora que espelham a solidão e desolamento daquela mulher completamente só no mundo.

Darlene está vestida de noiva, ou melhor, ela usa apenas uma grinalda e um véu – ambos parecem ter sido tirados de um baú de recordações, têm uma aparência amarelada e amarrotada – elementos simbólicos que representam o matrimônio como uma união convencional, de acordo com os padrões sociais. No entanto, o ar desgastado do véu e da grinalda enfraquece o poder da convenção. O vestido é quase um trapo, de um branco amarelado, diríamos até desbotado, a que falta o viço de uma noiva que já ostenta uma evidente gravidez!

A postura do próprio personagem é de cansaço: físico, com a mão nas costas (na posição típica de uma grávida no final do tempo) e moral, numa expressão de desgaste, de desencanto de quem está no final da linha. As rugas da roupa e da expressão cansada de Darlene misturam-se e apresentam-se na tela emolduradas por uma fotografia sépia que caracteriza muitas outras tomadas do filme. A fotografia da cena é de um tom amarelado, um tom pastel semelhante ao daqueles objetos guardados e esquecidos há muito num cômodo da casa determinado para despejos. Aspecto que reitera a sensação de abandono e solidão de Darlene.

Mas o que particulariza esta maneira de contar a história é que o uso desse recurso visual não imprime exatamente a tristeza óbvia da situação vivida pelo personagem, o que se perpetua é uma sensação de melancolia que sai do interior do personagem e invade o espaço e tempo em que se movimenta. A mudança deste tom de fotografia do filme vai marcar também outras mudanças na vida de Darlene.

Enfim, depois de muito esperar, ela resolve ir embora. A câmera focaliza então o espaço externo de dentro da igreja cuja porta emoldura a cena: vêem-se Darlene partindo, como que arrastada por um vento seco e poeira e, ao fundo, desenham-se duas cruzes no que seria o átrio da igreja. Esta tomada que aponta para as cruzes, nos remete a uma leitura bastante sugestiva: se no calvário havia três cruzes (a de Cristo e

a dos dois ladrões) onde está a terceira? Julgamos que parte simbolicamente com Darlene que cruzara a cena. Afinal, o calvário dela estava só começando!

A partir deste momento, cada vez que alguma mudança significativa acontece na trajetória de Darlene (tentativa de recomeço ao voltar para casa da mãe; casamento com Osias; entrega do primeiro filho ao pai; o envolvimento com Zezinho; o emprego no canavial; o envolvimento com Ciro) aparecem longas estradas secas, áridas, reafirmando que o caminho dela nunca será fácil, mas terá sempre algum consolo, pois as estradas apresentam o infinito, nunca um fim.

Nesta trajetória de “caminhos” a percorrer na vida, representados/simbolizados por caminhos concretos, destacamos por exemplo, um pequeno trecho: o trajeto que Darlene faz, diariamente, do nascimento de seu primeiro filho, ainda morando na casa de sua mãe, até deparar-se com Osias, cuja propriedade ela atravessa todos os dias. Quando está para receber a proposta de casamento que Osias lhe fará, um dia, ao passar pelas terras deste, seu caminho habitual, Darlene é surpreendida por um monte de gravetos que a obrigam a desviar-se da trajetória costumeira.

Aquele obstáculo representa, no nosso entender, um desvio na vida de Darlene que já vinha sendo observada por Osias. Depois desse acontecimento, aparentemente tão banal, é que Osias se aproxima de Darlene para lhe propor casamento. Aqueles gravetos serão usados para construir paredes de pau a pique, elemento que merece uma interpretação mais cuidadosa neste momento do filme, afinal Darlene está prestes a fazer parte da casa de Osias como esposa, como força de trabalho e, para tanto, receberá em troca a proteção de um teto, ela e o filho. Daquele momento em diante, ela passa a fazer parte da propriedade, dos bens de Osias. Ele “adquire” uma esposa – esta idéia de posse, de bens adquiridos fica muito clara nas palavras de Osias ao propor casamento a Darlene. O pedido de casamento não tem nada de romântico ou sedutor nos padrões amorosos, trata-se mais de um negócio, por que não dizer de “compra e venda”. Osias argumenta, observando a idade de Darlene, o fato de ser mãe solteira e de não ter para onde ir nem como criar o filho e, por mais repugnante que possa parecer, finaliza dizendo que outra oportunidade como aquela dificilmente ela encontrará!

E assim ficam estabelecidos os papéis: ele, o proprietário, ela, a força de trabalho. Temos então a retomada dos pronomes do título do filme: “eu” – Osias, dono e senhor da terra e agora da mulher; “tu” – Darlene, vassala que garante o sustento pelo trabalho braçal e “serve” o seu senhor, ganhando em troca a proteção de um teto. Está estabelecida a relação feudal.

A esta instituição – o casamento – faltam à esposa o carinho, a ternura e a paixão. Este espaço será preenchido pelos outros dois maridos, compondo-se assim uma família de fragmentos que se unem na luta pela sobrevivência. Não se trata apenas da sobrevivência física, mas, sobretudo, da construção de um sentido sutil, íntimo e quase nada evidente, que sustente aqueles “fiapos” de gente numa terra árida, numa vida igualmente árida cujo tom de fotografia envelhecida pelo desgaste do tempo presentifica na tela uma sensação de quase-desânimo em manter-se vivo.

O surgimento de filhos fora do casamento e a chegada dos outros dois maridos são fatos assimilados por Osias que aceita tudo em nome da manutenção do poder. Mas esta aceitação deve-se, sobretudo ao papel preponderante e sábio da esposa Darlene – o “tu” que é “com quem se estabelece o diálogo”. Entre Darlene e Osias o diálogo que se estabelece é mudo, alicerçado em pactos dissimulados e, ao mesmo tempo, marcados por uma espécie de convivência. Ele toma tudo como propriedade sua, pois todos trabalham para ele. Osias passa a história toda ouvindo um rádio que transmite ondas entrecortadas, mantendo uma ligação imaginária com o resto do mundo, mas, na realidade, o que lhe interessa é o seu mundo. Tanto assim é que, volta e meia, usa seu bordão para reafirmar quem manda ali: “a casa é minha!” O que reitera a estrutura feudal daquele grupo, daquela família.

O final do filme surpreende: quando todos pensam que Osias, humilhado pelo fato dos filhos de Darlene não serem seus, desaparece com as crianças. Volta em seguida com todos registrados em cartório no seu nome, confirmando que *a casa é dele!*

Considerações finais

Muito poderia ainda ser analisado com relação à nossa proposta de leitura do filme *Eu, tu, eles*. Mas, fica aqui a sugestão e, sobretudo, o chamar atenção para futuras reflexões acerca das possibilidades combinatórias de signos e códigos na construção do sentido das narrativas audiovisuais. Essas possibilidades exigem um leitor que se conscientize do seu papel de operador de linguagens, afinal, estamos diante de códigos peculiares, que demandam leituras igualmente peculiares.

O código televisual, que se vale, na sua estrutura, da combinação de e entre outros códigos, torna-se mais complexo, em determinados aspectos, como objeto de análise. No caso da leitura de uma produção cinematográfica, estamos diante de uma realização artística, logo, a urdidura de sentidos ali elaborada pressupõe um leitor/receptor mais cuidadoso:

[...] o artista deixou de ser um gênio inspirador para se transformar em um operador de linguagem; isto é, um técnico capaz de operar os materiais e procedimentos de um código-base que será tão diligentemente trabalhado quanto maior for o domínio das características de outros sistemas de linguagem, porque isto permite possibilidades de transformação e expressão para aquele código-base.¹¹

Neste sentido, não podemos deixar de enfatizar o fato de que os operadores de linguagens de uma narrativa audiovisual – os emissores – perfazem o seu caminho produzindo e, inevitavelmente, lendo para chegar à concepção discursiva final cujos sentidos se completarão posteriormente pelos espectadores – os receptores.

Assim, o diretor, do filme *Eu, tu, eles*, Andrucha Waddington, pode ser considerado um operador de linguagens consciente de seu papel pelo cuidado, sutileza e poeticidade no arranjo discursivo concebido para contar a história da heroína Darlene.

NOTAS

- ¹ Elena Soaréz. *Os primeiros passos do roteiro*. (www2.uol.com.br/eutueles/)
- ² Ferando Guimarães. *A poesia da Presença e o aparecimento do Neo-realismo*. Vila da Maia: Editorial Inova, 1969.
- ³ Op. Cit., p. 35-36.
- ⁴ Tzvetan Todorov. *Teorias do símbolo*. Lisboa: Edições 70 (Signos), 1979.
- ⁵ Umberto Eco. *A estrutura ausente: introdução à pesquisa semiológica*. 7 ed. São Paulo: Perspectiva, 2003, p.15.
- ⁶ Para fundamentar o uso dos termos signo/símbolo cf. Lúcia Santaella. *Semiótica aplicada*. São Paulo: Pioneira /Thomson Learning, 2004.
- ⁷ Elena Soaréz. *Os primeiros passos do roteiro*. (www2.uol.com.br/eutueles/)
- ⁸ David Howard; Edward Mabley. *Teoria e prática do roteiro*. (trad. Beth Vieira) São Paulo: Globo, 1996, p.21
- ⁹ Op. Cit. p. 21-22.
- ¹⁰ Op. Cit., p. 15
- ¹¹ Lucrécia D'Alessio Ferrara. *A estratégia dos signos*. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 1986, p. 55.

REFERÊNCIAS

- ECO, U. *A estrutura ausente: introdução à pesquisa semiológica*. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- FERRARA, L. S.A. *A estratégia dos signos*. 2. ed. São Paulo: Globo, 1986.
- GUIMARÃES, F. *A poesia da presença e o aparecimento do neo-realismo*. Vila da Maia: Editorial Iovova, 1969.
- HOWARD, D.; MABLEY, E. *Teria e prática do roteiro*. São Paulo: Globo, 1996.

SANTAELLA, L. *Semiótica aplicada*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SOARÉZ, Elena. *Os primeiros passos do roteiro*. (www2.uol.com.br/eutueles/).

TODOROV, T. *Teorias do Símbolo*. Lisboa: Edições 70 (Signos), 1979.

Leitura de textos jornalísticos em curso
de comunicação: um percurso
enunciativo

Journalistic texts reading in
communication courses: an enunciative
path

Maria Inez Mateus DOTA

Doutora em Letras. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP – Bauru-SP – Brasil.

E-mail: midota@uol.com.br

RESUMO

Este artigo apresenta uma proposta de leitura crítica de textos jornalísticos em língua inglesa, visando a formar leitores conscientes de seu papel enquanto cidadãos construtores do sentido. Apóia-se na teoria das operações enunciativas do lingüista francês Antoine Culioli e, especificamente, na categoria da modalidade, definida como a atitude do sujeito face àquilo que enuncia e face ao seu interlocutor. Fundamenta-se a análise de dois textos, publicados nas revistas *Time* e *Newsweek*, em quatro tipos de modalidade apresentados pelo autor e oferece-se, ao professor de língua inglesa, subsídios para a formulação de atividades de leitura aos alunos do Curso de Comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: textos jornalísticos – enunciação - leitura

ABSTRACT

This paper presents a critical reading proposal for journalistic texts in English, aiming at preparing conscious readers of their role as citizens in the meaning construction process. It is based on the enunciative operations theory of the French linguist Antoine Culioli and, specifically, on the category of modality, defined as the attitude of the enunciator in relation to his utterance and to his interlocutor. The analysis of two texts published in *Time* and *Newsweek* is founded on four types of modality presented by the author and offers to the English language teacher subsidies for reading activities to Communication Courses students.

KEY WORDS: journalistic texts – enunciation - reading

Introdução

Este trabalho objetiva apresentar uma proposta de leitura crítica de textos jornalísticos em língua inglesa, visando a formar leitores de língua estrangeira conscientes de seu papel enquanto cidadãos construtores do sentido, em Curso de Comunicação. Apóia-se na teoria das operações enunciativas do lingüista francês Antoine Culioli (1976, 1985 e 1990) e, especificamente, na categoria da modalidade, decorrente da operação de modalização e definida como a atitude do sujeito face àquilo que enuncia e face ao seu interlocutor.

Fundamenta-se a análise de dois textos, publicados nas revistas *Time* e *Newsweek*, em quatro tipos de modalidade apresentados pelo autor, observando que esses tipos podem se sobrepor em suas configurações no texto. Essa análise pré-pedagógica dos textos jornalísticos oferece, ao professor de língua inglesa, subsídios para a formulação de atividades de leitura aos alunos da habilidade de Jornalismo. A tipologia de Culioli envolvendo a categoria da modalidade compreende os conceitos que se apresentam a seguir.

A modalidade 1 que ocorre: com a asserção – o enunciador valida o conteúdo da relação predicativa, afirmando ou negando; com a interrogação – o enunciador não assume a posição entre o afirmativo e o negativo e propõe ao co-enunciador a decisão sobre a validação; com a injunção – termo que engloba a súplica, o pedido e a sugestão, isto é, algo que pode vir a ser verdadeiro ou falso; com o hipotético – ou o enunciador coloca a hipótese de maneira absoluta, considerando como sabida a existência da relação predicativa ou ele emite uma hipótese positiva, de preferência com relação a uma hipótese negativa colocada anteriormente.

A modalidade 2, conhecida como modalidade epistêmica, exprime uma ausência de certeza por parte do enunciador quanto à validação da relação predicativa; não se trata de falso ou verdadeiro, como ocorre na asserção, mas de

uma avaliação essencialmente quantitativa, oscilando entre o provável, o improvável, o possível, o incerto, etc.

A modalidade 3, ou apreciativa, não visa à assunção da relação predicativa, mas à sua quantificação; trata-se de fazer uma apreciação sobre o caráter bom, ruim, feliz, infeliz, etc., do conteúdo da relação predicativa e, também, fazer apreciações que incidem sobre partes dessa relação; a modalidade apreciativa se compõe com a asserção para qualificar o validado, ou com o não-certo para qualificar o valor distinto ou previsto.

A modalidade 4 é chamada de modalidade intersubjetiva, uma vez que se refere às relações entre sujeitos, sujeito enunciador e sujeito do enunciado e sujeito enunciador e co-enunciador. Encontram-se aqui os valores deônticos como ordem, permissão, desejo, sugestão, vontade, causação, possibilidade e capacidade.

Assim, baseando-se na categoria da modalidade, apresenta-se, a seguir, uma análise de dois textos jornalísticos sobre um mesmo assunto, publicados em duas diferentes revistas dentro de uma mesma semana. A análise empreendida recai sobre marcas lingüísticas como a escolha do léxico, tempos verbais, modais e discurso direto/indireto que mostram a atitude dos sujeitos enunciadorees nos textos. A partir da análise, elaboram-se exercícios de compreensão e análise crítica dos textos, possíveis de serem utilizados como atividades de leitura, na disciplina de língua inglesa em Curso de Comunicação.

1. Análise dos textos

Os textos a serem analisados abordam a questão da repatriação de um enorme acervo de obras de arte entre Rússia e Alemanha, levado de ambos os países, no final da Segunda Guerra Mundial, e o debate aberto por ocasião da exibição desses trabalhos. Os trechos comentados serão traduzidos e os números apontados entre parênteses são uma referência ao número das linhas nos textos originais em anexo.

1.1. Stalin's war treasures (Os tesouros de guerra de Stalin - *Time*, March 13, 1995, Anexo 1)

Nesse texto, o sujeito enunciador apresenta os fatos relativos ao assunto em questão, modalizando as relações predicativas em enunciados assertivos (modalidade 1, na tipologia de Culioli). Essa opção revela um comprometimento explícito do enunciador com as proposições colocadas no texto. Isso é válido tanto para o jornalista, quanto para o segundo locutor introduzido no texto - a especialista em arte, Irina Antonova, conforme exemplos abaixo:

(1) *The scouts were part of a Trophy Commission set up by Stalin to strip the conquered Reich of everything movable, from machinery to masterpieces of art.* (Os observadores eram parte de uma Comissão de Troféus indicada por Stalin para saquear do Reich conquistado tudo que se movesse, de maquinário a obras-primas da arte. - l. 4-8)

(2) *The trophy unit turned up hoards of drawings and canvases, many of them sopping wet, which were sent by guarded train to Moscow's Pushkin Museum of Fine Arts.* (A unidade de troféus recuperou montes de desenhos e telas, muitos deles completamente molhados, que foram enviados, por trem com escolta, para o Museu Pushkin de Belas Artes, em Moscou. - l. 13-17)

(3) *Her show was an eye-opener: 63 pieces by El Greco, Goya, Degas and other masters from the 14th to 19th centuries.* (Sua mostra foi uma notícia sensacional: 63 peças de El Greco, Goya, Degas e outros mestres dos séculos XIV a XIX. - l. 25-28)

(4) *Declared Antonova, the Pushkin's longtime director: "Soviet troops saved these artworks while the fascists wrecked ours. We deserve some form*

of compensation.” (Declarou Antonova, diretora do [Museu] Pushkin há muito tempo: As tropas soviéticas salvaram essas obras de arte, enquanto que os fascistas destruíram as nossas. Nós merecemos alguma forma de compensação. - l. 30-34)

(5) That hint of moral ownership marred the goodwill built up between Bonn and Moscow during two years of negotiating the return of wartime plunder. (Aquela insinuação de propriedade moral estragou a boa vontade construída entre Bonn e Moscou, durante dois anos de negociação, sobre o retorno do saque do tempo da guerra. - l. 35-38)

(6) By its account, Germany has repatriated some 24,000 artworks to Russia, while most of what has come the other way were some pieces handed back to East Germany in the 1950s and '60s. (Pela sua conta, a Alemanha repatriou cerca de 24000 obras de arte para a Rússia, enquanto que aquilo que veio do outro lado foram algumas peças devolvidas à Alemanha Oriental na década de 50 e 60. - l. 38-43)

(7) The notion that the Pushkin cache was “twice saved” - once from war, then by restoration a half-century later - irked German embassy spokesman Rainold Frickhinger. (A noção de que [as obras] escondidas no Pushkin foram “salvas duas vezes” – uma da guerra, depois pela restauração, meio século mais tarde, – aborreceu o porta-voz da embaixada alemã Rainold Frickhinger. - l. 47-51)

(8) Most of the art “did not need to be ‘rescued,’” he said, and any restoration after years of neglect hardly qualified as heroism. (A maior parte das obras de arte “não precisava ser ‘salva,’” ele [o embaixador alemão] disse, e qualquer restauração depois de anos de negligência [é] dificilmente qualificada como heroísmo. - l. 51-54)

(9) *Still, Germany's moral position is not ideal. Hitler's forces deliberately destroyed thousands of Russian monuments and museums, while many of the Reich's prizes were looted or acquired by threat: eight pieces in the Pushkin show were "sold" by Hungarian Jews to Adolf Eichmann for exit visas.* (Contudo, a posição moral da Alemanha não é a ideal. As forças de Hitler deliberadamente destruíram milhares de monumentos e museus russos, enquanto que muitos dos prêmios do Reich foram saqueados ou adquiridos por ameaça: oito peças na mostra do Pushkin foram "vendidas" por judeus húngaros a Adolf Eichmann, em troca de vistos de saída. - l. 70-77)

(10) *Antonova's insistence that she had "never felt guilty" about her trove was odd.* (A insistência de Antonova de que ela "nunca tinha se sentido culpada" por seu tesouro foi estranha. - l. 82-84)

As formas do presente e passado não acompanhados de modais, assinalados de (1) a (10), marcam asserções que estão presentes em todo o texto, isto é, a validação das relações predicativas por parte de um sujeito enunciador, nas palavras de Souesme, "a afirmação de apenas um valor (positivo ou negativo)" (1992, p. 359).

São de responsabilidade do jornalista as asserções (1), (2), (3), (5), (6), (7) e (9) e deixam transparecer sua crítica à atitude da Rússia, expropriando famosas obras de arte da vencida Alemanha, e ao desequilíbrio de obras repatriadas entre os dois países, com prejuízo da Alemanha. Apenas o trecho (9) aponta a parcela de culpa deste último país, por destruir o patrimônio artístico russo e por adquirir obras de arte em troca de vistos de saída para os judeus.

As asserções (4) e (10) são atribuídas a um outro locutor introduzido no texto, a especialista em arte Irina Antonova. Sua afirmação, em (4), na forma de discurso direto, vêm clamar pelo direito de a Rússia ter a posse de um grande acervo de obras famosas, pois, na sua visão, esse país salvou os trabalhos enquanto a Alemanha danificou as obras russas. Dar voz a outros locutores é uma forma de o jornalista apontar uma posição diferente da sua, com a qual não concorda, pois em

(10), com o discurso indireto, critica a justificativa de Antonova. Em (8), contudo, o comentário do embaixador alemão é inserido para corroborar a posição do jornalista: grande parte das obras alemãs não precisava ser “salva” e a restauração depois de anos de negligência não constitui nenhum mérito para os russos.

No final do texto, o sujeito enunciador deixa as asserções e faz uso da modalidade 2 - epistêmica. Com o modal “would” ligado a base verbal “seem” (parecer), que pelo seu conteúdo semântico já remete à incerteza, o enunciador marca o valor de possibilidade em (11):

(11) Considering their history, the works would seem to have more layers of guilt than paint. (Levando em consideração a sua história, as obras parecem ter mais camadas de culpa do que de pintura. - l. 84-86)

Assim, em (11), de forma não incisiva, sem se comprometer totalmente com uma posição contrária à Rússia, o jornalista lança a dúvida da culpa desse país na apropriação da arte alemã. Essa posição é corroborada pelo emprego da modalidade 3 – apreciativa, conforme se aponta nos grifos dos trechos abaixo:

(12) An exhibit of long-hidden works that Russian troops seized in Germany. (Uma mostra de obras, há muito escondidas, que as tropas russas seqüestraram na Alemanha. – chamada do texto)

(13) Now, amid revived suspicion of foreigners, the Russian parliament is considering the nationalization of all seized art. (Agora, no meio da reacendida suspeita dos estrangeiros, o parlamento russo está estudando a nacionalização de toda a arte seqüestrada. – l. 43-46)

(14) So rushed was the show, however, that it did not even offer a catalog. (A mostra foi tão apressada, entretanto, que nem mesmo ofereceu um catálogo. - l. 62-64)

Os apreciativos *seized* (seqüestraram), *revived suspicion* (suspetita reacendida) e *rushed* (apressada), acrescidos de *to strip* (saquear, em (1)), *marred* (estragou, em (5)) e *irked* (aborreceu, em (7)) mostram o tom negativo do jornalista com relação à atitude dos russos no passado, levando obras de arte da Alemanha, e ao comportamento desse povo no presente, portando-se como se aquele ato tivesse sido natural.

1.2. War and Remembrance (Guerra e Lembrança - Newsweek, March 13, 1995, Anexo 2)

O jornalista abre seu texto utilizando uma interrogação, para instaurar a dúvida nos leitores e questionar se a Rússia deve devolver as obras à Alemanha:

(15) *Must Russia return looted treasures to Germany, 50 years after the defeat of the Nazi invaders?* (A Rússia deve devolver os tesouros saqueados da Alemanha, 50 anos depois da derrota dos invasores nazistas? – chamada do texto)

Essa interrogação configura uma pressão que o sujeito enunciador faz sobre o sujeito do enunciado (Rússia), caracterizando a modalidade 4, intersubjetiva. O modal *must* (deve) tem valor deôntico (= o que está obrigando) e, associado à interrogação, também força o leitor a tomar uma posição; deixa em aberto, ao interlocutor, a possibilidade de a Rússia não estar obrigada a devolver os tesouros de arte.

Também no caso desse segundo texto, as asserções (modalidade 1) dominam a linguagem empregada. Destacam-se alguns exemplos:

(16) *Triumphant armies have long carried away the loser's art.* (Exércitos vencedores têm, há muito tempo, levado embora a arte do perdedor. - l. 24-26)

(17) *Feelings about repatriating art run especially high with the Russians, who kept much of what they held secret up until early '90s.* (As opiniões sobre a

repatriação de arte enfurecem especialmente os russos, que mantiveram grande parte do que eles guardaram em segredo até o início da década de 90. - l. 40-43)

(18) “*Soviet troops saved these art works while the Fascists wrecked ours,” she said. (As tropas soviéticas salvaram obras de arte enquanto os fascistas destruíram as nossas. - l. 51-53)*

(19) *During the 1940s and '50s, the U.S.S.R. did send many art works back to East Germany, but returned nothing to the West. (Durante a década de 40 e 50, a União Soviética realmente devolveu muitas obras de arte para a Alemanha Oriental, mas não retornaram nada para a Ocidental. - l. 132-135)*

As asserções mencionadas acima, com o emprego das formas de presente e passado, mostram a controvérsia criada com relação à repatriação das obras de arte: de um lado, uma justificativa para a atitude dos russos guardando os tesouros; do outro, a ênfase em sua má vontade para devolver os trabalhos alemães.

War and Remembrance mostra, também, exemplos de apreciações (modalidade 3) feitas pelo sujeito enunciador. O primeiro trecho abaixo é atribuído a um locutor especialista (historiador) introduzido no texto pelo discurso direto e as orações grifadas contêm uma crítica à forma como os russos organizaram a exposição, misturando obras de coleções alemãs e judias:

(20) “*I think it's a scandal to hang a painting from a German collection next to a painting from a private Jewish collection, especially one acquired by Eichmann just as he sent hundreds of thousands of Hungarian Jews to Auschwitz,” says Willi Korte, a German Historian...* (“Acho que é um escândalo pendurar uma pintura de uma coleção alemã ao lado de uma pintura de uma coleção particular judia, especialmente uma [pintura] adquirida por Eichmann, uma vez que ele mandou centenas de milhares de judeus húngaros para Auschwitz,” diz Willi Korte, um historiador alemão... - l. 58-64)

Outros exemplos de apreciações são destacados nos grifos abaixo. São feitas pelo próprio jornalista ou retomam o discurso de outro locutor, sinalizando certa condescendência pela atitude dos russos de ficar com as obras:

(21) *But the shows have also prompted a nasty controversy over the issue of cultural repatriation.* (Mas as mostras também incitaram uma desagradável controvérsia sobre a questão da repatriação cultural. – l. 20-23)

(22) *But the Nazis were particularly wanton, as Lynn Nicholas documents in her award-winning book.* (Mas os nazistas foram especialmente devassos, como Lynn Nicholas documenta em seu livro premiado. – l. 34-37)

(23) *“You have to be a little bit sympathetic to the Russian point of view because the Germans destroyed so much,” she says.* (“Você tem que ser um pouquinho simpático com o ponto de vista russo, porque os alemães destruíram muito”, ela diz. – l. 37-40)

(24) *Then a small window of reconciliation opened, only to close again when the country was gripped by nationalist fervor.* (Depois uma pequena janela de reconciliação se abriu, apenas para se fechar novamente quando o país ficou fascinado pelo fervor nacionalista. - l. 43-46)

A modalidade epistêmica (modalidade 2) também aparece no texto 2, com a possibilidade que se estabelece pelo modal “can”, em (25), a seguir:

(25) *The case can be made that Germany deserved to lose everything. Besides pillaging the Jews he annihilated all over Europe, Hitler also set out to extinguish Slavic culture.* (A questão pode ser estabelecida que a Alemanha merecia perder tudo. Além de saquear os judeus que ele exterminou por toda a Europa, Hitler também planejou extinguir a cultura eslava.- l. 94-98)

Em (26), abaixo, o modal “can” remete a uma impossibilidade, com referência ao conteúdo da proposição, estando, ainda, no domínio da modalidade epistêmica, uma vez que se trata de um julgamento do sujeito enunciador sobre aquilo que os americanos não podem fazer:

(26) *Americans cannot sit back smugly and watch the spectacle of art-grabbing between Russia and Germany, for their occupation record is not spotless.* (Os americanos não podem reclinar-se presunçosamente e assistir ao espetáculo de roubar arte entre a Rússia e a Alemanha, pois seu recorde de ocupação não é impecável. - l. 110-115)

2. Considerações finais

Tendo em vista a categoria da modalidade, os textos 1 e 2 mostram os sujeitos enunciadorees comprometidos em asseverar proposições que relatam a devolução (ou não) de obras de arte, levadas por russos ou alemães, ao término da Segunda Guerra Mundial, e a polêmica gerada a partir desse fato. Há, assim, o predomínio da modalidade 1, com as asserções, acrescida da modalidade 3, com as apreciações

Os trechos analisados mostram que, no texto 1, o jornalista está comprometido em criticar a atitude dos russos por ter um grande acervo de obras de arte alemã em suas mãos. No texto 2, por outro lado, o jornalista se coloca mais a favor da posição da Rússia, em função das atrocidades e saques cometidos pela Alemanha durante a guerra. Assim, a análise indica que os dois textos apontam posicionamentos diferentes de seus sujeitos enunciadorees.

3. Atividades de leitura

As atividades sugeridas abaixo objetivam trabalhar questões de compreensão e, acima de tudo, levar os alunos a construírem o sentido dos textos em língua inglesa com criticidade.

1. Aponte, nos textos 1 e 2, períodos que demonstram a certeza dos jornalistas quanto aos fatos relatados.

1: _____

2: _____

Com essa atividade, objetiva-se levar os alunos/leitores a analisarem o comprometimento dos jornalistas, com referência aos fatos relatados nos dois textos, em proposições assertivas.

2. Identique, nos textos, apreciações dos jornalistas sobre a devolução das obras de arte e eventos daí decorrentes.

1: _____

2: _____

Essa atividade visa a levar os aprendizes a identificarem a avaliação do jornalista sobre a atitude dos dois países e, especificamente, sobre a exposição de obras de diversas origens.

3. Aponte, nos textos, períodos que demonstram incerteza dos jornalistas quanto aos fatos abordados ou quanto às suas conseqüências.

1: _____

2: _____

Objetiva-se, com essa atividade, levar os alunos a refletirem sobre o valor dos modais “can” e “would” e sua relação com a atitude do sujeito enunciador face a seu enunciado.

4. Há marcas de que os jornalistas querem impingir suas posições ao leitor?

1: _____

2: _____

Essa atividade visa a verificar se os jornalistas pressionam o leitor para adotar uma ou outra posição com relação à repatriação de obras de arte.

5. Compare o posicionamento dos jornalistas, nos dois textos, com relação à atitude da Rússia no tratamento com as obras de arte.

1: _____

2: _____

Finalmente, com essa atividade, pretende-se comparar a posição dos jornalistas nos dois textos e verificar se assumem posturas semelhantes ou diferentes.

REFERÊNCIAS

CULIOLI, A. *Transcription du séminaire de D.E.A.* de M. A. Culioli - 1975-1976.

Paris: Université de Paris VII, D.L.R., 1976.

_____. *Notes du séminaire de D.E.A.* - 1983-1984. Paris: Poitiers, 1985.

_____. *Pour une linguistique de l'énonciation.* Paris: Ophrys, 1990.

SOUESME, J.-C. *Grammaire anglaise en contexte.* Paris: Ophrys, 1992.

■ ART

Stalin's War Treasures

An exhibit of long-hidden works that Russian troops seized in Germany

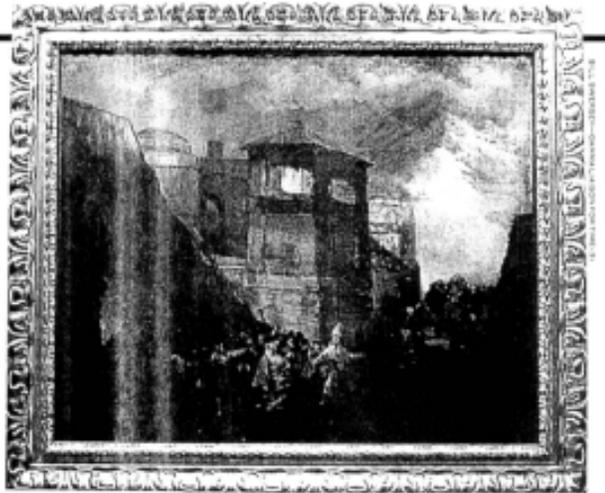
By JAMES WALSH

THE DAY AFTER NAZI GERMANY surrendered in 1945, a special Soviet unit arrived in war-ravaged Dresden. The scouts were part of a Trophy Commission set up by Stalin to strip the conquered Reich of everything movable, from machinery to masterpieces of art. Although recently fire-bombed Dresden was not a promising site of treasures, the Soviets soon learned that artworks were stashed nearby in a sandstone cave, a quarry tunnel and a castle, Schloss Weesenstein. The trophy unit turned up hoards of drawings and canvases, many of them sogging wet, which were sent by guarded train to Moscow's Pushkin Museum of Fine Arts.

One young specialist helping the Pushkin to inventory the incoming booty was Irina Antonova. Last week, having denied for 50 years that her country harbored troves of looted art, the silver-haired Antonova stood before a glittering assembly to unveil barely one-sixth of the swag in the storerooms. Her show was an eye-opener: 63 pieces by El Greco, Goya, Degas and other masters from the 14th to 19th centuries. What rankled German diplomats present, however, was the exhibition's title, "Twice Saved." Declared Antonova, the Pushkin's longtime director: "Soviet troops saved these artworks while the fascists wrecked ours. We deserve some form of compensation."

That hint of moral ownership marred the goodwill built up between Bonn and Moscow during two years of negotiating the return of wartime plunder. By its account, Germany has repatriated some 24,000 artworks to Russia, while most of what has come the other way were some pieces handed back to East Germany in the 1950s and '60s. Now, amid revived suspicion of foreigners, the Russian parliament is considering the nationalization of all seized art.

The notion that the Pushkin cache was "twice saved"—once from war, then by restoration a half-century later—irked German embassy spokesman Rainerold Frickhinger. Most of the art "did not



VICTOR'S SPOILS: the Pushkin's once secret hoard includes, clockwise from top, Goya's *Carnival in the Square*, Cranach's *Fall of Man* and Degas' *Dancer with Her Left Leg on a Bench*



need to be 'rescued,'" he said, and any restoration after years of neglect hardly qualified as heroism.

The show ranges from such Renaissance gems as Lucas Cranach the Elder's *Fall of Man* to Impressionist paintings like Renoir's *Portrait of Mme. Choquet of the Windrose*. Featured also are two canvases by Goya, including *Carnival in the Square*, and charcoal and pastel drawings by Degas. So rushed was the show, however, that it did not even offer a catalog. German officials first learned of the opening two weeks beforehand.

They are happier with a looted-art show set to open later this month at St. Petersburg's Hermitage Museum, which invited descendants of the last owners to

a preview. Still, Germany's moral position is not ideal. Hitler's forces deliberately destroyed thousands of Russian monuments and museums, while many of the Reich's prizes were looted or acquired by threat: eight pieces in the Pushkin show were "sold" by Hungarian Jews to Adolf Eichmann for exit visas. Later this year the Pushkin is to exhibit drawings once owned by Netherlands banker Franz Koenigs, a collection that wound up in Schloss Weesenstein in 1945. Antonova's insistence that she had "never felt guilty" about her trove was odd. Considering their history, the works would seem to have more layers of guilt than paint.

—Reported by Constance Richards/Moscow

SOCIETY & THE ARTS

War and Remembrance

Art: Two exhibitions reopen a painful debate. Must Russia return looted treasures to Germany, 50 years after the defeat of the Nazi invaders?

LAST WEEK—WITH ABOUT AS MUCH notice as the German Wehrmacht gave the Soviet Union when it invaded in June 1941—Moscow's Pushkin Museum opened an exhibition of art masterpieces. The 63 works—including paintings by El Greco, Goya and Renoir—were brought back as booty from Germany when the Russians won the Great Patriotic War in 1945. Meanwhile, in St. Petersburg, the Hermitage Museum is putting the final touches on "Hidden Treasures Revealed," featuring more than 70 impressionist and postimpressionist works liberated from a defeated Germany, to open March 30. Art lovers everywhere are relieved to know that these long-lost works weren't destroyed and can be seen in public again. But the shows have also prompted a nasty controversy over the issue of cultural repatriation.

Triumphant armies have long carried away the loser's art. The Louvre has Veronese's "Wedding at Cana" because Napoleon stole it from Venice. He also tried to remove the Horses of St. Mark, but the Duke of Wellington made him give them back to the Venetians... who'd taken them from the Byzantines. But the Nazis were particularly wanton, as Lynn Nicholas documents in her award-winning book, "The Rape of Europa." "You have to be a little bit sympathetic to the Russian point of view because the Germans destroyed so much," she says. Feelings about repatriating art run especially high with the Russians, who kept much of what they held secret up until the early '80s. Then a small window of reconciliation opened, only to close again when the country was gripped by nationalist fervor.

When a German TV crew arrived at the Pushkin opening last week, the museum's director, Irina Antonova, 72, waved them off, saying they should pay for the right to film it; otherwise they'd be "stealing." "Soviet troops saved these art works while the Fascists wrecked ours," she said. "We deserve some form of compensation." The

show's inclusion of eight paintings the Nazis had appropriated from the private collections of Hungarian Jews is especially offensive to some. "I think it's a scandal to hang a painting from a German collection next to a painting from a private Jewish collection, especially one acquired by Eichmann just as he sent hundreds of thousands of Hungarian Jews to Auschwitz," says Willi Korte, a German historian whose specialty is tracking works removed from post-war Germany. Konstantin Akinsha, a Russian scholar instrumental in uncovering the existence of German art in Russia, is even

ings from the Potsdam palaces of the Prussian kings, Titians and Bruegels from the Dresden museums, and Leipzig University's Gutenberg Bible. Antonova herself helped unload some of the special trains arriving in Moscow in 1945.

The case can be made that Germany deserved to lose everything. Besides pillaging the Jews he annihilated all over Europe, Hitler also set out to extinguish Slavic culture. His troops plundered and burned more than 400 museums on their way to Moscow. Russia says it is missing 200,000 art works, including tons of amber carried away from the Catherine Palace outside Leningrad. And what the Soviets saved cost them dearly: every work in the Hermitage survived the siege of Leningrad, but 500,000 people (half the city's population) died in the battle.

Smuggled gold: Americans cannot sit back smugly and watch the spectacle of art-grabbing between Russia and Germany, for their occupation record is not spotless. According to one account, in July 1945, the U.S. military payroll in Berlin was about \$1 million. The amount of postal money orders purchased by entrepreneurial



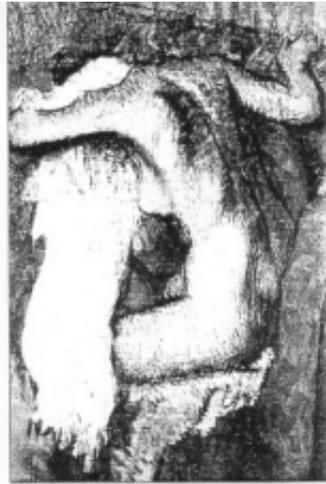
Thieves like us: Hitler congratulates ripoff artist Goebbels

more scathing: "I don't see the difference between the nationalist orgy at the Pushkin and what's happening in Chechnya. Russia is drifting in a rightward direction."

In 1945, the so-called Trophy Commissions were set up in the Soviet Union—personally overseen by Stalin—to collect reparations, mostly industrial and military material. But the Red Army discovered another windfall: art collections deposited for safekeeping in special bunkers beneath Berlin's museums and other buildings. Five days before Germany's surrender, the Soviets began sending trainloads of treasures east. In addition to the art the Pushkin and Hermitage are making public, the loot is believed to have included (among 2.5 million items) almost the entire contents of Berlin's East Asian Museum, 3,500 paint-

and-jewel-encrusted reliquaries from the cathedral in Quedlinburg back home to Texas. In 1991 Germany quietly paid off his heirs with \$2.75 million and got some of the works back—but not before the Dallas Museum of Art exhibited the treasures, Pushkin style.

Taking art as spoils of war has been against international law since the 1907 Hague Convention. During the 1940s and '50s, the U.S.S.R. did send many art works back to East Germany, but returned nothing to the West. In 1990, however, Mikhail Gorbachev signed a treaty stipulating that all misappropriated art would be mutually returned. A 1992 accord set up a Russo-German restitution commission. Today, Germany says it returned everything that could be found. But the Russian political



Degas
Nude Drying Herself
FROM THE HATVANY COLLECTION, HUNGARY
NOW AT THE PUSHKIN MUSEUM, MOSCOW



Van Gogh
Landscape With House and Ploughman
FROM THE OTTO KREBS COLLECTION, GERMANY
NOW AT THE HERMITAGE, ST. PETERSBURG

El Greco
Apostle Andrew
FROM THE HERZOG COLLECTION, HUNGARY
NOW AT THE PUSHKIN MUSEUM, MOSCOW

climate has changed. Economic turmoil, social decay and a disintegrating empire have turned the government severely to the right. No more wimpy givebacks. The return of 6,000 volumes (including a 1541 Bible) to Germany's Gotha library was blocked at the last minute by customs officials. A former army officer's private attempt to return old-master drawings taken from the Bremen Kunsthalle collection was likewise derailed last year. The Russian Parliament has suspended the return of all

art and is now considering a law that would nationalize Russia's spoils of war. The hard-line position may be a minority viewpoint within Russia. Pragmatists are willing to admit that prewar owners are legal owners. On a recent trip to New York, Hermitage director Mikhail Piotrovski indicated he favored returning to Germany the bulk of the booty, but leaving some art behind for the Hermitage and other museums. (One expert has called it the "let's make a deal" approach.) The

Pushkin plans to show more spoils: in September, an exhibit of a Dutch drawings collection, said to be worth \$100 million, by such artists as Rembrandt, Dürer and Cézanne, and in January, a show of ancient gold excavated by Heinrich Schliemann at Troy in the 19th century. But the thrill of revelation won't make the issue of repatriation go away.

PETER FLAGENS with PATRICK ROGERS in New York, BETSY MCKAY in Moscow and STEFAN THEIL in Berlin

CLOCKWISE FROM LEFT: GLOBAL SCULTURA—PERMITTEES OF RUSSIAN MINISTRY OF CULTURE; D. STATE HERMITAGE MUSEUM—ARBAVA

Investigações sobre o processo de criação da reportagem

Investigations on the news paper report creation process

Maria Cecília GUIRADO

Jornalista (UEL-PR), mestre em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), doutora em Estudos Portugueses/História da Comunicação (Universidade Nova de Lisboa). Autora de *Relatos do Descobrimento do Brasil: as primeiras reportagens* e *Reportagem: a arte da investigação*. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Marília – UNIMAR – Marília-SP – Brasil.
E-mail: ceciliaguirado@hotmail.com

RESUMO

O jornalismo, de modo geral, busca construir uma leitura em mosaico da realidade cotidiana. A reportagem, em tese, procura aprofundar um determinado tema traduzindo, em linguagem agradável, as causas - ou supostas causas - do assunto em questão, assim como indicando o estado atual dos fatos e suas prováveis conseqüências. O processo de elaboração da reportagem é um processo diferente dos demais gêneros jornalísticos, por isso requer habilidades especiais do repórter como: sensibilidade para captar fenômenos, capacidade investigativa e competência no manuseio da língua para a “transcrição” dos fatos.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo impresso – reportagem - investigação - processo de criação

ABSTRACT

Usually the journalism constructs a mosaic reading of the everyday reality. As a matter of fact, the newspaper report goes deeply in some specific subject translating into a pleasant language, the interests of the referred subject and even pointing out to current facts and its consequences. The building process of the newspaper report is different from the other journalistic types: because of that it is required special skills from the reporter, quite like: sensibility to get phenomena, investigative capability and knowledge to deal the language on the “transcreation” of the facts.

KEY WORDS: Printed journalism - newspaper report - creation process.

1. Perceber o fenômeno

A realidade mutável e efervescente gera os fatos cotidianos. Mas, como reconhecer os que merecem ser divulgados pela imprensa? Numa tentativa de formulação filosófica, dir-se-ia: onde e como nasce o fato jornalístico? Ao equiparar fato e fenômeno, uma vez que o tema sugere embarcar pelas vias da percepção, é preciso entender o que Charles Sanders Peirce, copiando os gregos, chama de *phaneron* e que Marilena Chauí, por meio de estudos etimológicos, explica:

[...] ‘*phainómenos*’ (visivelmente, manifestamente, claramente), donde virão fenômeno (e seu conhecimento: fenomenologia), fantasia, fantasma, fantástico, assinalando o parentesco que enlaça visão, imaginação e palavra como resultado do ato da luz (1989, p. 34).

Detectada a existência do fenômeno, constata-se que ele surge da realidade social e evolui sob o estigma da variação, do desarranjo, da modificação que vem afetar essa mesma realidade. Concorda-se com Edgar Morin quando afirma que “um fato portador de informação é um fato que, ou põe um termo em dúvida, ou traz algo de novo, isto é, uma surpresa” (1986, p. 41). Portanto, quando o fato causa desequilíbrio ou se mostra diferente na evolução natural da área de conhecimento em que ele ocorre merece ser traduzido para a narrativa jornalística. Apesar disso, mesmo contendo caráter de distúrbio, é preciso ponderar se o assunto é pertinente aos interesses da sociedade. Por vezes é apenas pertinente aos interesses da empresa de comunicação ou aos que se apossam de poderes municipais, estaduais ou federais.

Ideologias à parte, o repórter é, pois, o profissional de comunicação que exercita a consciência, ininterruptamente, para captar fenômenos que, traduzidos possam brilhar em palavras. Cabe ao repórter clarificar os acontecimentos, desenredando-os para que possam aparecer, ou simplesmente parecer, inteligíveis aos leitores, que terão outras possibilidades de interpretações.

2. Imitar os gregos

[...] não é ofício do poeta narrar o que aconteceu; é, sim, o de representar o que poderia acontecer, quer dizer: o que é possível segundo a verossimilhança e a necessidade. Com efeito, não diferem o historiador e o poeta por escreverem verso ou prosa (pois que poderiam ser postos em verso as obras de Heródoto, e nem por isso deixariam de ser história, se fossem em verso o que eram em prosa) - diferem, sim, em que diz um as coisas que sucederam, e outro as que poderiam suceder. Por isso, a poesia é algo de mais filosófico e mais sério do que a história, pois refere aquela principalmente o universal, e esta o particular. (ARISTÓTELES, 1973, p. 451)

Acreditando que a área de ação do jornalismo se encontra, sorrateiramente, na interseção da História, da Literatura e da Filosofia, compreende-se com Aristóteles a importância da caracterização do conteúdo na execução de cada ofício. E, se por um lado o jornalista está registrando a História (o particular), está também, ao selecionar palavras, expressando seu senso poético ou literário (o universal), além de desvelar a Filosofia da época, que se deixa entrever pelos meandros da reportagem. Representando ainda o que poderia acontecer ou apontando prováveis hipóteses ou soluções em sua narrativa, o repórter estará filosofando, refletindo e levando seus leitores à reflexão.

O polêmico jornalista Paulo Francis (1988), dizia que a linguagem jornalística certa havia de ser uma síntese e uma imitação, no sentido

aristotélico do termo, uma reprodução formal, ou recriação da linguagem falada. Para os antigos gregos, especialmente nos séculos VI a IV a.C., as coisas naturais refletiam os modelos eternos a que estavam submetidas. Modelos que pregavam a verdade (*alethéia*) dependente da técnica (*techné*); logo, a arte conseguia apenas imitar aquilo que já era uma representação, ou seja, a arte conseguia apenas produzir cópias de cópias (*mímesis*). O trabalho intelectual de organizar os dados e procurar as palavras é um trabalho poético (*poiésis*), que vem atrelado à idéia de imitação do real. É neste sentido que o ofício do repórter se aproxima, numa certa medida, do ofício do poeta, do historiador e do filósofo.

A busca da imagem perfeita do mundo, tão estimulada na Renascença, a imagem “objetiva”, desprovida de interpretação, foi tentada com o uso de diversos aparelhos destinados a obter a forma prática das imagens em perspectiva. Porém, estavam limitadas à cópia da imagem (já com recortes), que mais tarde substituiria pincéis pelo daguerreótipo e, posteriormente, pela câmara fotográfica. Mesmo assim, todo fotógrafo faz uma leitura particular do fenômeno que está retratando (MACHADO, 1984) Essa digressão só tem um objetivo: o de confirmar que não há possibilidade de qualquer tipo de imitação desprovida de intencionalidade do seu autor. A intencionalidade, por sua vez, é regida pela capacidade de *mimesis* e *poiésis* do repórter, que depende diretamente de seu quadro de referências e de sua formação intelectual.

Não se pode copiar o real. Todo homem, pela imitação particular de vários pedaços da realidade, monta sua visão particular dessa mesma realidade. Então, a linguagem jornalística cai como uma rede sobre a realidade amorfa, tentando aprisioná-la e dar-lhe forma. O repórter - já determinado sobre o assunto de que vai tratar, seja pela pauta de sua editoria, seja por levantamento próprio sobre o tema - tenta enredar a realidade, coordenando alguns de seus fragmentos para realizar a “transcrição” dos fatos. Transcrição é termo cunhado por Haroldo de Campos para designar tradução, baseado nas teorias de Jakobson e Lotman, de acordo com os quais o signo “palavra” deixa de

ser apenas lingüístico e a tradução passa a ter um sentido mais amplo, semiótico. “Tradução como transcrição e transculturação, já que não só o texto, mas a série cultural [...] se transtextualizam no imbricar-se subitâneo de tempos e espaços literários diversos” (CAMPOS, 1976, p. 10). No exercício criativo da reportagem, o jornalista não só traduz o fato, mas transcria pormenores, de acordo com seu particular ponto de vista.

3. Elementar, meu caro repórter

Mas, precisamos conquistar a verdade pela conjectura ou por nenhuma outra via (PEIRCE, Ms. 692).

Desde que Gutenberg desenvolveu o prelo, as informações, difundidas, em princípio, pela expansão marítima portuguesa, passaram a circular, cada vez mais rapidamente pelo globo terrestre (GUIRADO, 2001). Hoje em dia, apenas algumas horas ou, dependendo do fenômeno, apenas alguns minutos separam o acontecimento da versão jornalística, mesmo tratando-se de grandes reportagens impressas. Se o fato é surpreendente, precisa sair em destaque na imprensa no dia seguinte, não há tempo para muita investigação. Mas, os jornalistas responsáveis pela área, muitas vezes, acumulam informações necessárias para realizar um texto de última hora, pois alguns fatos podem ser previstos e trabalhados com antecedência. Além disso, recorre-se aos arquivos e às fontes.

Urgências à parte, todo assunto merece ser investigado *in loco*. É muito difícil produzir uma boa reportagem sem sair do conforto da redação. Porém, não há como descrever ou adotar um único modelo para o processo jornalístico, embora existam critérios éticos e pistas gerais, que foram ampliadas no livro *Reportagem: a arte da Investigação*. Atente-se, todavia, para a perspicácia - o chamado *faro* jornalístico na observação e tradução de pormenores – que é condição fundamental para o profissional da reportagem. “Elementar, meu caro repórter”, diria Sherlock Holmes. Na obra *Um estudo em Vermelho*, Conan Doyle, comenta:

[...] toda vida é uma grande cadeia cuja natureza se revela ao examinarmos qualquer dos elos que a compõem. Como todas as outras artes, a Ciência da Dedução e Análise só pode ser adquirida por meio de um demorado e paciente estudo, e a vida não é tão longa que permita a um mortal o aperfeiçoar-se ao máximo nesse campo. (1966, p. 26)

A explicação de pormenor como pequeno elo, ligado a todos os outros elementos, está imantado à cadeia de fatos que pode representar uma dada realidade, sobre a qual se pretende reportar. Sherlock adverte que a aplicação de seu método faz parte de um paciente e longo aprendizado. O único jeito é investigar muito e só depois - quando tiver reunido os dados suficientes - tentar contar uma empolgante história capaz de prender a atenção do leitor.

Numa situação provável na redação do jornal, assim como Sherlock recebe os dados básicos que o levam a desvendar o responsável pelo crime, o editor ou o pauteiro fornece as pistas, as pautas. Sob pressão dos detetives da Scotland Yard, Sherlock explica os métodos elucidativos que utiliza em sua profissão:

Tenho uma certa intuição nesse sentido. De quando em quando surge um caso mais complexo que os outros. Só então é preciso andar um pouco por aí a fim de ver as coisas de perto. Como vê disponho de conhecimentos especiais que aplico aos problemas surgidos, conhecimentos que facilitam maravilhosamente a minha tarefa. (DOYLE, 1966, p. 28)

A semelhança entre o detetive Holmes e o repórter diz respeito aos seguintes pontos: capacidade de fazer suposições (raciocínio hipotético ou abduativo); a observação acompanhada de investigação (ver as coisas de perto - conferir pela indução) e os conhecimentos especiais que aplica aos outros surgidos (dedução). Quanto à questão de observar de perto apenas quando o caso é mais complexo, entende-se que uma reportagem é um caso mais complexo no dia-a-dia do repórter,

mas não se pode assumir a postura que só se deva sair às ruas para apurar fatos quando se está colhendo dados para um texto-reportagem. Às vezes um dia de investigações acaba rendendo apenas uma boa notícia, que poderá ser desdobrada em uma ou mais reportagens nos dias seguintes. Ocorre também o contrário: geralmente, para assuntos corriqueiros jornalistas experientes raciocinam sobre os dados e deduzem, muitas vezes, de maneira correta. Também não se pode radicalizar. Há fatos que não precisam ser examinados a fundo, pois pertencem a uma dada realidade que nasce e acaba no tempo e no espaço pequeno onde se publica em forma de nota ou de notícia.

Adverte-se, entretanto, que não é possível ser especialista, ao mesmo tempo, nas editorias de política, de cultura, de educação e de saúde. Seria necessário o aprimoramento em uma editoria para, a partir dela, realizar algumas intersemioses (interconexões, imbricamentos) com outros campos de interesses afins. O enfoque da matéria deve estar verticalizado com a especialidade do repórter, a fim de que o texto publicado leve informações importantes para os leitores daquele universo. Acredita-se que as reportagens que tratam da educação são de interesse, em primeiro lugar, dos educadores, seguidos, provavelmente por outros leitores, que de uma forma ou outra estão ligados ao enfoque abordado.

4. Ir além dos princípios da pauta

[...] a essência do trabalho do repórter é a mesma, tanto para cobrir um acidente de trânsito na esquina do jornal, quanto a morte de um Papa ou uma grande tragédia, seja lá onde for: contar o que aconteceu, não parando de garimpar a informação enquanto ele próprio não estiver absolutamente seguro sobre os fatos que colocará no papel. (KOTSCHO, 1988, p. 25)

Com a intenção de atingir os leitores e ainda satisfazer a empresa de comunicação, o repórter é levado a seguir certas regras que acabam por limitar, de algum modo, seu processo de elaboração da reportagem. Em nome dos conceitos

de clareza, objetividade, veracidade e atualidade (MEDINA, 1978, p. 20) fundaram-se os alicerces da prática jornalística, mesmo sabendo que o “dever fundamental do jornalista não é para com seu empregador, mas para com a sociedade. É para ela e não para o patrão que o jornalista escreve” (ROSSI, 1980, p. 79).

As pautas – frequentemente são receituários para verificação (indução) - são traçadas mediante raciocínio dedutivo e muitas vezes não deixam espaço para a formulação de novas hipóteses. Então, ao contrário do esperado, em vez de funcionar como um mapeamento sobre o caso em questão ou um planejamento investigativo, a pauta, por vezes, se torna “extensa, minuciosa, quase uma receita completa de como cada repórter deve fazer a sua reportagem”, como alerta Clóvis Rossi (1980, p. 22).

Por outro lado, a maneira de ver e a de descrever o mundo é diversa para cada jornalista, como também é diverso o método estabelecido para o processo de reportar. Porém, a pauta estabelece metas a alcançar. Ela tende a direcionar o propósito da reportagem, dando um fio condutor para ser desenvolvido pela investigação. Não obstante, apesar das regras investigativas delineadas pela pauta, aposta-se na possibilidade de ir além... O repórter Ricardo Kotscho garante: “A obrigação de todo repórter é escrever sobre tudo o que viu e apurou. Se será publicado ou não o texto, é uma decisão que cabe à empresa”. (1988, p. 54). O que Kotscho está ensinando, noutros termos, é que é preciso abrir bem os olhos para ver tudo o que for possível, registrar a realidade que puder ser captada, depois apurar, investigar exaustivamente tudo o que foi farejado para reunir os fragmentos da percepção e da investigação na elaboração do texto. Dessa forma, a pauta pode servir como guia investigativo, mas não como tapa-olhos do repórter, que de consultar olhares diferentes sobre o mesmo evento, pesquisar e relacionar eventos antecedentes e raciocinar sobre conseqüências prováveis. Olhares diferentes podem e devem ser conferidos com as fontes. O repórter não pode se contentar com a fonte clássica (aquela que sempre é consultada para o caso em questão), nem tão pouco deve satisfazer-se com a primeira fonte.

Segundo Otávio Frias Filho, diretor de redação da *Folha de S. Paulo*, “a personalidade da imprensa (sua mitologia, no caso) foi construída sobre a idéia de

pressa. [...] O jornalista que não tem pressa deveria dedicar-se aos anuários; o leitor que não tem pressa deveria esperar pela revista no fim-de-semana” (1984, p. 270). A situação se agrava ainda mais quando o repórter escalado para ‘cobrir’ determinado evento não tem qualquer intimidade com o tema. A consulta ao jornalismo on-line ou ao banco de dados da internet, nem sempre garante clareza e seriedade sobre o fato, mas pode servir como ponto de partida para elencar dúvidas no planejamento investigativo. Entretanto, o ideal é a familiaridade com o assunto, que também pode ser traduzido por especialização em uma área, pois facilita e abre espaço para novas conjecturas. O repórter detetive atinge o método de busca com mais perspicácia.

Acontece que a ilusão primordial pela busca da verdade, que assombra tanto alguns cientistas quanto alguns jornalistas não estabelece parâmetros particulares para cada povo, raça, credo ou classe social, tornando esse fundamento algo impraticável e, em certos casos, equivocado. A miséria humana, que ambas as profissões ‘pretendem’, ao menos em tese, exterminar pode servir como usina propulsora de outras riquezas, pois está nas mãos de quem detém o poder. Alguns jornalistas acreditam que têm o poder – ou um quarto do poder? – para salvar a sociedade e colaborar com a instauração da honestidade, da justiça e do trabalho digno para todos, como se esses valores pudessem ter o mesmo significado para a maioria dos cidadãos. Assim também acreditam alguns cientistas em verdades únicas que possam modificar o mundo. Esse não é o caso do cientista dadaísta Paul Feyerabend, que se mostra contra tal método:

A tarefa do cientista não é mais a de ‘buscar a verdade’ ou a de ‘louvar a Deus’ ou a de ‘sistematizar observações’ ou a de ‘aperfeiçoar as previsões’. Esses são apenas efeitos colaterais de uma atividade para a qual sua atenção se dirige diretamente e que é ‘tornar forte o argumento fraco’, tal como disse o sofista, para, desse modo, garantir o movimento do todo. (1977, p. 41)

Desse modo, a busca da verdade está no trajeto, não no objeto. O resultado da investigação - anotações, qualidades de sentimentos em relação ao fenômeno e raciocínio sobre o mesmo - é o efeito colateral que determinado fenômeno causou no repórter. O repórter tende, assim como Feyerabend prevê, a tornar forte o argumento fraco. Mas a verdade não se deixa enredar facilmente, pois pertence ao mesmo universo mutante do real. Por vezes a soma e a conexão entre inúmeros pormenores compõem material suficiente para um grande furo de reportagem. Como no caso *Watergate*, por exemplo, quando os repórteres Bob Woodward e Carl Bernstein investigaram as falcatruas do governo de Richard Nixon por meio de fagulhas que escapavam do sistema político. A série de reportagens iniciada em 1972, no *Washington Post*, culminou com a derrocada, em 1974, do então presidente dos Estados Unidos. A aventura investigativa tomou forma de livro. *Todos os homens do Presidente* pode ser lido em bom português, na publicação de 1976, da editora Francisco Alves.

No Brasil, tem-se a *mimesis* tupiniquim com o caso Fernando Collor-PC Farias. Uma conjuntura de eventos proporcionou a efetivação do impeachment; porém, a imprensa escrita, apoiada pela mídia eletrônica, desempenhou sua parte quando tornou forte um argumento fraco. Pesquisou denúncias, que em princípio pareciam boatos, e acabou fortalecendo a decisão de se formar, em Brasília, uma Comissão Parlamentar de Inquérito, que desvendou publicamente, e com provas, o esquema de corrupção instaurado pelo presidente Fernando Collor de Melo. O título da obra mais vendida sobre o escândalo também parodiava o caso *Watergate*. *Todos os Sócios do Presidente*, publicado, em 1992, pela editora Página Aberta, foi também redigido por jornalistas (Gustavo Krieger, Luis Novaes e Tales Faria), que acompanharam o processo de ascensão e queda do mito “caçador de marajás”.

Para exemplificar a importância da investigação no jornalismo, assim como na investigação criminal, busca-se o “motivo” gerador dos fatos. É comum acreditar que apenas o jornalismo investigativo faz uso da estrutura material e de raciocínios necessários para desvendar irregularidades ou denunciar as desigualdades sociais. Entretanto, a investigação criteriosa é ferramenta essencial para cobrir qualquer

fenômeno que mereça ser traduzido em texto reportagem. Daí que é preciso ter claro que não se pode pensar que apenas reportagens policiais ou políticas pressupõe rigor investigativo. É comum utilizar-se o termo jornalismo investigativo para esses casos. Mas, se a investigação é ferramenta imprescindível para a elaboração de qualquer texto jornalístico sério, por que a maioria dos profissionais da mídia só consegue enquadrá-la nas celas que aprisionam escândalos e segredos?

5. Da transcrição do fato

Após processar as informações colhidas, o jornalista perfaz o trajeto de criação do texto. Esse trajeto é banhado de traduções e de transcrições de uma ou mais linguagens (sonoras e visuais, além da verbal) para a linguagem jornalística. Estabelecido o propósito da narrativa, estabelece-se um ritmo de urgência na investigação das palavras que se encaixam com mais facilidade naquele caminho. Porém, as limitações impostas pela própria linguagem verbal sobrevivem na consciência criadora.

A confecção do texto depende, essencialmente, da habilidade de elaborar frases e parágrafos e saber a melhor seqüência para eles. O repórter age como um cineasta que edita seus fotogramas e cenas; como um músico que compõe o melhor arranjo para harmonia, melodia e ritmo e, sobretudo, como o poeta que faz com que aquela profusão de palavras “furtem cores como camaleão”, como canta a *Língua*, de Caetano Veloso. As palavras carregam a possibilidade de criar na mente do leitor: qualidades de sentimentos, questionamentos ou consciência crítica sobre o tema da reportagem. Os diferentes estágios de leitura dependerão do nível intelectual de cada leitor. Assim como também se dá em estágios diversos a leitura do fenômeno pelo repórter.

Nessa etapa da reportagem, a da árdua tarefa de construir o texto, exige-se do repórter a capacidade de manejar os suportes materiais - computadores, terminais de edição de textos, arquivos e toda a parafernália informática, que Peirce chamaria de maquinário eficiente, fundamental para a concretização do processo produtivo. Outra exigência diz respeito ao discurso da reportagem, que deve ser elaborado

com a intenção de despertar interesse no maior número de leitores. Originalidade e elegância estética são atributos necessários para ampliar o universo de leitores, pois oferecem aspectos inusitados sobre o assunto, ou representam o mesmo tema segundo novas variações estilísticas.

Nesse sentido, o processo de investigação funciona na construção do texto como um apanhado de materiais que são levados a um laboratório. Após a decantação, as substâncias envolvidas mostram quais as novas possibilidades de cambiâncias entre a realidade e sua reconstrução. Ricardo Kotscho adverte: “Mais que tudo, trata-se de um trabalho de paciência, esse de costurar numa ampla reportagem os pedaços de uma situação que está à vista de todo mundo para quem quiser contar” (1988, p. 55). É, pois, com a paciência de quem monta um jogo de quebra-cabeça, buscando arrumar um fio lógico para contar a história, que o jornalista faz seu trabalho de marchetaria. Por vezes trabalha a idéia como um todo e depois vai compondo o desenho da página-reportagem, encaixando palavras, boxes, retranca, olho, legendas subtítulos e, intertítulos, enfim todos os índices que possam direcionar a atenção do leitor e chamar a atenção para o corpo do texto. Idéias novas e coerentes, em geral, são aceitas pela redação.

Como cada processo é singular, o repórter nem sempre estabelece uma mesma ordem de preocupações. Dependendo do assunto, o box é o primeiro texto a ser redigido. Em certas ocasiões, quando o repórter chega da rua, já decide com o editor sobre o título e o caminho da abordagem central do texto, ou seja, do enfoque, do ângulo a ser evidenciado.

Note-se, porém, que o ato investigativo está implícito nas três fases que, genericamente, caracterizam a reportagem: apreensão, investigação dos fatos e construção do texto narrativo. O momento de escolher as palavras é o momento de segurar o rastro da palavra que se casa melhor com o assunto, que se liga de maneira mais adequada com a palavra seguinte da frase. A frase, por sua vez, se ajeita de modo agradável à frase seguinte. E assim, palavras e mais palavras vão se juntando em frases, parágrafos e por fim formam textos, que amparados por registros fotográficos, publicam-se como reportagens.

Mas, todo texto jornalístico é resultado de um processo seletivo de sensações, imagens e reflexões sobre a realidade nele reportada. É preciso fazer cortes. Cortes no enfoque e na intencionalidade. Além da seleção das palavras, é preciso calcular, o espaço, determinado pela editoria, que o texto deve preencher. Antes raciocinado em laudas, o texto atualmente é encomendado ao repórter em caracteres, com o intuito de simplificar a diagramação. E nem sempre se pode contar tudo que se viu em mil *Kbytes*. Mas sempre se pode buscar o novo. É a novidade que impulsiona a elaboração do texto. Tentar descobrir um novo caminho para reportar velhos e desbotados temas exige certa capacidade criadora (ligada ao *background*). É bem verdade que maneiras diferentes de observação provocarão variações sobre o mesmo tema; por isso, o mesmo fato assume caráter diferente em diferentes jornais. A novidade deve ser vista ainda sob o prisma de novas formas de dizer, ou condensações e retemperamentos sobre assuntos cristalizados, ou melhor, caçar a novidade possível até mesmo em assuntos que se tornaram clássicos e, portanto, permanentes.

É ingenuidade continuar acreditando que a visão do mesmo fato só é diferente nos veículos de comunicação impressa por questões de políticas editoriais voltadas para interesses particulares de cada empresa jornalística. É óbvio que este dado não pode ser desprezado. Todavia, antes de qualquer ideologia, sistema político-econômico ou cultural, uma matéria jornalística recebe versão diferente em cada veículo, porque foi observada, analisada e elaborada por profissionais diferentes. E tanto mais versões há de existir quantos forem os jornalistas equipados para experienciar e transcrever acontecimentos:

O que realmente diferencia um jornal do outro e, em conseqüência, um repórter do outro - é a sua capacidade de transformar os pequenos fatos que fazem o dia-a-dia da cidade, do país e do mundo em matérias boas de ler. Afinal, o jornal tem que sair todos os dias e são raros os assuntos realmente excepcionais. (KOTSCHO, 1988, p. 10)

É fundamental que o jornalista tenha em mente que ele está contando algo para alguém que não estava no local do acontecimento, ou não teve acesso às informações e às situações vividas pelo repórter. E é pensando nisso que ele pode

encontrar a melhor maneira de contar o caso: utilizando-se de uma mescla de vocábulos populares, metáforas, termos elevados e galantes, como quem desvela segredos e enovela horrores.

Qualidade essencial da elocução é a clareza sem baixeza. [...] Necessária será, portanto, como que uma mistura de toda a espécie de vocábulos. Palavras estrangeiras, metáforas, ornatos e todos os outros nomes de que falamos elevam a linguagem acima do vulgar e do uso comum, enquanto os termos correntes lhe conferem a clareza. (ARISTÓTELES, 1973, p. 464)

De certa forma, coloca-se nas mãos do repórter a tradição homérica de realizar, por meio da elaboração do texto, a síntese entre sofisticação e simplicidade da linguagem num só propósito: transmitir informações que esclareçam, de modo agradável, as questões que afetam, incomodam ou dignificam a sociedade. E, se o Jornalismo, de modo genérico, não pode ser considerado Literatura, insiste-se em refletir que o processo de criação da reportagem é muito próximo do processo da criação literária. Ambos lidam essencialmente com a palavra. Enquanto a literatura vai criar um mundo fictício, com esse elemento básico da linguagem verbal, a reportagem ideal tenta recriar o mundo numa suposta relação de proximidade com a realidade.

Sem obrigações conclusivas

A reportagem é o gênero jornalístico que, ao explorar os meandros de determinada realidade, tenta descobrir, se não a verdade, uma aproximação equiprovável de veracidade entre o fato e o sistema que o gerou, com o papel de discutir e questionar a incidência e as conseqüências do distúrbio que se reproduz em forma de texto. Um texto que é, em essência, mais rico e mais trabalhado. Em alguns casos abrindo brechas para uma avalanche de dúvidas, que poderão se

configurar numa outra reportagem, ou numa série delas. Os acontecimentos que poluem os rios humanos, apesar de há tanto tempo fluindo, não brotam ainda das fontes do fantástico, despertando as mesmas emoções previstas pelos antigos gregos? Caso assim não fosse, qual a razão para tanta necessidade de espetáculos, não importando se a origem é a dor da guerra, que horroriza a todos, ou o prazer do belo, que nem todos estão aparelhados para captar?

Para mudar, transformar ou melhorar em algum sentido a realidade do mundo globalizado, o repórter deve recorrer ao embasamento humanístico, a uma cultura geral razoável - que ultrapassa o rótulo de especialista em generalidades - e, acima de tudo, ao acúmulo de experiências pinçadas no cotidiano, no convívio caleidoscópico com diferentes formações de comunidades humanas [como o flaneur que Walter Benjamin recupera de Charles Baudelaire] para sorver a variedade de comportamentos que permeiam a vida neste planeta. Assim, o repórter astuto, deveria assumir a performance do flaneur: “aquele que adota a rua como sua moradia e a multidão não apenas como sua clientela, mas também como condição essencial de sua liberdade e de sua inexpugnável solidão individual” (BENJAMIN, 1975). Este sabe que, além da pauta - e muito além da tecnologia que liga a redação à cidade e aos outros pontos do mundo - existe o universo imenso, povoado de signos. Então, sai às ruas para flunar, sentir de perto as novidades, sentir os cheiros da glória dos políticos ou das celebridades, mas também o da miséria dos que reviram latas de lixo em busca de comida ou de dejetos recicláveis.

Nenhuma reportagem, por mais elaborada que possa parecer, será dada como satisfatória ou definitiva a respeito do assunto nela representado. E, se nada no universo tem caráter de último absoluto, as questões levantadas neste particular estudo sobre o fazer jornalístico não se esgotam... Todavia, fica entendido que “não existem fórmulas científicas no jornalismo, especialmente na reportagem: cada história é uma história, e merece um tratamento único” (KOTSCHO, 1989, p. 14). E, para contar uma história de maneira interessante, o repórter deve saber apreender e transcriar o ponto fantástico do acontecimento, pois todo repórter há de ser, antes de tudo, um curioso e um contador de histórias; mesmo que inacabadas.

NOTAS

¹ Este trabalho foi originalmente apresentado ao NP 02 Jornalismo, do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, no Rio de Janeiro, em setembro de 2005. Sobre o mesmo tema veja GUIRADO, M.C. *Reportagem: a arte da investigação*, São Paulo: Arte & Ciência/Unimar, 2004.

REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. *Poética*. São Paulo: Abril Cultural, 1973.
- BENJAMIN, W. *A modernidade e os modernos*. São Paulo: Tempo Brasileiro, 1975.
- BERNSTEIN C. & WOODWARD B. *Todos os homens do presidente*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976.
- CAMPOS, H. *A operação do texto*. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- CHAUÍ, M. Janela da alma, espelho do mundo. In: NOVAES, A.(org) *O Olhar*. 2.ed., São Paulo: Cia das Letras, 1989.
- DOYLE, A. C. Um estudo em vermelho. Série *Sherlock Holmes*. Trad. Hamilcar de Garcia. São Paulo: Melhoramentos, 1966.
- FEYERABEND, P. *Contra o método*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.
- FRANCIS, P. O jornalismo com seus mistérios insondáveis. *Folha de S.Paulo*, Folha Ilustrada, 1988.
- FRIAS FILHO, O. Anti-manual de jornalismo. In: 20 Textos que fizeram a história. *Folha de S.Paulo*, 1984.
- GUIRADO, M.C. *Relatos do Descobrimento do Brasil: as primeiras reportagens*. Lisboa: Piaget, 2001.
- _____. *Reportagem: a arte da investigação*. São Paulo, Arte & Ciência, 2004.
- KOTSCHO, R. *A prática da reportagem*. São Paulo: Ática, 1988.

KRIEGER G, NOVAES, L. A ; FARIA, T. *Todos os sócios do presidente*. 3.ed. São Paulo: Página Aberta, 1992.

MACHADO, A. *A ilusão especular*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MORIN, E. *Para sair do século XX*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

PEIRCE, C.S. *Collected Papers*. Cambridge: Harvard Univ.; C. Hastshorne, P. Weiss & A. Burks, 1936-1958. 8 v.

ROSSI, C. *O que é Jornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1980.

VELOSO, C. *Língua*, Disco VELO, Polygram, 1989.

A hipótese da *agenda settings* e o processo de decadência do pólo turístico do Guarujá-SP na década de 1970

The *agenda setting* hypothesis and the decreasing process of the Guarujá-SP touristic pole in the 1970s

Elêusis Mirian CAMOCARDI

Doutora em Letras pela UNESP – Assis-SP. Professora do Programa de Pós-Graduação Mestrado em Comunicação da UNIMAR -Marília-SP – Brasil. Autora dos livros: *Fernando Pessoa: Mensagem: história, mito, metáfora*; *A crônica de Fernando Namora: realidade e ficção*; *Estratégias de persuasão em textos jornalísticos, literários e publicitários*

E-mail:eleusiscamocardi@uol.com.br

&

Gilberto Gonçalves ROSSI JR.

Mestre em Comunicação pela UNIMAR. Professor da Universidade de Marília-Marília - SP – Brasil.

E-mail:gilbertorossi@hotmail.com

RESUMO

O perfil do freqüentador do balneário paulista Guarujá passou por uma sensível mudança nas últimas três décadas. Esse fenômeno deu-se devido a inúmeros fatores e acreditamos ser um deles a influência que a mídia impressa exerce no momento da escolha por qual destino o turista irá optar.

Este estudo discute motivos dessa oscilação e traça paralelos entre tempo, público freqüentador e o registro dos jornais sobre o desgaste estrutural do município do Guarujá.

Para tanto, tem como pressuposto teórico a hipótese do *Agenda Setting*, que, em uma série de reportagens, por meio de estratégias de persuasão e outras ferramentas de convencimento, corrobora com o sucesso ou fracasso de um produto turístico.

PALAVRAS-CHAVE: Guarujá - Mídia Impressa - *Agenda Setting* - Turismo

ABSTRACT

The profile of the assiduous of the balneary Guarujá has gone through a sensible change during the last three decades. This phenomenon was due to several factors and we believe that one of them is the ascendancy the printed mass communications exerts by the time of the choice for which destiny the tourist will opt for.

This study identifies reasons for this oscillation and makes parallels among time frequent public and the register in the newspapers about the structural abrasion of the municipal district of Guarujá.

For this, there is a theoretical presupposed the hypothesis of the *Agenda Setting* that in a sequence of reportings by the means of strategies of persuasion and other instruments to convince corroborates with the success or the failure of a tourist product.

KEY WORDS: Guarujá - Print Mass Communications - *Agenda Setting* - Tourism.

A relação entre mídia e sociedade vem despertando a atenção de estudiosos há tempos. Essa preocupação, segundo Mattelart (1999, p.41), vem desde os anos que precederam a Primeira Guerra Mundial com um estudo sobre os efeitos da mídia em crianças e jovens.

A principal proposta deste trabalho é verificar o papel da imprensa na transformação da demanda turística do Guarujá e, conseqüentemente, no desgaste da imagem deste pólo turístico, que, durante tanto tempo, foi sinônimo de luxo.

Para tanto, como pressuposto teórico, partiremos da hipótese do agenda *setting*. A escolha de trabalhar com uma hipótese e não com uma teoria partiu da possibilidade de manusear duas ou mais linhas de pensamento, criando assim, algo novo, que coubesse na proposta do trabalho em questão.

Essa opção justifica-se ainda mais se pensarmos que não utilizaremos apenas linhas de pensamento e, sim, duas áreas de estudos diferentes, a comunicação social, através do jornalismo, e o turismo, preocupado com as influências que sofre de outros meios, como a mídia, a gestão pública, entre outros.

Antonio Hohlfeldt em “Hipóteses Contemporâneas de Pesquisa em Comunicação” afirma que “[...] Uma hipótese é sempre uma experiência, um caminho a ser comprovado[...]” (2001, p. 189), portanto, com a liberdade concedida pelo estudioso acima citado, cruzaremos informações, teorias e duas áreas distintas com a finalidade de entender a influência da mídia impressa sobre a decadência do Guarujá.

Dentro dos estudos da atividade turística, os jornais não têm grande destaque na criação e falência de imagens de produtos. Porém, se admitirmos que as matérias notificadas influenciam na tomada de decisão por parte do viajante, mesmo que não seja em cadernos especializados, admitiremos também que o processo de agendamento se faz presente no momento da decisão de ir ou não a determinado pólo turístico.

Clóvis de Barros Filho define a hipótese de agendamento como “a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá” (2001, p.169). É isso que pretendemos realizar a partir de agora, demonstrando o anúncio da decadência do pólo turístico, enfatizando nesse momento a explosão imobiliária ocorrida na década de 1970 e o registro da mídia impressa sobre esse fenômeno.

Essa série de reportagens foi acompanhada pelo seu principal público consumidor, os moradores da capital do estado de São Paulo em seus principais veículos de comunicação impressa, os jornais *Folha de S. Paulo*, *Jornal da Tarde* e *O Estado de S. Paulo*.

Podemos afirmar que grande parte dos pesquisadores do ramo da comunicação concordam em que a mídia tem a capacidade de influenciar a opinião pública com a projeção dos acontecimentos e, sendo assim, funciona como transformadora da realidade social.

O agendamento acontece com a continuidade dos registros de acontecimentos de um tema e os meios de comunicação contam com o acompanhamento por parte do leitor para que a duração da sedução sobre aquele assunto perdure e este seja desdobrado em muitas outras matérias.

O agendamento pode ser considerado também como um conjunto de temas organizados num cronograma de divulgação, que, através de um intermediador simbólico, retratará a realidade de modo fragmentado a fim de causar um efeito enciclopédia.

A sociedade sofre influência da mídia que inclui em nossas preocupações fatos que dificilmente estariam dentre as nossas prioridades, mas que, devido ao senso comum e à necessidade de não estarmos alienados, se transformam em nosso cotidiano. O efeito enciclopédia é formado através de uma série de estratégias que serão apresentadas neste texto como, principalmente, a iteratividade e a coleção. Esses dois fatores, com o apelo da repetição, da continuidade e da sedução pelo acompanhamento dos fatos, fazem com que determinado assunto seja acompanhado como uma novela de TV.

Os leitores passam a receber um conjunto de informações comuns, formando um repertório muito semelhante entre si (a população). Esse conjunto de informações produz estímulos suficientes para a formação de uma atitude ou uma mudança de atitude. O efeito desse agendamento surtiu, num primeiro momento, a transformação da demanda, e depois, o esvaziamento do município do Guarujá.

Os efeitos são sentidos a médio e longo prazos, o que vem corroborar com a opção de que a hipótese do *agenda setting* é a mais apropriada para discutirmos o fenômeno em questão. A pesquisa em publicação dos últimos 30 anos nos confirmou essa idéia. Holfeldt, num outro momento afirma que “O agendamento de um tema, a busca do efeito de enciclopédia dependem fundamentalmente do departamento de pesquisa, que atualiza e, sobretudo, relaciona acontecimentos e temas (2001, p.215)”.

Esse efeito cumulativo também é notado por Giovandro Marcus Ferreira (2001, p.112) ao afirmar que “os indivíduos adquirem sua visão do mundo proveniente da agenda estipulada pelos mass media”. Isso pode ser interpretado, junto com outras afirmações do próprio autor, que o agendamento influencia no **que** o público vai pensar e não em **como** vai pensar.

Uma outra hipótese que completa o pensamento, advinda do “Communication Research”¹, e que servirá de ferramenta de discussão da proposta, é a perspectiva da Espiral do Silêncio, que gira em torno do silêncio gerado pela generalização da informação criada pelo receio de não acompanhar a opinião de seus iguais e ficar de fora, portanto, de um pleno convívio social.

Noelle-Neumann, a criadora da hipótese de “Espiral do Silêncio” sugere que essa “imposição” das informações pelos *mass media* gera o seguinte resultado.

Apoiando-se sobre este conceito de um processo interacionista engendrando uma ‘espiral’ do silêncio, define-se a opinião pública como esta opinião que pode ser expressa em público sem risco de sanções, e sobre o qual pode apoiar-se a ação levada em público. (apud Ferreira, 2001, p. 113)

Essa mesma autora nos coloca outros conceitos relevantes na análise de acontecimentos que devem ser levados em consideração para identificarmos a presença tanto de um agendamento quanto da espiral do silêncio. Tomamos a liberdade de selecionar, principalmente, os que diferem dos já discutidos até então e moldar a explanação de cada um com o desenrolar do trabalho.

- *Frame temporal* – é o tempo entre a pesquisa e a contextualização do acontecimento pela mídia e pelo receptor;
- *Time lag* – intervalo entre o período de levantamento da agenda da mídia e a agenda do receptor, a influência não se dá imediatamente e sim a médio e longo prazos como já comentados anteriormente;
- *Centralidade* – capacidade que os mídias têm de colocar como algo importante determinado assunto [...] Há muitos assuntos que são noticiados constantemente mas que não são considerados como centrais;
- *Saliência* - valorização individual dada pelo receptor;
- *Focalização* – a maneira pela qual a mídia aborda um determinado assunto, apoiando-o e contextualizando-o.

Após a intelecção dos itens, restou-nos uma preocupação concernente à centralidade, no que tange à escolha e definição do tema ou assunto importante para os “mass media”. Essa preocupação centra-se no caráter subjetivo da opção. É importante para quem? Para quantos? Que número de pessoas interessadas ou leitores interessados torna determinado assunto importante? São questões que devem ser levantadas, pois na proposta do trabalho analisamos a transformação da demanda de um destino turístico e isso representa diferentes números em determinadas épocas, bem como diferentes públicos e diferentes interesses, comunidade receptora e parcela visitante. Fica o alerta quanto à definição dessa centralidade: que critérios são utilizados para essa definição e é o próprio veículo que define a importância do assunto ou a quantidade de leitores?

O caráter subjetivo da definição e escolha dos assuntos para a pauta do periódico faz com que ele (como os demais meios de comunicação) seja detentor dos critérios, sejam eles sociais, políticos ou mercadológicos, obedecendo sempre a uma linha editorial pré-determinada. É uma hipótese em espiral: a linha editorial leva à opinião que, por sua vez estabelece os critérios de seleção dos temas que possam atender às expectativas do mercado.

Essa determinação do que é importante ou não, deixa aos meios de comunicação uma responsabilidade muito grande, pois sejam lá quais forem os critérios utilizados - sociais, políticos ou mercadológicos – podem determinar também a direção que parte da sociedade vai tomar a partir dessa série de reportagens sobre determinado assunto. A escolha de um destino turístico, a compra de dólar, o consumo de determinado produto, ou, até mesmo em quem se votará na próxima eleição pode ser colocado em discussão com uma série de argumentos apresentados pelos jornais, que fazem com que o leitor tenda a manter ou alterar sua primeira opção.

Continuando com a hipótese da espiral, percebemos que o clima de opinião que gira em torno de determinado assunto faz com que os menos informados queiram se informar e se incluam no clima generalizado propiciado pelo agendamento da mídia, gerando também a omissão quando em desacordo ou a aderência à opinião da que parece ser da maioria.

Para Noelle-Neumann, de acordo com as constatações de Hohlfedt (2001, p. 229)

[...] além do medo do isolamento, funciona ainda a dúvida sobre a capacidade de julgamento que o indivíduo tem sobre si mesmo e que o torna vulnerável à opinião dos demais, em especial no caso de pertencer a algum grupo social, que pode puni-lo por ir além da linha autorizada.

Acreditamos que as duas linhas de pensamento, apesar de diferentes, se completam, pois ambas tratam da influência sobre **o que** pensar, apenas diferindo sobre o motivo que induz o leitor a pensar no fato em questão. Verificamos coerência

e fatores que se encaixam perfeitamente com a idéia principal deste trabalho. Portanto as duas correntes serão utilizadas, pois como já detectado na pesquisa bibliográfica, quando se fala de hipóteses, *as alternativas de trabalhos são infinitamente múltiplas*.

Ainda existem alguns *valores-notícia* (HOHLFELDT) que colaboram com a decisão de noticiabilidade² e que devem ser levados em consideração para chegarmos à definição dos temas que podem, devem e são agendados:

- Quantidade de pessoas envolvidas no acontecimento;
- Relevância e significação do acontecimento quanto à sua potencial evolução e conseqüência
- Interesse humano
- Atualidade – capacidade de o assunto de desdobramentos capazes de acompanhamento jornalístico
- Bom material visual x texto verbal
- Freqüência – acessibilidade à fonte ou ao local do acontecimento

Consideraremos esses pressupostos e todas as outras definições e características a que nos referimos no início deste texto como ferramentas de análises das reportagens que registraram o processo de transformação da demanda turística do Guarujá, buscando a demonstração do agendamento e da influência da mídia impressa na alteração desse fluxo turístico.

Porém, não nos limitaremos a esses pressupostos e sim aproveitando da liberdade de cruzamento das linhas de pensamento, no percurso desta reflexão, trabalharemos com outras estratégias que corroboraram para que a mídia impressa influenciasse no processo de tomada de decisão do turista que fez com que o Guarujá tivesse o seu público transformado através do período proposto na pesquisa.

Acreditamos que o agendamento ocorreu e que foi reforçado com inúmeras estratégias de persuasão que levaram o leitor, depois de já ter o assunto agendado, a

receber informações suficientes para tirar suas conclusões, ou seja, acreditamos que estratégias de persuasão foram ferramentas poderosas na concretização do agendamento.

O discurso jornalístico será estudado no decorrer deste trabalho, que em seu percurso discutirá a função testemunhal, as formas de legitimação da notícia, as táticas de encobrimento e de falseamento, chegando até o uso da linguagem, com elementos da estética da recepção. Todas essas estratégias de construção do discurso jornalístico juntas foram capazes de alertar para o sucateamento estrutural do balneário estudado e de fixar na mente de seus freqüentadores essa idéia, gerando conseqüentemente, a transformação desse fluxo turístico .

1. O discurso da mídia impressa no anúncio do início da explosão imobiliária no balneário do Guarujá

O município do Guarujá, localizado a 87 quilômetros³ da capital do Estado e conhecido nacionalmente como “a Pérola do Atlântico”, a partir da década de 60 deixa de ser um dos principais pontos de encontro da sociedade brasileira e vai se transformando em um balneário de qualidade duvidosa, rompendo com todo um passado marcado por luxo e dinheiro.

A decadência desse pólo turístico vem merecendo lugar em nossos estudos de investigação científica desde o ano de 2000, quando iniciamos uma pesquisa acadêmica sobre “A Transformação da demanda de uso de um destino turístico do Guarujá – SP”. Com a freqüência ao Curso de Pós-graduação em Comunicação, decidimos retomar o tema, ampliando-o neste trabalho com o estudo do discurso jornalístico para demonstrar a influência da mídia impressa no “boom” imobiliário, na popularização e na decadência do balneário.

No início da década de 1970, houve uma febre na construção de imóveis, pois, segundo depoimentos de Nilo Fonseca, proprietário de uma das mais antigas imobiliárias do Guarujá (31 anos no mercado), vendiam-se prédios inteiros em uma

semana. No período de 1972 a 1974 formavam-se filas de espera para a compra de apartamentos de alto padrão. A partir do meio dessa década

[...] a construção civil iniciou um novo padrão de construção, para aproveitar essa valorização do município, começaram a construir apartamentos menores de dois dormitórios, com mais quantidade por andares e prédios mais altos. Portanto, o mesmo quarteirão, que abrigava prédios de alto luxo quase que exclusivos, começou a dividir espaço com edifícios de classe média, onde o número de moradores era bastante superior, afirmou Fonseca. (Depoimento, 17/02/2002)

Além disso, houve o problema de *status* social, que já vinha desde a época do Grande Hotel (década de 1950): as pessoas de classe social A não queriam e não aceitavam o convívio com indivíduos com padrão social inferior. Já nessa fase, a superlotação começara a causar inconveniências estruturais complicadas de serem aceitas.

O perfil do visitante do Guarujá-SP, nos anos 70, passou para o proprietário de segunda residência⁴, grande parte ainda de luxo, mas já com sensível presença da classe média alta paulista. O radial de compradores já se havia expandido, e no final desse período uma boa parte dos novos proprietários era procedente do interior do estado de São Paulo.⁵

Segundo Lucas Ribeiro⁶, alguns hotéis de luxo como o Hotel Casa Grande, Il Faro, Albamar, Gávea e uma grande parcela de pensões e pousadas estavam cheios apenas nas temporadas e feriados, devido ao fenômeno de a segunda residência invadir as praias do Guarujá, principalmente a partir de 1974.

Concordando com a afirmação de Wolf (1995, p.)⁷ que diz que “*os jornais são os principais promotores da agenda do público*”, serão descritos alguns trechos que pontuaram e deixaram explícita essa fase de mutação por que passava o balneário a partir de então.

As reportagens discutidas a partir deste texto foram extraídas de jornais da capital paulista: *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*. A

capital do estado sempre foi o principal pólo emissor de turistas ao município do Guarujá, em 2001 foi responsável por cerca de 60 % do total⁸ de visitantes e, nos anos 70 do século XX, pela grande maioria dos frequentadores.

Iniciaremos apresentando uma reportagem que nos remete a uma linguagem satírica, comumente utilizada em crônicas. Nesse caso, o autor abusa da ironia para transmitir uma nova realidade à sociedade elitizada, frequentadora assídua do local. Alerta para fatos que estavam por acontecer, com a nítida intenção de provocar os leitores a ele diretamente ligados, os receptores e os donos de segunda residência.

1.1. Era uma vez a doce tranqüilidade do Guarujá:

Atenção sindicatos, sociedades de amigos de bairros, grêmios estudantis e umbandistas. Vejam como é fácil passar um agradável domingo no Guarujá. Por CR\$ 350,00 alugamos ônibus confortáveis com capacidade para 40 pessoas e conduzimos os felizes excursionistas às mais belas praias do Guarujá. Atenção, tranqüilos veranistas do Guarujá e praias do Litoral Norte. Ainda não há companhias de turismo promovendo piqueniques nos recantos exclusivos da orla marítima. Mas muitos grupos de contumazes excursionistas já estão pensando no assunto. *(Folha de S.Paulo, 14/01/1971)*

No primeiro trecho de reportagem, apesar do formato e da localização dentro do veículo da mídia serem característicos de uma reportagem comum, depois de ter o ritmo utilizado para a produção do texto, detectamos a forte presença opinativa do autor. A reportagem está claramente redigida com características de crônica, com recursos normalmente utilizados em editoriais ou num próprio caderno de crônicas, em que o autor tem uma “licença poética - midiática” que lhe permite demonstrar suas impressões pessoais sobre determinado assunto.

Seguindo esse pensamento, Hohlfeldt afirma que

[...] verificou-se claramente a importância do chamado duplo fluxo informacional [...] a maior parte das informações não transita diretamente de uma mídia para o receptor, mas também é mediada através dos chamados líderes de opinião. (2001, p.196)

Tratando-se de jornais de grande penetração e de forte credibilidade, os veículos aqui pesquisados ganharam essa responsabilidade de serem formadores de opinião. O seu principal objetivo era manter a população informada e com maior poder de tomada de decisão, mas quando assumem essa postura “editorial” demonstram certa tendenciosidade capaz de induzir os leitores a refletirem sobre determinado assunto.

Fornecendo subsídios para a reflexão do leitor, o repórter finaliza a matéria com o motivo que o levou a redigi-la. A abertura de uma nova rodovia deixa a questão no ar – é boa ou má? Para quem? Ainda em tom irônico, nunca esquecendo a clara posição tomada desde o início, o repórter finda seu relato deixando uma questão aberta para ser pensada pelo leitor. “Para a Secretaria de Transportes, a construção da Piaçaguera-Guarujá foi uma forma de democratizar o turismo levando o dinheiro fácil da Capital para os atrasados lugarejos do Litoral Norte”. (*Folha de S. Paulo*, 14/01/1971)

Percebe-se a continuidade do uso de ironia no fim da matéria, quase que sancionando a questão, apesar de que julgar não seja tarefa do repórter, que aqui abusa da tão discutida “liberdade de imprensa” com a intenção de transmitir os sentimentos de indignação e preocupação da população local.

Como já foi dito anteriormente, sente-se uma certa ironia no desenrolar da matéria, mostrando uma tomada de posição bastante clara, como sugere ser ideal o jornalista Kotscho, procurando interpretar o sentimento da população receptora e corroborando com Noblat (2003, p. 21), quando este afirma que “um jornal é ou deveria ser um espelho da consciência crítica da comunidade em determinado espaço de tempo. Um espelho que reflita com nitidez a dimensão aproximada ou real dessa consciência”.

Fica claro também o tipo de agendamento que se inicia aqui no caso do município do Guarujá. Podemos afirmar que o fenômeno da transformação do fluxo turístico freqüentador do Guarujá é uma questão pública, pois provoca reflexos na economia e em todo o contexto social do município. Portanto, podemos considerar como um assunto de agenda pública.

Porém, analisando-se por outros ângulos, as agendas se confundem. Podemos considerar esse tema como agenda individual também, pois é o período de férias de determinada pessoa que está em jogo, a valorização ou desvalorização de determinado imóvel que pode acontecer, um maior movimento nas vendas de uma lanchonete específica. Poderíamos, então, considerar como agenda individual, pelos interesses individuais de cada um, ou também como agenda interpessoal, pois o turismo interfere nas relações das pessoas e de seus empreendimentos.

Mas o contexto social que pretendemos abordar neste estudo nos leva a optar pelo agendamento público, pois em nenhum momento podemos deixar de pensar no turismo como atividade econômica e social.

No trecho destacado a seguir, percebemos que o autor continua utilizando-se de suas estratégias, focalizando o assunto pelo mesmo ângulo inicial: como um freqüentador antigo que se sente incomodado com o novo fluxo que está ocorrendo. Portanto a focalização citada anteriormente por Noelle-Neumann (apud HOHLFELDT, 2001) aparece bastante clara aqui, abordando o assunto de forma parcial e dividindo angústias.

Onde tem praia e lugar pra trocar de roupa a gente vai [...] O pessoal (umas cem pessoas que acompanham as excursões que Guincho promove há dez anos) confia nos lugares que escolho e é claro que eu vou lhes mostrar o Guarujá. (*Folha de S. Paulo*, 14/01/1971)

Podemos perceber que a escolha pelo entrevistado busca quase de forma caricatural um “explorador” de novos destinos com declarações contundentes, sedentas por consumir novos espaços, sem se importar com o contexto que o cerca. Demonstrando que a próxima “descoberta” é o município do Guarujá e

antevendo que a realidade do balneário se aproximará da realidade dos lugares já visitados por João Pacheco Guincho e seus clientes, insinua que também o local se equivalerá em qualidade e valor.

Ao mesmo tempo em que se destaca a presença de uma personagem proporcionando maior confiabilidade à investigação, o mesmo também fornece uma outra visão do fato discutido na reportagem, o que comprova que o autor da reportagem está ouvindo ou se propondo a ouvir os dois lados.

Como o objetivo principal deste trabalho é o relato do processo de transformação da imagem do Guarujá na década de 1970, a partir da divulgação dos textos dos jornais selecionados, a próxima reportagem passa ao leitor a constatação que tanto se temia: a realidade já não é a mesma e isso seria só o início de uma série de impactos socioeconômicos, ambientais e culturais que estariam por acontecer.

1.2. O Guarujá também já começa a viver o turismo de massa

[...] das 20 mil pessoas que o Guarujá espera receber nesta temporada, quase a metade não pertence à classe A, sinal de que a cidade, lentamente deixa de fazer somente o turismo de primeira categoria para aceitar também a política do “turismo massificado”, onde a classe média é bem recebida. Essa é a previsão dos proprietários de hotéis e homens de turismo do Guarujá, que vêem a “decadência do turismo categoria internacional” com apreensão. (*Folha de S. Paulo*, 24/12/1972)

Percebemos a continuidade do assunto nessa reportagem e, acima de tudo, devemos lembrar que esses textos são apenas uma amostragem de mais de 130 matérias selecionadas em uma pesquisa de campo, que reuniu um universo de aproximadamente 300 reportagens sobre o mesmo tema. Portanto, o agendamento

será percebido pelas notícias que serão relatadas, mas aconteceu de forma mais maciça do que aquilo que podemos demonstrar nesse estudo.

Já na manchete, a constatação do fato levantado na reportagem anterior, o que nos faz começar a construir uma imagem da nova realidade enfrentada pelo município em questão. Percebe-se também que a matéria é contundente em sua afirmação, o que leva o leitor a entrar no fato a ser apresentado com tendência a concordar.

Sabemos que as mensagens dos *mass media* atuam como estímulos a determinados comportamentos e provocam impulsos, emoções e atitudes difíceis de controlar sobre os receptores.

Uma vez que as formas de consumo são alteradas, os meios de hospedagem de alta categoria deixam de ser consumidos, pois são trocados por hotéis mais simples e por casas e apartamentos de temporada, que começam a surgir com o êxodo de proprietários insatisfeitos com a presença de excursionistas na frente de seu apartamento de luxo. O que até então significava um sinal de poder e de diferenciação social, uma questão de “status”, ganha outro sentido com essa nova situação, pois os proprietários perdem prestígio e, além da questão social, perdem dinheiro também, com a desvalorização do mercado imobiliário.

O repórter percebe isso e dessa vez, pelo lado do empresário receptor (um ponto de vista diferenciado da primeira reportagem citada), detecta problemas que afligem a comunidade como um todo. E assim, além de detectar essas personagens importantíssimas no dia-a-dia do Guarujá, coloca em pauta o risco que o abandono da busca pelo turismo internacional, ou seja, a busca pelo turista estrangeiro, pode causar ao pólo turístico.

Até agora mostramos os narradores das reportagens apontando problemas que acontecem nesse determinado município, mas como sabemos, o papel do repórter não é somente detectar, mas dar subsídios para que o leitor forme sua opinião sobre o fato. É seu papel cercar todo o contexto para que se possa tomar uma posição independente da de quem escreve. Isso fica claro no percurso da obra

de Noblat (2003), para quem é sempre importante procurar as causas do fenômeno e não ficar somente nos seus efeitos.

Na continuação do texto, o repórter busca as causas que levaram o município a sofrer essa transformação:

[...] A inoperância do Conselho Municipal de Turismo e da própria Prefeitura, é apontada como uma das principais causas da estagnação do turismo no município. “O turismo que é feito aqui nem merece esse nome. A cidade não é divulgada e todo mundo sabe que isso é o ABC do turismo. O Guarujá deveria, com um trabalho de propaganda e relações públicas ser promovido no exterior, principalmente nos países vizinhos do Brasil, onde se pode criar um contínuo fluxo de turistas. Para se entender a política de turismo local basta ver a minguada verba que é destinada a este setor, 200 mil cruzeiros por ano”, diz Ricardo Roman. (*Folha de S. Paulo*, 24/12/1972)

A má gestão da atividade aparece como grande vilã da situação. Pela declaração do entrevistado, dono do Delphin Hotel, um dos principais do Guarujá, percebe-se divergência entre a opinião da iniciativa privada e da gestão pública local. O repórter apenas coloca a opinião dos envolvidos para que quem estiver de fora possa conhecer os prováveis motivos e chegar a uma conclusão pessoal através de seu próprio repertório.

Abrindo os horizontes da reportagem com a presença de outros pontos-de-vista, percebe-se que o interesse sobre o assunto ultrapassa classes sociais e segmentos do mercado de trabalho atingindo o interesse da comunidade pelo assunto. Essa conclusão vai ao encontro do que Hohlfeldt afirma em sua obra e fortalece o pensamento central da nossa proposta de trabalho:

O agendamento somente ocorrerá de maneira eficiente quando houver um alto nível de percepção de relevância para o tema e, ao mesmo tempo um grau de incerteza relativamente alto em relação ao domínio do mesmo,

levando o receptor a buscar informar-se com maior intensidade a respeito daquele assunto. (2001, p. 199)

Devemos levar em conta os valores-notícias vistos anteriormente como fatores importantíssimos para a concretização do fenômeno de agendamento e nesta história percebe-se um alto **poder** de noticiabilidade, e acima de tudo com **saliência** suficiente para entrar na agenda pessoal dos municípios, quer estejam envolvidos direta ou indiretamente com a atividade turística.

Comparando as duas primeiras reportagens, depreende-se que elas tratam do mesmo problema, com enfoques e abordagens diferenciados pelas visões dos diferentes autores, que elaboraram os textos de formas distintas, mas que corroboram para a construção de uma nova imagem do município estudado.

Já no meio da década, os problemas tornaram-se cada vez mais evidentes e, com o passar do tempo, as causas também. A falta de estrutura administrativa e a busca dos benefícios para alguns à frente do bem geral da comunidade ficam explícitas. O crescimento desordenado é fato, e a ambição dos governantes confunde progresso com urbanização. *A Folha de S. Paulo* registra isso na reportagem a seguir.

1.3. Até julho, Guarujá sofrerá devastação

Desde o início do ano a paisagem do Guarujá mudou. Ocorreu uma verdadeira devastação dos morros pelas construtoras, que se apressam a começar as obras que tiveram projetos aprovados antes pela lei 1.266. Instituinto o plano diretor da cidade, a lei limita as possibilidades dos incorporadores. Mas, embora em vigor desde janeiro, contém um artigo – de número 256 – que permite a execução de todos os projetos já aprovados e iniciados antes de julho. (*Folha de S. Paulo*, 12/05/1976)

Essa matéria revela toda a complexidade que a atividade turística reúne. O *boom* imobiliário acontecido no Guarujá, nessa época, nada mais é do que o saciamento pela demanda que surgia e que corria desesperadamente em busca de um espaço para dividir com a classe industrial paulistana. No primeiro trecho da notícia, o repórter aborda a questão legal. Verifica-se que apesar de uma lei existente coibindo a construção de edifícios altos ainda havia brecha para quem quisesse iniciar suas obras até um prazo pré-determinado.

O Sr. Nilo Fonseca (proprietário de imobiliária) afirmou em entrevista que prédios inteiros eram vendidos em uma semana. Porém essas novas construções não seguiam o padrão de apartamentos e residências de alta classe que dominavam o município até então. Os apartamentos eram menores, portanto também era maior o número de apartamentos por andar, e outra diferença vista a olhos nus nesses novos empreendimentos imobiliários: a quantidade de andares ficou muito superior.

Portanto eram centenas de pessoas morando num mesmo espaço, consumindo o mesmo local e dividindo a infra-estrutura básica que não acompanhava o crescimento. Quando falamos de infra-estrutura básica, queremos alertar principalmente para a rede de esgoto insuficiente para essa nova demanda que se formava. Esse fato viria a prejudicar a questão ambiental do local.

O repórter cerca de muitas variáveis o assunto principal da matéria que é a “devastação do Guarujá”. Além do enfoque legal, o repórter mostra também o fato focalizando o meio ambiente:

Além da devastação da flora, nas obras de preparação da plataforma, para que se possa elevar o edifício – de cinco pavimentos – o movimento descuidado dos tratores e retro-escavadeiras da Racz Construtora – contratada pela Santapaula - lança diariamente pela encosta do morro, em direção ao mar, milhares de toneladas de terra. (*Folha de S.Paulo*, 12/05/1976)

Podemos perceber que diferentes caminhos foram tomados para comprovar a “devastação” anunciada na manchete da reportagem e que para isso o repórter teve que buscar informações em diferentes fontes, pois só assim a reportagem se tornaria fidedigna. Como afirma Maria Cecília Guirado em sua dissertação de mestrado (1993) “a verdade está no trajeto e não no objeto”. Dessa forma, o repórter torna a sua manifestação mais completa quando busca avaliar todas as variáveis possíveis para que o leitor tenha informações suficientes para criar uma visão crítica sobre o assunto.

A reportagem fecha todas as possibilidades com o enfoque social e com o problema afetando todo o cotidiano da população local, principal interessada no assunto,

Os desbarrancamentos chegaram a afetar inclusive a Escola Municipal de Jardim Praiano e as aulas tiveram que ser suspensas. De acordo com os moradores, o problema das enchentes sempre existiu no local, mas com o desmatamento da encosta, a situação tornou-se pior. “Antes”, afirmam, “tínhamos só água descendo agora temos barro também. (*Folha de S.Paulo*, 12/05/1976)

Hohlfeldt (2001, p. 215) diz que “o agendamento de um tema, a busca do efeito de enciclopédia depende fundamentalmente do departamento de pesquisa, que atualiza e, sobretudo, relaciona acontecimentos e temas” e, é isso o que percebemos aqui, uma pesquisa abrangendo diferentes castas sociais reunidas em prol de uma constatação. Perceberemos também que essa característica do agendamento prevalecerá durante todo o restante desse estudo e que atravessará trinta anos de registros, apresentando esse fenômeno de diferentes pontos de vista.

Hoje, quando falamos de gestão pública da atividade turística, nos aproximamos muito do que é comumente chamado de planejamento urbano, pois não há dúvidas de que o turismo interfere na rotina de uma comunidade receptora, causando uma série de impactos positivos e negativos. Cabe aos gestores o

acompanhamento necessário para otimizar os impactos positivos e minimizar os negativos. No último trecho da matéria percebemos, claramente, que a comunidade receptora, teoricamente a principal beneficiada com a chegada do turismo, está sendo afetada e prejudicada com a criação de um condomínio em um local sensível à urbanização imposta pelo homem.

Não se pode chegar a uma conclusão sem antes pesquisar e conhecer o contexto geral, conceito que foi seguido pelo autor da reportagem que, com uma macrovisão do fato, forneceu todas as informações necessárias para que o leitor tomasse uma posição frente à notícia.

1.4. Eis o que restou do Guarujá

[...]

- Chegamos ao Guarujá.

- Aqui ? – perguntou o menino assustado com a sujeira.

Ele e o pai haviam acabado de pisar o solo da mais cobiçada cidade do litoral paulista, depois de enfrentar uma estrada congestionada e esperar quase 03 horas na fila da balsa. Quando afinal, fizeram a travessia, ali estava o cartão de visitas da cidade, uma avenida imunda, semi-coberta de lama, sem calçadas e sem condições de dar vazão ao tráfego de automóveis, intenso nesta temporada de verão. (*O Estado de S.Paulo* , 10/07/1977)

Neste momento, o autor utiliza personagens para desenvolver o tema proposto. Contando com um pouco de ironia no desenvolvimento de seu texto, o autor busca sentimentos comuns a todas as pessoas para demonstrar a frustração de um garoto em sua chegada ao Guarujá. Utiliza o senso comum para explicitar a degradação da imagem de um local que todos imaginavam ser o paraíso, mas já estava se tornando um inferno, tanto para os turistas quanto para os cidadãos locais.

Percebemos que nesta reportagem, mais uma vez, muda-se o foco de visão sobre o assunto, mas o problema continua o mesmo (desta vez o repórter vai encarnar a sensação do turista). Esse fato, cada vez mais, nos deixa claro o alerta que a imprensa escrita estava realizando. Se juntarmos todas as reportagens pesquisadas para a realização deste trabalho, a impressão que temos é de que os jornais não sabiam mais como denunciar o descuido que estava ocorrendo para que as autoridades tomassem providências.

Wolf considera essa repetição de reportagens como “tematização”.

A tematização é um procedimento informativo que se insere na hipótese do agenda setting, dela representando uma modalidade particular: tematizar um problema significa, de facto, colocá-lo na ordem do dia da atenção do público, dar-lhe o relevo adequado, salientar sua centralidade e o seu significado em relação ao fluxo da informação não-tematizada. (1995, p. 146)

Outro fator que torna esse caso importante é a “quantidade de pessoas envolvidas no acontecimento”, um outro valor-notícia que faz com que se definam os casos que merecem ser agendados. Se pensarmos na quantidade de turistas que freqüentavam o balneário, a quantidade de empresários que dependiam da atividade turística, as centenas de proprietários de segundas residências, além da população local, que sofria com problemas ambientais e sociais, fica nítido o universo a ser alcançado pelas matérias.

Os comerciários Gustavo de Almeida, seu filho e os outros 50 mil turistas que viajaram ao Guarujá nesta temporada também não esperavam encontrar a Avenida Miguel Estéfano, ao longo da Enseada, corrida pelas marés e ameaçadoras com buracos capazes de encobrir um caminho (quatro carros caíram neles, domingo) (*O Estado de S.Paulo*, 10/07/1977).

Grande parte desses interessados e envolvidos no assunto comprava jornais e o agendamento desse tema fez com que as vendas se reproduzissem; portanto, o agendamento aconteceu junto aos leitores, em prol da população e também em prol do próprio jornal.

Além dos argentinos, é grande a presença de norte-americanos, europeus e até uruguaios. Todos chegam ansiosos por conhecer a cidade e ficam maravilhados com sua beleza natural. Apesar das deficiências das estradas e da falta de cuidado e de caprichos nas praias os estrangeiros encantam-se com o Guarujá. Se a cidade se apresentasse em melhores condições, qual seria a reação desses turistas? A impressão geral é de que o Guarujá poderá assumir uma posição de importância no turismo internacional. (*O Estado de S.Paulo*, 10/07/1977)

A descrição do local relatado também é vital para a credibilidade da matéria e, como exposto nos trechos acima, percebemos que o autor conhecia o local, e sobretudo, conhecia a situação, o que o colocava numa situação confortável de análise, comparação e crítica diante do problema encontrado.

1.5. Turista classe “A” abandona Guarujá

Guarujá ficou sem turistas antes mesmo de começar o carnaval. As ruas estavam vazias ontem, embora houvesse cálculo indicando que a população chegou a dobrar neste período de férias. Nem a recente resolução do Banco central, elevando de CR\$ 16 para CR\$ 22 mil o depósito compulsório para viagem ao exterior, atraiu os turistas classe “A”, que preferiram se deslocar para as casas de campo, Rio de Janeiro ou então para o Litoral Norte (Ubatuba, São Sebastião). Suas residências à beira-mar estavam vazias já no início da semana. Era o tédio quase que total (*Folha de S.Paulo*, 06/02/1978).

A constatação do fato que o município tanto temia aparece claramente nesta última matéria selecionada. O fluxo de turistas no Guarujá diminui, começa a se transformar qualitativamente e os reflexos se mostram nas ruas vazias descritas pelo repórter.

Noelle-Neumannn denomina “*Time lag*” o intervalo entre o período do levantamento do caso pela mídia e o despertar da comunidade para tal fato. Esse tempo de absorção e entendimento do que realmente está acontecendo não se dá automaticamente, mas, com a interatividade de reportagens sobre o mesmo assunto, isso vai acontecendo aos poucos.

O agendamento por parte da mídia parecia agora chegar à agenda pública. Depois de sete anos de reportagens começam a surgir as primeiras que tratam de uma reação do público aos acontecimentos registrados pelos jornais. Não queremos afirmar que o jornal é o responsável por essa mudança, mas o público leitor já se sentia informado o suficiente para não mais freqüentar o balneário,

Devido a esse “fluxo contínuo de informações” (HOHLFELDT, p. 190) guardamos de maneira imperceptível em nossa memória uma série de informações de que, repentinamente, lançamos mão, seja com uma simples mudança de pensamento ou forte mudança de atitude.

Foi isso que percebemos no último trecho de reportagem ressaltado, uma mudança perceptível no fluxo turístico local. Apesar de a prefeitura divulgar a informação de que a população flutuante (turistas) havia dobrado, não foi isso que o repórter detectou em sua investigação. Encontrou as ruas, as casas de temporada e o comércio vazios, fato que nos leva a confirmar a transformação da demanda turística. Com isso a decadência anunciada do Guarujá começa a se transformar em realidade, divulgada pela mídia impressa e ignorada pela gestão pública da cidade e do estado.

O público freqüentador mudou, problemas estruturais surgiram, o cenário começou a ser alterado pelo crescimento imobiliário, os padrões de construções também foram alterados e o que era palco do desfile do mais refinado público do país começava a desmoronar.

A transformação da realidade do Guarujá iniciou-se nos anos 70 com o “boom” imobiliário instigado pela ambição de políticos e investidores que não pensaram nas gerações futuras e sim no ganho imediato. Foram registrados problemas e pouca coisa se fez para evitar esse crescimento desordenado que comprometia estruturalmente o município. O poder público se manteve omissos frente aos anúncios que a mídia impressa lançava todos os dias através do passar dos anos.

Uma das prerrogativas necessárias para qualificarmos esse estudo como um agendamento real é o parâmetro temporal. Wolf afirma que não há um período exato, mas que para o *frame temporal*, para o *time lag*, a duração do levantamento da agenda dos *mass media*, a duração do levantamento da agenda do público e a duração do efeito ótimo, esse período vai de semanas a alguns meses.

Dentre o universo inicial da pesquisa, identificamos que as reportagens estão espalhadas por todos os meses do ano, e por todos os anos da década escolhida, de maneira aleatória, mostrando que não houve épocas determinadas para que essa “campanha não intencional” ocorresse. Fato que colabora com a proposição de que o problema veio se desenvolvendo através dos tempos e que essa amostragem de matérias vem confirmar a presença da hipótese de agendamento pela mídia no processo de decadência do pólo turístico do Guarujá.

NOTAS

¹ Movimento em que diferentes pesquisadores se propuseram a melhor entender os fenômenos gerados pela relação imprensa x audiência, através do cruzamento de uma série de teorias que vão desde a engenharia das comunicações, passando pela psicologia e sociologia.

² A noticiabilidade está regrada por valores-notícia, conjunto de elementos e princípios através dos quais os acontecimentos são avaliados pelos meios de comunicação de massa e seus profissionais, em sua potencialidade de produção de novos resultados e novos eventos, transformando em notícia. Hohlfeldt, A. Hipóteses Contemporâneas

de Pesquisa em Comunicação. In: Hohlfeldt, A et al. *Teorias da Comunicação*. Conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

³ Conforme dados retirados do CD-ROM Sumário de Dados da Região Metropolitana da Baixada Santista Ed. 2002. EMPLASA.

⁴ Olga Tulik em seu livro *Turismo e Meios de Hospedagem*. Casas de Temporada, 2001, considera segunda-residência como domicílio de uso ocasional particular que serviam de moradia (casa ou apartamento) agora usados para descanso de fim de semana, férias, ou outro fim.

⁵ Dados do IBGE, domicílios de uso ocasional (1991).

⁶ Gerente administrativo do Sindicato de Bares, Hotéis e Restaurantes da Baixada Santista

⁷ WOLF, M. *Teorias da Comunicação*. 4 ed. Lisboa: Presença, 1995.

⁸ Pesquisa da demanda realizada em 2001 pela Secretaria de Turismo do Guarujá.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, C. A. A pesquisa norte americana. In: HOHLFELDT, A. et al. *Teorias da Comunicação*. Conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

BARBERO, J. M. *Dos meios às mediações*. Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

BARROS FILHO, C. *Ética na Comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo: 2001.

BRUM, J. *A hipóteses do agenda setting: estudos e perspectivas*. N. 35. Unisinos. 2003.

DAMASCENO, M. B.; MOTA, P. *Pérola ao sol, apontamentos para uma história do Guarujá*. São Paulo. Memória Digital, 1991.

FERREIRA, G. M. As origens recentes: os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa. In: HOHLFELDT, A. et al. *Teorias da Comunicação*. Conceitos, escolas e tendências, Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

GOMES, M. R. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Hacker Editores/Edusp, 2000.

HOHLFELDT, A. Hipóteses Contemporâneas de Pesquisa em Comunicação. In: HOHLFELDT, A et al. *Teorias da Comunicação*. Conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

IGNARRA, L. R. *Planejamento turístico municipal: um modelo brasileiro*. São Paulo: CTI, s.d.

KOTSCHO, R. *A Prática da Reportagem*. São Paulo: Ática, 1986. Série Fundamentos.

MARCONDES FILHO, C. *O capital da notícia: Jornalismo como produção social da segunda natureza*. 2 ed. São Paulo: Ática, 1989.

MATTELART, A.; MATTELART, M. *História das teorias da comunicação*. 7.ed. São Paulo: Loyola, 2004.

MOUILLAUD, M. A informação ou a parte da sombra. In: PORTO, S. D. (org). *O jornal: da forma ao sentido*. 2. ed. Brasília: UNB, 2002.

_____. Posturas do Leitor. In: PORTO, S. D. (org). *O jornal: da forma ao sentido*. 2.ed. Brasília: UNB, 2002.

NOBLAT, R. *A arte de fazer um jornal diário*. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

ROQUE, M. L. *Contribuição para o estudo da origem e do desenvolvimento da função balneária da Ilha de Santo Amaro antes do “Boom imobiliário”*. Tese de Doutorado. ECA, USP,1990.

TULIK, O. *Turismo e Meios de Hospedagem: casas de temporada*. São Paulo: Roca, 2001.

WOLF, M. *Teorias da Comunicação*. 4 ed. Lisboa: Presença, 1995.

Referências Eletrônicas

CD-ROM Sumário de Dados da Região Metropolitana da Baixada Santista. Ed. 2002. EMPLASA.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Brasília. Disponível em <www.ibge.gov.br> Acesso em 12.jun.2005.

Reportagens

CESAR, Aluisio de Toledo. Eis o que restou do Guarujá. *O Estado de S. Paulo*. São Paulo. 10/07/1977.

CHINEM, Rivaldo. Turista classe “A” abandona Guarujá. *Folha de S.Paulo*. São Paulo. 06/02/1978.

“Até julho, Guarujá sofrerá devastação”. *Folha de S. Paulo*. Sucursal de Santos, São Paulo. Caderno Cotidiano.12/05/1976.

“Eis o que restou do Guarujá”. *O Estado de S.Paulo*. São Paulo. 10/07/1977.

“Era uma vez a doce tranqüilidade do Guarujá”. *Folha de S. Paulo*. São Paulo, 14/01/1971.

“O Guarujá também já começa a viver o turismo de massa”. *Folha de S. Paulo*. São Paulo. Caderno Cotidiano. 24/11/1972.

“Turista classe ‘A’ abandona Guarujá”. *Folha de S. Paulo*. São Paulo. 06/02/1978.

As bases sociológicas nos estudos das teorias da comunicação

The sociological principles in the communication theory studies

Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER

Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Especialista em Sociologia pela Universidade Federal de Uberlândia e Bacharel em Jornalismo pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora do Centro Universitário de Patos de Minas-MG; jornalista da TV Universitária da Universidade Federal de Uberlândia e autora dos livros *Notícias e serviços nos telejornais da Rede Globo* e *Para entender as Teorias da Comunicação*.

E.mail: temer@triang.com.br.

RESUMO

Este ensaio faz uma análise das origens históricas dos estudos sobre Comunicação, enfocando as relações entre conceitos fundamentais utilizados nas Ciências Sociais (Sociologia) e os paradigmas que fundamentam os Estudos da Comunicação, fomentando considerações sobre as Teorias da Comunicação e o campo de estudo da Comunicação Social.

PALAVRAS-CHAVE: Teoria da Comunicação – sociologia - paradigmas

ABSTRACT

This essay analyses the historical origins of Communication studies, focusing on the relations among basic concepts used in Social Sciences (Sociology) and the paradigms that fundament the Communication Studies, fomenting considerations on Communication Theories and Social Communication study fields.

KEY WORDS: Theory of the communication - sociology - paradigms

Introdução

O processo evolutivo que conduziu o ser humano ao mundo atual pode ser analisado por meio de diferentes perspectivas. Uma delas é a análise do desenvolvimento da comunicação, da transmissão do produto cultural acumulado em termos de ciência, arte, religião, economia, política, educação, enfim, todas as formas de conhecimento e produção desenvolvidas pelo homem de uma geração para outra.

De fato, trata-se de uma vertente ao mesmo tempo importante e complexa, até por que embora a comunicação não seja o único objeto de estudo das ciências sociais é estudada em todas elas. A comunicação social é, de fato, um fenômeno complexo e deve ser entendido como um sistema próprio, a ser compreendido a partir de seus próprios paradigmas.

Nesse sentido, entender a comunicação enquanto processo, articulando comunicação, cultura, conhecimento e desenvolvimento tecnológico tem sido um desafio permanente dos estudiosos da comunicação social.

Dessa forma, é necessário utilizar conceitos, teorias e dados já existentes para melhor edificar esse trabalho, o que conduz esses pesquisadores ao desafio de utilizar e eventualmente re-interpretar conceitos provenientes de outras ciências e marcadamente das ciências sociais que por sua vez permitam definir conceitos fundamentais para entender os meios de comunicação, seu alcance e influência na sociedade, sua eficiência e suas limitações.

Neste sentido, este trabalho pretende apresentar uma reflexão sobre as bases paradigmáticas sobre as quais puderam se desenvolver os estudos sobre a Comunicação de Massa. Ou ainda, refletir sobre importância das Teorias Sociais na construção das Teorias da Comunicação.

Aparentemente, trata-se de uma questão simples, mas embora diferentes pesquisadores de comunicação de massa, e diferentes tipos de pesquisadores em

comunicação, usem os modelos de pesquisa e os conceitos das Teorias Sociais como elementos fundamentais para o desenvolvimento dos seus estudos, pouco se dedicam ao conhecimento mais aprofundado desses conceitos. Assim, urge fazer-se uma relação entre esses conteúdos.

Um pouco de história

Os antepassados mais antigos dos homens – pré-humanos – não tinham condições físicas para falar, mas já usavam a comunicação por meio de sons e posturas corporais que indicavam perigo, a existência de alimentos ou uma predisposição para o acasalamento. Na mesma medida em que essa linguagem foi evoluindo e sofisticando-se, também este indivíduo foi evoluindo de sua condição pré-humana para a condição de humana.

O ciclo da linguagem é datado de mais de 55 mil anos, mas, até onde foi possível pesquisar, a linguagem escrita tem apenas cinco mil anos. A capacidade de cada sociedade comunicar-se, portanto, evolui. Mais do que isso. Chega-se a um ponto em que cada sociedade, por meio dos seus sábios e estudiosos, começa a refletir sobre o que é comunicação e qual a sua importância na vida humana.

Os primeiros trabalhos que se detiveram na questão da comunicação no ocidente são atribuídos aos gregos. Vivendo dentro de uma democracia¹, era essencial para certas camadas sociais das Cidades-Estados Gregas dominar as regras e normas da boa argumentação.

Ainda que outros pensadores gregos tenham se preocupado como uso da linguagem, foi Aristóteles que trouxe a maior contribuição para a área, aprofundando-se no estudo da estrutura e funcionamento do discurso. Cabe a ele o desenvolvimento do estudo da retórica, definida como a procura de todos os meios possíveis de persuasão “[...] cabe à retórica mostrar o modelo de construir as palavras visando a convencer o receptor acerca de uma dada verdade” (CITELLI, 2001, p. 8).

Aristóteles foi também o primeiro a dividir o processo de comunicação em três elementos básicos: o locutor, o discurso e o ouvinte, termos que, mais tarde

seriam substituídos por emissor, mensagem e receptor, considerado o modelo zero da comunicação. Dentro da lógica aristotélica, o emissor tem o controle do processo da comunicação, uma vez que pode adaptar o seu conteúdo em função das possibilidades do ouvinte.

Após o domínio da Grécia pelos Romanos, nos períodos conhecidos como Antiguidade e Idade Média, os estudos sobre comunicação foram praticamente esquecidos. Ainda assim, tudo aponta que o desenvolvimento do termo² é uma consequência do Cristianismo, ou, mais especificamente, da consolidação dos mosteiros e conventos, que estabeleceram a do *communicatio*, ou jantar comunitário, em que os religiosos trocam informações sobre as tarefas desenvolvidas durante o dia.

Ainda que vagarosamente, alguns trabalhos começaram a surgir. Em 8 de março de 1690, foi defendida na Universidade de Leipzig, Alemanha, a primeira tese doutoral sobre Jornalismo. Neste trabalho, Tobias Poucer define jornalismo como “notificação de coisas diversas acontecidas recentemente”.

O impacto causado pelo Renascimento e a Reforma Protestante torna-se o motor para a realização de pesquisas em várias áreas do conhecimento. Multiplicaram-se os estudos sobre várias ciências e a revolução causada pela aplicação dos tipos móveis, faz com que a comunicação não seja deixada de lado e comece a despontar como objeto de estudo de alguns pesquisadores.

Vários enciclopedistas aprofundam reflexões sobre o uso da linguagem e da educação. Dentre estes enciclopedistas destaca-se Francis Bacon, que realiza estudos sobre “a ciência do comunicar”. Também no século XVIII, influenciada pela psicologia das faculdades (que entende que existe uma separação entre a alma e a mente) a retórica atribuiu dois objetivos à comunicação. O primeiro era informativo, e visava atingir a mente. O segundo era persuasivo, um apelo à alma, à emoção. Um terceiro apelo, o divertimento, veio se juntar a esses dois.

A separação entre informar, persuadir e divertir – embora utilizada até hoje – logo se mostrou complicada, uma vez que, em muitos processos de comunicação, esses objetivos misturam-se e sobrepõem-se. Da mesma forma, ficou clara a dificuldade de fazer essa análise observando a mensagem.

No século XIX, com o aumento da circulação de livros e jornais, iniciam-se vários estudos para entender a realidade influenciada pelos meios de comunicação.

No entanto, desde o seu início, o estudo da comunicação mostrou-se complexo, visto que comunicação é mais do que especificamente o ato de comunicar e também algo diferente do objetivo ou do resultado desta comunicação.

Aos aspectos múltiplos dessa análise, soma-se uma dificuldade própria da comunicação, ao mesmo tempo material e imaterial, real e irreal, que percorre aspectos biológicos e sociais, natural e cultural, temporal e atemporal.

Conceito de Comunicação

Desde o seu início, a idéia de comunicação constituía-se em um problema, mas o surgimento de novas tecnologias desenvolvidas em função da comunicação ou visando à comunicação, e o conseqüente desenvolvimento de técnicas para o uso destes meios, acrescentaram novos aspectos a esse estudo.

Como se vê, a própria definição já comporta todo um conjunto de palavras que remetem a conceitos específicos.

Em princípio, “[...] a comunicação é, ao mesmo tempo, um processo (para o qual contribuem os meios diversificados) e o resultado desse processo”. (MIÈGE, 2000, p. 25).

Para Fiske (1990, p. 1), para quem comunicação é “[...] a interação social através de mensagens” e que “qualquer uso da linguagem se caracteriza sempre como um processo de comunicação” (1990, p. 72). Esse conceito implica na noção de que comunicação exige participação, interação, recebimento e envio de informações novas.

Mas a comunicação envolve também outra característica ou diferença fundamental: enquanto outras atividades envolvem a manipulação de coisas ou objetos, a comunicação envolve a manipulação de idéias. Assim, podemos dizer que a comunicação é a ação de tornar comum uma idéia, ou ainda, uma ação que não se realiza sobre a matéria, mas sobre o outro.

Gomes (1997) entende que “o ser humano está e é em comunicação”. Isto é, existe uma relação de interdependência entre a comunicação e o ser humano no processo de definição e de construção da sua realidade social e cultural. Comunicação é um fato e uma necessidade social, algo inerente ao ser humano e que existe desde o aparecimento do homem no mundo. Essa necessidade é tão ampla que tudo aquilo a que o ser humano atribui significado passou a compor um processo de comunicação.

Foi por meio da comunicação que o homem construiu o seu próprio desenvolvimento, estabeleceu relações sociais e relações comerciais, atribuindo significados e valores a si mesmo e aos objetos ao seu redor. Também pela comunicação, o ser humano estabeleceu regras de convivência e moral, formas de ação em conjunto e até um sistema hierárquico de valores. A possibilidade de perguntar e responder é o alicerce para a aprendizagem e para a construção de novos conhecimentos.

Dessa forma, todo indivíduo inserido em um processo social “está em comunicação”, está dizendo alguma coisa sobre si mesmo e sobre a sociedade, seja por intermédio da roupa, da postura, do olhar, etc. Também nesse sentido, a comunicação de massa pode ser definida como um sistema de produção de mensagens, cujas características envolvem a sua produção em grande escala (produção massiva), por meio de técnicas (mais ou menos) estereotipadas e tecnologicamente sofisticadas que normalmente dependem de uma organização industrial, o que permite uma difusão rápida para um público numeroso, heterogêneo e disperso.

A importância da comunicação despertou a atenção de várias ciências ou campos de trabalho, que desenvolveram conceitos sobre essa ação. Talvez em função disso, em um primeiro momento, a interdisciplinaridade marcou as pesquisas sobre a comunicação, ocasionando confusões sobre o objeto desses estudos. Schramm referiu-se a essa questão afirmando que a Comunicação é uma encruzilhada pela qual muitos passam e onde poucos permanecem. Morangas Spa (1981, p. 9) entende que os estudos sobre comunicação de massa sempre foram condicionados pela realidade social e comunicativa na qual se desenvolviam .

Ainda assim, é possível citar definições como a de Breton & Proulx (1994), que destacam a existência de quatro domínios de trabalho, que podem confundir-se ou cruza-se nos estudos sobre comunicação: o primeiro é a própria prática da comunicação, atividades jornalísticas, publicitárias, relações públicas e outros gêneros; o segundo diz respeito ao estudo da comunicação como fenômeno social e humano; o terceiro, aos aspectos técnicos de comunicação, às questões tecnológicas e de planejamento físico que fazem as mídias funcionarem; e o quarto, pelos estudos da realidade física e matemática do processo da comunicação.

Tendo como base o modelo de Lasswell, que entende que propõe que “[...] uma forma adequada para se descrever um ato de comunicação é responder às perguntas seguintes: quem – diz o quê - por meio de qual canal - para quem – com que efeito”. (*apud* WOLF, 1999, p. 29); as tendências atuais da investigação da comunicação também pode ser analisada a partir de temas, ou núcleos de interesses, que trabalhem a partir dos estudos que enfocam a questão do receptor (ou da recepção), e se preocupam com os efeitos imediatos das mensagens, tendo como base as teorias conducionistas e/ou behavioristas; estudos dos conteúdos, que em geral fazem uma análise do conteúdo dos veículos de comunicação em uma perspectiva estruturalista; os trabalhos centrados na análise do emissor, que se preocupam com a organização e as intenções das forças produtivas; os trabalhos se preocupam com os meios de comunicação e valorizam as questões tecnológicas, e as análises de causa-efeitos, que trabalham a partir de uma visão mais processual da comunicação.

Igualmente não pode ser esquecida citada por Umberto Eco, que separa os estudos de comunicação em Apocalípticos, aqueles que vem na cultura das mídias (ou cultura de massa) a desintegração da cultura culta e do bom gosto, e conseqüentemente uma a barbárie cultural e a degradação social; e Integrados, os estudos que atribuem aos meios massivos as condições para a superação de diferenças e desigualdades e a soberania do popular, em uma sociedade articulada e dinâmica.

No entanto, o desenvolvimento dos estudos em comunicação mostrou que nem sempre essa separação era ideal ou mesmo suficiente.

De fato, a multiplicidade dos conceitos envolvidos aponta que as análises das diversas teorias que buscam entender a comunicação social não podem ficar ordenadas apenas em função do seu contexto social, histórico e econômico em que determinado modelo teórico sobre as comunicações de massa apareceu e difundiu-se. Além de considerar o modelo do processo comunicativo que cada teoria apresenta, ou ainda, serem ordenados os conceitos segundo os tipos de teoria social pressuposto ou explicitamente evocado (que, frequentemente trazem modelos sociológicos implícitos).

De fato, para facilitar a compreensão desses caminhos multifacetados, a maneira mais lógica de ordenar esse conjunto de idéias deve ser a partir dos paradigmas sociológicos no quais se apóiam. Isso porque é sobre os paradigmas que se formulam as teorias e a partir das bases teóricas e metodologias que se constroem escolas do pensamento. No plano filosófico, o próprio conceito de paradigma remete à idéia de ordenação, de identidade. Esse princípio ordenador pode e deve também ser visto como um ponto de partida ou um quadro de referência que conduz a uma visão lógica.

Paradigmas que fundamentam os Estudos da Comunicação

Ainda que a preocupação com a comunicação estivesse presente desde a Antigüidade, foi somente com a consolidação do regime capitalista moderno, a invenção dos sistemas técnicos básicos e as necessidades do livre comércio, que surgiu a idéia da comunicação como elemento que integra as sociedades humanas.

A invenção da prensa mecânica, no século XIX, permitiu o aumento da tiragem dos livros, que se tornaram o primeiro veículo consumido em larga escala. A invenção do telégrafo alterou o processo de circulação de informações, e a possibilidade do uso de fotografias apontou novo caminho para os jornais.

Nesse período, a invenção da prensa mecânica já havia permitido um grande aumento na tiragem dos livros, que se tornaram os primeiros produtos culturais a

serem consumidos em larga escala. Além da prensa mecânica, a invenção do telégrafo e da fotografia, transformou o jornal impresso e afetou a circulação da informação.

Nesse contexto, o surgimento das fábricas de maior porte e a ideologia do progresso trouxeram à tona a questão da “organização dos espaços” por meio da comunicação.

A idéia da sociedade industrializada como sociedade de massa começou com o aprofundamento das críticas às novas condições de vida do homem nas aglomerações urbanas. Cresceu o medo da desintegração social como decorrência do declínio da família, burocratização crescente, igualdade e insegurança.

Nas duas últimas décadas do século XIX, o crescimento das cidades e os debates sobre o controle do operariado das multidões compostas de “homens massa” introduziu a questão da “gestão das multidões”.

A partir daí, começaram a se desenvolver as ciências de mensuração humana, em princípio, com o objetivo de identificar elementos perigosos para a sociedade. É desta época o primeiro estudo sobre a “tipologia dos leitores”.

Um pouco mais à frente, o debate sobre “natureza política da opinião pública, recentemente liberada das coerções impostas à imprensa” (MATTELART & MATTELART, 1999, p. 22) fez emergir trabalhos elaborados por Scipio Sighele e Gustave LeBon “A psicologia das multidões”.

O estudo não tem rigor científico, mas foi o primeiro a refletir sobre a massa e a perda da identidade na multidão. Segundo LeBon, a massa tem uma natureza própria, é feminina, volúvel, impulsiva e potencialmente perigosa.

Nesse mundo em transformação, iniciam-se com Augusto Comte os estudos que culminaram com o surgimento da sociologia e do pensamento positivista, a partir da proposta de Augusto Comte de estudar cientificamente os fenômenos sociais, excluindo das ciências as explicações metafísicas e teológicas, valorizando a razão e o utilitarismo. Para Comte, a sociedade industrial trazia em si a possibilidade de satisfazer às necessidades humanas e era fator que gerava riqueza e prosperidade. Seus interesses voltavam-se para a manutenção da ordem e a reorganização da sociedade mediante idéias científicas.

A “Filosofia Positivista” de Comte serviu de base para o desenvolvimento dos trabalhos do francês Emile Durkheim, que, igualmente, se preocupou com a questão da ordem. Para Durkheim, a divisão social do trabalho traz consigo mais do que efeitos econômicos, pois gera efeitos morais. A partir dessa visão, o bom funcionamento social implica, antes de tudo, no cumprimento de funções socialmente desejadas por diferentes setores da sociedade. Nessa perspectiva, a comunicação passa a ser vista como um fator que poderia organizar os espaços econômicos e elemento que deveria ser usado para estruturar o trabalho coletivo nas grandes fábricas.

Essa linha de pesquisa é igualmente marcada pelo empirismo, ainda que reconhecendo que o conhecimento científico, apesar de empírico, é o produto da construção humana. Igualmente importante é o conceito, inicialmente desenvolvido por Hebert Spencer, mas também analisado por outros pensadores, de uma relação de equivalência da sociedade com o organismo humano e levou a extremos a idéia da continuidade entre a ordem biológica e a ordem social, na qual a comunicação teria o papel de distribuidor e regulador de informações.

O pensamento da sociedade como organismo, como conjunto de órgãos desincumbindo-se de funções determinadas, inspira as primeiras concepções de uma ciência da comunicação” (MATTELART & MATTELART, 1999, p.13).

Transplantada para os estudos da comunicação, o conjunto das influências de Comte, Durkheim e Spencer, torna-se a base do **Paradigma Positivista Funcionalista**. Para essa perspectiva, os meios de comunicação de massa são uma ferramenta (que pode ser bem ou mal usada) capaz de atuar de qualidade desse grande corpo social. O Paradigma Funcionalista Pragmático procura um paralelo entre corpo social e o corpo humano, procurando entender a sociedade a partir de suas trocas ou relações sociais, a partir de uma postura pragmática, que valoriza as pesquisas administrativas³ e empiristas.

A compreensão do paradigma positivista só é possível a partir da noção de que a Divisão Social do Trabalho traz consigo, antes dos efeitos econômicos, efeitos morais. Quando duas ou mais pessoas dividem uma tarefa estabelecem relações de solidariedade e de funções sociais. A questão da Função Social da Comunicação, ou o papel da comunicação no desenvolvimento social e na manutenção do corpo social servem como ponto de partida para esses estudos.

O mais significativo espaço de influência do Paradigma Positivista Funcionalista são os Estados Unidos, que serve de base para pesquisadores como Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld e Joseph Klapper, entre outros. Mas assim como em outras áreas, a influência norte americana se faz sentir em várias partes do mundo e o Paradigma Positivista Funcionalista foi reinterpretado em vários países.

Em função dos processos de urbanização, da consolidação do capitalismo industrial e da instalação da sociedade de consumo, que necessitava usar, cada vez mais e de forma mais eficiente, os meios de comunicação, empresas e governo começaram a destinar recursos para pesquisar “formas” de comunicar-se suas idéias de maneira mais eficiente. Ao mesmo tempo novas possibilidades de transporte de bens agilizaram o comércio internacional e ampliava-se a necessidade de uma maior circulação de informações, a larga oferta de produtos industrializados e a disputa dos consumidores em potencial alavancavam a publicidade.

Após a crise de 1929, os Estados Unidos incluíram a comunicação no projeto de retomada econômica, reconhecendo, implicitamente, a importância dessa nova área do conhecimento como um auxiliar importante para desenvolver planos racionais, objetivando o progresso social.

Os usos da comunicação passam a ter uma maior dimensão política. A importância dos meios de comunicação cresceu com a Primeira Guerra Mundial, quando os veículos de comunicação eram destacados pelo potencial de persuadir e valorizar os sentimentos da população na sustentação da economia e no fortalecimento dos ideais nacionais.

O uso político da comunicação logo desperta a atenção dos pesquisadores, particularmente daqueles que conviviam com o nazismo e com o uso eficiente que o governo alemão daquele período fazia da propaganda.

A partir desse ponto, um grupo de intelectuais marxistas não-ortodoxos começa a desenvolver os primeiros trabalhos organizados e sistematizados sobre os meios de comunicação no contexto de crítica ao capitalismo, analisando a comunicação a partir da ótica de um **Paradigma Crítico Radical**, dando início ao que se convencionou chamar de Escola de Frankfurt.

Historicamente, a chamada Escola de Frankfurt teve início com um grupo de investigadores que fundaram o *Institut für Sozialforschung* (Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt), afiliado à Universidade de Frankfurt, é primeira instituição alemã de pesquisa de orientação abertamente marxista.

Dessa forma, o pensamento desse grupo deve ser compreendido a partir do seu vínculo com a tradição da esquerda alemã, cujas bases estavam intimamente ligadas à dialética hegeliana – Marx entende a história como uma constante movimentação, cujo motor seria a contradição que cada sociedade (ou modelo social) carrega em si mesma. - e as reflexões sobre cultura desenvolvidas pela filosofia clássica.

Opondo-se ao que consideravam “respostas simplistas” do empirismo e das aferições matemáticas, os trabalhos desse grupo associam a crítica à ótica puramente “economicista”, a pesquisa sociológica a reflexões sobre filosofias sobre a cultura, a ética e a psicologia, e da psicanálise freudiana, na tentativa de fundir o comportamento crítico nos confrontos com a ciência e a cultura, com base na proposta política de reorganização racional da sociedade e da superação da crise da razão.

O método marxista de interpretação da história é modificado por ferramentas emprestadas à filosofia da cultura, à ética, a psico-sociologia e à ‘psicologia do profundo’. O projeto consiste em fazer a junção entre Marx e Freud. (MATTELART & MATTELART, 1999, p. 74).

Ainda assim, a questão fundamental para a compreensão desse paradigma reside no conceito de alienação, ou da perda de controle do trabalhador sobre o resultado do que ele produz. Assim como o trabalho nas fábricas é alienante, também a produção dos meios de comunicação de massa é alienadora, uma vez que o trabalhador não tem uma ligação cultural real com esse produto, que por sua vez é o resultado de uma Indústria Cultural.⁴

Entre os autores vinculados ao grupo de Frankfurt, destacam-se os nomes de Walter Benjamin, Theodor Adorno e Max Horkheimer, aos quais se pode ligar o pensamento de Jürgen Habermas, além de outros pesquisadores de diferentes origens, uma vez que a importância do Paradigma Crítico Radical ultrapassa o continente Europeu, obtendo significativa repercussão nas Américas.

No entanto, com o final da Segunda Guerra, a história e a evolução da pesquisa em comunicação passa a sofrer uma maior influência do debate sobre a questão da legitimidade das transformações resultante dos meios de comunicação de massa. Já então o aperfeiçoamento, para o uso estratégico das forças armadas das máquinas de comunicar e dos protótipos do que viram a ser os computadores, dão origem à noção de informação como ‘símbolo calculável’, ou seja, algo que se poderia “medir” por meio de expressões matemáticas.

A partir desse aspecto surgem trabalhos desenvolvidos a partir de um **Paradigma Matemático Informacional**, que valoriza as pesquisas matemáticas as experiências laboratoriais. O Paradigma Matemático Informacional refere-se muito mais a informação do que a comunicação, e está ligado a tentativas de profissionais das Ciências Exatas em tentar entender e agilizar os processos de transmissão e troca de informações, e se propõe a reduzir o processo comunicativo a expressões matemáticas simples, de fácil compreensão, mas que desconsideravam as conseqüências ou efeitos do processo.

Este paradigma não leva em conta a natureza da transmissão das mensagens nem o contexto social em que ela ocorre, sendo o papel do receptor definido como fundamentalmente passivo na construção dos significados das mensagens. Nesse

sentido, existe uma tendência a se considerar esse paradigma como a base para estudos sobre informação, e não sobre comunicação.

Outro importante ponto de partida para os estudos da comunicação é o **Paradigma Lingüístico Semiótico**, fundamentado nas teorias ligadas ao estudo da mensagem.

O ponto inicial desses estudos ocorreu entre os anos de 1907 e 1911, na Universidade de Genebra, quando Ferdinand de Saussure, um lingüista suíço propõe a criação de uma ciência geral dos signos, da qual a Lingüística seria apenas uma parte.

Saussure definindo como o objeto da Lingüística a própria língua, concentra seus trabalhos exclusivamente da linguagem verbal. Roland Barthes dá seqüência aos estudos desse autor, desenvolvendo a Semiologia, uma ciência cuja proposta de estudo dos signos é fundamentada na noção de que compreender o significado da mensagem não depende apenas das intenções de quem as transmite, mas das regras que constituem os códigos sociais.

Na mesma época em que Saussure formulava seu pensamento sobre a Lingüística, do outro lado do mundo, nos Estados Unidos da América, o cientista, lógico, filósofo e matemático Charles Sanders Peirce, dava corpo à ciência dos signos, batizada por ele de Semiótica⁵, que tem como ponto de partida a noção de que a própria vida humana é uma constante elaboração e re-elaboração de signos. A partir dessa análise, o universo simbólico cria e reinterpreta a ordem social, dá forma à ordem das coisas, permitindo aos indivíduos receber e reconhecer suas regras: o que podem, quando podem e como podem ver e conhecer a sociedade e, por extensão, a própria realidade.

A influência da Lingüística e da Semiologia é grande na França, que começou a reagir ao domínio parcial da pesquisa em comunicação americana em 1960 com a iniciativa do sociólogo Georges Friedmann na criação do Centro de Estudos das Comunicações de Massa (CECMAS).

No entanto, logo os franceses desenvolveram novos estudos mais centrados em uma visão estruturalista e em uma proposta de estudar as relações entre a

sociedade global e as comunicações de massa, analisando a interferência dos meios de comunicação nas estruturas sociais.

Na Inglaterra, nos anos 1960 e 1970, a questão do receptor como construtor do sentido da mensagem ganhou novos espaços. Ainda que o assunto já tivesse sido abordado nas décadas anteriores, ganhou força a idéia de que o desenvolvimento do capitalismo e o esquema industrial de produção de bens culturais têm um efeito pernicioso sobre as formas culturais tradicionais, seja a cultura acadêmica ou da elite, seja a cultura popular.

Tanto os trabalhos franceses quanto os ingleses dessas correntes trabalham a partir de um **Paradigma Culturológico**, que tem um referencial próximo ao da Teoria Crítica, mas cujas bases teóricas são desenvolvidas a partir de uma valorização da perspectiva histórica, por meio de conceitos de autores neo-marxistas, como Louis Althusser, Pierre Bourdieu, Mikhail Bakhtin, Jean Paul Sartre, Lucien Goldman e Antonio Gramsci, entre outros.

A partir dessa visão, a cultura é vista como um sistema de comunicação, sendo a comunicação um processo no qual a cultura encontra o terreno para o seu desenvolvimento. Enquanto fenômeno social interdependente do sistema social, a comunicação deve ser interpretada como um fenômeno complexo, só possível de ser analisado ao se distinguir uma estrutura social e uma superestrutura ideológica e política.

Os estudos desenvolvidos a partir desse paradigma buscam como conceito básico a função ideológica da mídia – a mídia como aparelho de difusão ideológica - cujo objetivo é a reprodução da ordem social dominante.

Tratam-se, portanto, de trabalhos centrados na análise da questão ideológica. Na grande estrutura social, a imprensa e as empresas de comunicação de massa de uma forma geral são meios de difusão ideológica eficientes, pois possuem rapidez, raio de ação e impactos emotivos muito mais vastos que os processos utilizados anteriormente (GRAMSCI, 1977, p 28).

Usando conceitos como o da hegemonia, os pesquisadores que trabalham a partir do Paradigma Culturológico, também se aproximaram da antropologia cultural

e da análise estrutural⁶, que são usados para entender como a cultura de massa interfere nas estruturas sociais e na vida social e doméstica de grupos e indivíduos.

Enquanto as diversas correntes de estudiosos dos meios de comunicação de massa dedicavam-se aos estudos do conteúdo das mensagens e da reação dos receptores, no continente norte americano pesquisadores começam a trabalhar um novo enfoque, voltados para a preocupação com os efeitos dos próprios meios de comunicação como tecnologia.

O trabalho desenvolvido a partir do **Paradigma Midiológico-Tecnológico**, um modelo histórico- técnico-evolucionista que entende que o desenvolvimento humano é consequência ou está diretamente ligado ao domínio das ferramentas e a seu desenvolvimento tecnológico, teve como pioneiro Harold Adams Innis, mas sem dúvida o nome de maior destaque é Marshal McLuhan. Esse autor, um canadense, historiador da economia, propõe-se entender como os meios de comunicação se articulam no processo básico de construção da sociedade, partindo do princípio que principal força da transformação cultural são as transformações ocorridas nas tecnologias e, principalmente, nas tecnologias da comunicação.

O Paradigma Midiológico-Tecnológico focaliza a influência cultural e política da mídia no nível de sua própria forma, independente dos conteúdos veiculados (BRETON & PROULX, 2002, p. 176), e enfatiza a importância dos meios de comunicação de massa na modernidade. Ainda que venha sendo amplamente questionado, as grandes mudanças nos meios de comunicação de massa resultante de transformações tecnológicas vêm despertando a atenção de vários pesquisadores. Nomes como Alvin Toffler, Alan Swingewood, Daniel Bell e Edward Shils, entre outros, têm se preocupado com o tema, embora, em alguns casos, não sejam pesquisadores específicos da área de comunicação.

Enquanto os estudos sobre comunicação se desenvolviam no hemisfério norte, na América Latina os limites da dependência cultural determinaram um lento avanço no desenvolvimento dos estudos sobre comunicação.

Esses estudos, porém, tiveram seu ritmo acelerado a partir de 1960, implantado pela UNESCO – com amplo apoio do governo Norte Americano, o Centro

Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para a América Latina – o CIESPAL, em Quito, no Equador.

Em princípio, os trabalhos desenvolvidos seguiam uma tradição funcionalista, com larga aplicação do difusionismo – uma proposta de usar a comunicação de massa para acelerar o desenvolvimento social. Logo, no entanto, essa proposta entra em conflito com a formação européia-crítica de grande parte dos pesquisadores latinos, que reconhecem o caráter dependente da teoria e da metodologia de pesquisa em comunicação e propuseram a busca de alternativas “pelos latino-americanos e para a América Latina”, priorizando dois pontos de pesquisa: o papel da comunicação na educação e o papel da comunicação na organização e mobilização popular.

A busca de alternativa envolveu várias tendências, incluindo experiências de pesquisa-participante e pesquisa-ação visando à mobilização e à conscientização da população, a questão da manipulação ideológica dos meios massivos e a busca de formas alternativas e populares para comunicação (jornais alternativos, rádios livres, vídeos populares). Inicialmente, na maioria dos trabalhos, a opção teórica era claramente delimitada, mas, no início da década de 1990 essas demarcações já não eram tão claras.

Imersos numa cultura marcada pela mestiçagem, não hesitam em praticar o sincretismo metodológico, combinando procedimentos herdados das escolas de Chicago, Paris, Moscou, Roma e Frankfurt. Ao mesmo tempo, traumatizados pela escassez de recursos econômicos e pela instabilidade política, procuram mecanismos de auto-sustentação e retroalimentação, forjando uma comunidade acadêmica que ultrapassa as fronteiras nacionais e os particularismos regionais e que assume uma identidade cultural particular. (MARQUES DE MELO, 1998, p.111).

De muitas maneiras, os pesquisadores latinos americanos desenvolveram uma polifonia metodológica - ou metodologia compreensiva⁷ - na qual não existem métodos pré-definidos, receitas a serem seguidas, mas sim a busca constante pela

clareza e confiabilidade. A investigação científica envolve um trabalho criativo, uma vez que o papel fundamental do cientista é usar a metodologia para um tipo de estruturação da realidade.

Os pesquisadores passaram, então, a trabalhar a partir de uma visão Conflitual Dialética, um modelo que tem como base o modelo teórico marxista e parte do princípio que os donos dos meios de produção também mantêm o controle (de forma direta ou indireta) dos meios de produção e difusão de informações, ou seja, o controle da mídia: mas que não teme usar a pesquisa administrativa, muitas vezes dentro do modelo norte americano, como base para análises críticas mais amplas.

Essa perspectiva, que vamos chamar de **Paradigma Compreensivo**, em muitos pontos implica na revisão dos conceitos de Max Weber, o sociólogo alemão, que, em 1914, formulou as bases para uma sociologia da comunicação, identificando a necessidade de pesquisar o conteúdo dos jornais, mas sobretudo, propondo uma interação entre os estudos dos meios de comunicação de massa e o contexto social no qual eles se inserem.

Tendo como base esse paradigma, a atividade de pesquisa em comunicação deve ser norteada pela busca da coerência, da correspondência entre as afirmações e os fatos, entre a compatibilidade entre o proposto e o conhecimento anterior. A escolha dos objetos de pesquisa implica, por si mesmo, em um julgamento de valor - uma vez que determina a escolha de um objeto significativo dentre todos os objetos possíveis - e a ação deve ser compreendida a partir do sentido pelo qual é pensado pelos sujeitos.

A influência das idéias de Max Weber, no entanto, não significou o abandono de outros postulados. De fato, nos anos 1960 e 1970 o Brasil, assim como outros países latino americanos, funcionaram como verdadeiros laboratórios de pesquisas em comunicação, misturando métodos e modelos. A marca desse conjunto é a “mestiçagem”, ou seja, do uso combinado, dos métodos de pesquisa, outras características da Pesquisa em comunicação na América Latina são o caráter plurifuncionalista, superando a dicotomia entre o pensamento básico e o pensamento aplicado, fortalecendo a idéia de que o desenvolvimento da pesquisa básica não

deve esquecer sua aplicação prática. Além disso, a aplicação prática deve ser motivada pelo compromisso ético de contribuir com as políticas de comunicação e com a qualidade de vida dos receptores. Um exemplo disso passa a ser o grande número de pesquisas de recepção que funcionam como estratégias de ação, dando origem ao que se convencionou chamar de Pesquisa-Ação.

O campo de estudo da Comunicação

Os estudos fundadores do que hoje chamamos comunicação apontaram os limites que marcam o campo de pesquisa da comunicação: o reconhecimento de que o estudo da comunicação deve desenvolver-se a partir da ação de comunicação, de que a ação profissional, o seu produto e as conseqüências dessas ações na sociedade devem ser o objeto de interesse das atividades dos pesquisadores ligados à área.

Isso envolve o estudo do comunicador/emissor – aquele que dá origem ao processo de comunicação –, abrangendo estudos que busquem entender suas intenções, sua organização ou a organização dos seus processos para construção da mensagem, sua história, suas normas éticas e jurídicas e suas técnicas de produção; o estudo da mensagem, ou seja, o produto ou concretização dos esforços do comunicador, estando compreendido aí seu conteúdo, sua forma, sua simbologia; do canal ou veículo de comunicação, ou seja, técnicas de difusão envolvidas na divulgação da mensagem; e o estudo do receptor, incluindo suas preferências e reações, suas motivações e sua capacidade de percepção.

Não se trata, no entanto, de uma questão fechada. Autores como Debray (1993) propõem a criação de uma nova disciplina científica, a “midiologia”, capaz de estudar os “meios simbólicos de transmissão e circulação” que, segundo ele, seriam um saber de natureza “independente” com um *status* similar às demais ciências sociais. Embora ainda em debate, a questão não causou mudanças paradigmáticas consideráveis.

Outra contribuição fundamental vem de José Marques de Melo (1998) que traz para o debate nacional o problema universal e as características locais dos

fundamentos desse ‘campo’ de conhecimento. Baseado em inúmeros pensadores, Melo entende a comunicação como uma das ciências da informação, caracterizando as ‘ciências da informação e da comunicação’ como um novo campo do conhecimento.

Como acontece a várias ciências do homem e da sociedade, à medida que cada uma dessas reflexões, teorizações, técnicas e/ou instrumentos foram sendo utilizados e suas múltiplas possibilidades consideradas, começaram a despontar estudiosos, pesquisadores e professores, que dispunham sobre o uso desses aparelhos e instrumentos e da própria comunicação.

Assim, cada grupo de pensadores, a partir da sua própria experiência, e, principalmente, do contexto sócio econômico em que desenvolveram os seus trabalhos, criou seus próprios estatutos e definições de comunicação e de teoria da comunicação, erguendo, junto com essa “teoria”, uma epistemologia própria que, via de regra, contrapõe-se a abordagens, regras e formas de ver o mundo dos outros grupos.

A partir dessas abordagens diferenciadas, surgiram escolas, linhas de pensamento e saberes diversos, cujo estudo torna-se ainda mais complexo, uma vez que essas escolas estão longe de abrigar conceitos e visões de mundo tão homogêneas quanto inicialmente sugerem.

Além disso, alguns pesquisadores utilizam os conceitos fundamentais das escolas ou linhas de pensamento longe da realidade em que foram desenvolvidos, criando, desta forma, uma nova interpretação destes conceitos e, eventualmente, uma “corrente alternativa” dessa escola; enquanto outros evoluem e “mudam” de uma escola ou linha de pensamento para outra.

Tal questão torna-se ainda mais relevante em países como o Brasil, onde proliferam influências externas, geralmente vindas de países mais ricos e com maior tradição na formação de conceitos científicos, tornando ainda mais complexos a problematização e o entendimento dessas questões.

Em busca de “portos seguros” em que possam ancorar as suas teorias, metodologias e enfoques múltiplos, partimos da hipótese de que os estudos

comunicacionais e informacionais consistem em um campo de conhecimento em construção.

No alicerce dessa edificação, servindo como base para todo esse conjunto de possibilidades, está o próprio conceito de ciência, que envolve a observação cuidadosa, a possibilidade de propor novas ações e adoção de um método ou métodos que permitam novas pesquisas.

Neste espaço insere-se o conceito plural de Ciências da Comunicação, que procura estudar os fenômenos da comunicação humana, associados à produção, estocagem e difusão da informação.

O objeto de estudo dessa disciplina são os processos comunicativos no interior da cultura de massa, mas a sua característica principal está na perspectiva de interpretação destes processos, tendo como base um quadro teórico dos meios de comunicação. Ou seja, uma leitura social fundamentada em uma relação de reciprocidade e complementação com os meios de comunicação de massa.

A comunicação como “objeto de conhecimento” é o resultado de “construções edificadas pelo próprio conhecimento” (FRANÇA, 2001, p. 42). O conhecimento desenvolvido pela ciência é estimulado pela realidade, analisa e contribui para a vida prática e, novamente, volta para a ciência para dar início a um novo processo de reflexão.

A ciência da comunicação, portanto, deve abranger todas as vertentes teóricas em um inventário que congregue tanto o aparato filosófico da chamada escola crítica, quanto as abordagens voltadas para a questão tecnológica, sem deixar de lado a visão positivista-funcionalista, conhecimentos somados numa lenta acumulação, por vezes, pluridisciplinar e contraditória. Para facilitar a compreensão desses caminhos multifacetados, é possível usar o conceito de Paradigma⁸, entendendo que linhas de pesquisas, escolas e tendências foram construídas a partir de diferentes pressupostos teóricos filosóficos, de diferentes modelos e conceitos chaves.

NOTAS

¹ Nesse caso, é necessário fazer um recorte histórico, pois o modelo de democracia da Grécia Antiga está distante dos padrões que atualmente consideramos democráticos. Ainda assim, trata-se de um sistema diferenciado no mundo antigo quando predominava a persuasão por meio da força.

² O verbo comunicar vem do latim *comunicare*, cujo significado seria tornar comum, partilhar, repartir, trocar opiniões, conferenciar (RABAÇA & BARBOSA, 1987).

³ Termo desenvolvido por Paul Lazarsfeld, a Pesquisa Administrativa é uma estratégia para introduzir ou localizar hipóteses que possam ser testadas empiricamente por meio de estudos comparativos ou outros métodos de pesquisa, ou ainda, uma pesquisa administrada por meio de questionários ou outros métodos de interrogação do receptor. Pode também ser definida como uma abordagem dos estudos de comunicação que se desenvolve por meio de uma relação direta com a prática e mantém relações de dependência com as empresas. (TEMER, 2004, p. 57)

⁴ A expressão “indústria cultural” foi criada por Teodor Adorno com a intenção de substituir a expressão “cultura de massa”, pois esta induz ao engodo que satisfaz aos interesses dos detentores dos veículos de comunicação de massa. A indústria cultural é a responsável pela produção cultural em série ou industrializada, ou seja, o produto cultural industrializado ou produzido em “em massa”, mediante a utilização do uso de técnicas de reprodução, por uma classe diferente daquela que vai consumir o produto.

⁵ Ainda que autores façam a distinção entre os termos semiologia e semiótica (a semiologia seria o estudo dos signos lingüísticos, enquanto a semiótica seria o estudo dos signos em geral) o uso de um ou de outro termo revela, sobretudo, as tendências ou autores de referência, ou seja, os de filiação saussureana, com tendências nitidamente lingüísticas, literárias; e os de filiação peirceana, com tendências lógico-filosóficas-matemáticas.

⁶ Um exemplo seriam estudos sobre a construção de mitos, a questão ideológica e outros estudos que trabalhem a questão das relações estruturais dos símbolos como construtores do sentido.

⁷ O termo foi utilizado pela professora Maria Imaculatta Vasalo Lopes, em *Pesquisa em Comunicação*. 3. ed. São Paulo: Loyola, 1997.

⁸ Para a filosofia grega, Paradigma é o ato e o fato de “fazer-se aparecer” ou “representar-se de maneira exemplar” (POLISTUCHUK & TRINTA, 2003 p. 55). Paradigmas são formas de organizar idéias, de estruturar maneiras de perceber o conjunto, de afirmar identidades a partir de pontos em comum e reduzir complexidades; Um paradigma, portanto, representa um ponto de partida, um direcionamento da análise e da percepção.

REFERÊNCIAS

BRETON, P.; PROULX, S. *L'explosion de la communication*. 3. ed. Montréal : Boréal, 1994.

_____. *Sociologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2002.

CITELLI, A. *Linguagem e persuasão*. 5. ed. São Paulo: Ática, 2001. (Série Princípios)

DEBRAY, R. *Midiologia geral*. Petrópolis: Vozes, 1993.

FISKE, J. *Introduction to communication studies*. 2. ed. New York: Routledge, 1990.

FRANÇA, V. V. O objeto da Comunicação e a Comunicação como objeto. In HOHLFEEDT, A; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. *Teorias da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

GOMES, P. G. *Tópicos de Teoria da Comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 1997.

GRAMSCI, A. Passato e presente. In PORTELLI, H. *Gramsci e o bloco histórico*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

LOPES, M. I. V. *Pesquisa em Comunicação*. 3. ed. São Paulo: Loyola, 1997.

MARQUES DE MELO, J. *Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-americanos*. Petrópolis: Vozes, 1998.

MATTELART, A & MATTELART, M. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.

MIÈGE, B. *O pensamento comunicacional*. Petrópolis: Vozes, 2000.

MORAGAS SPA, M. *Teorias de la Comunicación*. Barcelona: Gustavo Gilli, 1981.

POLISTCHUK, I. & TRINTA, A. R. *Teorias da Comunicação*. O pensamento e a prática da comunicação social. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

RABAÇA, C. A. & BARBOSA, G. *Dicionário de Comunicação*. São Paulo: Ática, 1987.

SCHRAMM, W. *Comunicação de massa e desenvolvimento*. O papel da informação nos países em crescimento. Rio de Janeiro: Bloch, 1970.

TEMER, A. C. R. P. & NERY, V C. *Para entender as teorias da comunicação*. Uberlândia: Aspectus, 2004.

WOLF, M. *Teorias da comunicação*. 5. ed. Lisboa: Presença, 1999.

A linguagem ficcional do cinema na internet: a interação entre o usuário e o computador na perspectiva das teorias da Estética da Recepção

The fictional language of cinema in the internet: the interaction between the user and the computer in the perspective of the Aesthetic and Reception Theories

Suely Fadul Villibor FLORY

Professora Doutora-Livre-Docente em Letras -UNESP-Assis-SP. Pró-Reitoria de pesquisa e Pós-graduação e Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Marília – UNIMAR – Marília-SP - Brasil, autora das obras: *O romance-problema e o problema do romance; O leitor e o labirinto; Estratégias de persuasão em textos jornalísticos, literários e publicitários.*

E-mail: suelyflory@unimar.br

&

Francisco MACHADO FILHO

Professor, Mestrando em Comunicação da Universidade de Marília – UNIMAR – Marília-SP – Sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Suely Fadul Villibor Flory.

E-mail: prof_kikomachado@yahoo.com.br

RESUMO

O presente trabalho tem por finalidade efetuar uma análise da interação entre o usuário e o computador dentro das linhas gerais da Estética da Recepção, no que diz respeito à visualização de produtos audiovisuais por meio da internet. O texto traça as principais abordagens desta teoria e também espera que nos estudos dos efeitos da recepção de audiovisual pela internet esta nova opção de veiculação de mensagens possa ter alguns de seus signos identificados e analisados.

PALAVRAS-CHAVE: cinema - estética da recepção - internet

ABSTRACT

The present study has the purpose of analysing the interaction between the user and the computer under the Aesthetic of Reception general lines, referring to the audiovisual products' visualization in the Internet. The text draws up the main approaches of this theory and also hopes that in the studies of the effects of audiovisual reception by the Internet, this new option of messages propagation can have some of its signs identified and analysed.

KEY WORDS: cinema - aesthetic of reception - internet

“O computador e o usuário se relacionam por meio dos signos”

(Lucia Santaella)

A internet revolucionou os meios de comunicação. Desde sua disponibilização para uso comercial em 1987 e mais tarde sua consolidação como rede mundial em 1992¹, a internet tem um caráter livre e democrático. A possibilidade de qualquer usuário disponibilizar conteúdo, seja em páginas pessoais ou em sites comerciais, apresenta um cenário otimista dentro da indústria cultural e vem de encontro à produção de notícias cada vez mais centralizada nas grandes agências internacionais².

Dentro deste contexto, os produtores e realizadores de vídeo ou filmes para TV e cinema podem contar com um espaço livre, democrático e em muitos casos gratuito, para divulgação e disponibilização de suas obras. Pode parecer simples, mas uma observação mais cuidadosa desse fenômeno, pode levantar questões teóricas e práticas importantes.

Esse é exatamente o objetivo deste artigo: levantar questões que devam ser analisadas para que uma obra de ficção disponibilizada na internet atinja seus objetivos comunicacionais, ou seja, alcance seus receptores com o menor nível de ruído possível. Para tanto, o texto aborda essa questão à luz de textos da Estética da Recepção de autores como Hans Robert Jauss, Wolfgang Iser e Umberto Eco.

De Jauss, serão utilizadas suas considerações a respeito do prazer estético e as experiências fundamentais da *Poiesis*, *Aisthesis* e *Katharsis*. Percebe-se que na internet a experiência de “co-autoria” relacionada à poiesis é concreta e literal, pois a tecnologia permite ao usuário contribuir com a construção da obra ficcional.

Já com os textos de Iser, tenta-se transportar para a relação usuário e o computador, a mesma interação entre leitor e texto no que o autor chama de “jogo

do texto” sobretudo nos pontos de indeterminação ou vazios do texto, que no caso da internet, podem ser relacionados ao link³.

Por fim, de Eco, será aplicado o conceito de leitor-modelo que, transportado para a internet, traça o perfil de um usuário-modelo, “uma espécie de tipo ideal que o texto não só prevê como colaborador, mas ainda procura criar”. (ECO, 2001, p. 15).

Será ainda preciso estabelecer a interação entre o indivíduo e a máquina. Uma relação semântica, baseada em uma relação metafórica entre o usuário e o computador, regida pela interface digital.

Assim, o presente texto limita-se neste primeiro momento a abordar estes pontos levantados, deixando para outro momento as questões que dizem respeito ao modo de produção e às possibilidades de análise e uso da linguagem cinematográfica em obras ficcionais na internet. Portanto, o que se pretende neste artigo é analisar a relação entre o usuário e o computador no instante em que este liga a máquina, o que acreditamos ser o primeiro passo no entendimento das possibilidades semânticas e técnicas do cinema na internet.

Possibilidades e características

É importante separar duas possibilidades de uso da internet pela indústria cinematográfica. A primeira é como um canal de distribuição, o que, aliás, já vem sendo feito pelos grandes estúdios e *sites* comerciais. Neste caso as questões levantadas neste artigo perdem sua relevância, pois tanto o modo de produção bem como a relação do usuário e o computador não sofrem interferência e a internet passa a ser apenas uma ferramenta a mais no esquema de distribuição dos estúdios, emissoras de tv ou locadores de vídeo e DVD para com o público consumidor. A convergência entre televisor e computador (CEBRIÁN, 1999, p. 43) é algo que em poucos anos será uma realidade nos lares assim como o microcomputador está se tornando um objeto comum nas casas de grande parte da população. Com o advento da televisão digital será possível conectar um site de distribuição de filmes e realizar o download⁴ do filme para posteriormente assisti-lo no momento em que

se desejar. Assim, os estudos já realizados sobre a transposição da linguagem fílmica para a linguagem televisiva apresentam resultados satisfatórios nessa questão.

A segunda possibilidade, e que é alvo de análise deste artigo, é o uso da internet como veículo de comunicação, ou seja, não apenas como meio de distribuição direta ao consumidor, mas como meio, onde há troca de mensagens entre seus usuários.

Como todo meio de comunicação a internet possui características próprias. Durante a evolução da informática a atuação do computador pessoal como ferramenta na produção de informação se mostrou bastante eficaz. Seja no meio impresso ou mesmo nas artes gráficas e audiovisuais, o computador auxiliou o indivíduo em inúmeras tarefas.

Entretanto, com o surgimento da internet, o computador pessoal passou a ser também um veículo de comunicação com uma característica peculiar. Johnson (2001) caracteriza o veículo como muitos-muitos, onde todos podem ser ao mesmo tempo emissores e receptores e há uma grande diversidade de mensagens⁵.

Entretanto, a definição da internet como veículo de comunicação esbarra em uma questão. A internet é um veículo de comunicação de massa?

Caso seja utilizada a definição de comunicação de massa apontada por Ana Maria Fadul⁶, não se pode listar a internet como sendo um veículo de comunicação de massa. Diz a autora:

A comunicação de massa é uma característica fundamental da sociedade de massa, à qual está ligada de forma indissolúvel. Assim, quem fala em sociedade de massa, fala em comunicação de massa. Portanto, se foi no século XIX que se iniciou uma das primeiras indústrias culturais – a do jornal diário –, vai ser no século XX que se terá o coroamento desse processo, com o desenvolvimento da TV no pós-Guerra. A partir daí, a aceleração do desenvolvimento tecnológico deu origem às novas tecnologias que, a cada dia que passa, introduzem novas formas de

comunicação, tais como: a TV a cabo, via satélite, o videocassete, a TV de alta definição, o compact-disc etc. (FADUL, [s.d])

A internet ainda não é consumida pela grande maioria dos indivíduos, mesmo nos países industrializados. Resta identificar sua participação dentro da indústria cultural. Este termo fora inicialmente apontado por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, em 1947, na obra *Dialética do Iluminismo*, e o cinema está inserido nesta indústria. Porém, este termo fora enunciado dentro de uma perspectiva política.

Antes de irmos além, é preciso pensar na própria expressão Indústria Cultural. Esta é uma expressão problemática. Ela teve seu nascimento marcado por um projeto “político” que visava denunciar – no próprio nome - as práticas totalitárias e massificadoras a que os meios de comunicação de massa submetiam as “massas”. (ROCHA, 1995, p. 43)

Para Adorno, Indústria Cultural é a exploração, com fins comerciais e econômicos, de bens considerados culturais. Neste aspecto, as obras ficcionais produzidas especificamente para internet podem ir de encontro a esta afirmação, pois em muitos casos, os realizadores dessas obras não estão sujeitos ao chamado mecanismo de produção⁷.

A tecnologia de áudio e vídeo atual permite que cada vez mais entusiastas realizem produtos audiovisuais a preços acessíveis, e a internet vem sendo utilizada como forma de distribuição dessas obras. E mais, isto não se aplica somente às produções audiovisuais; escritores, jornalistas, fotógrafos e muitos outros profissionais, utilizam a rede com esse objetivo, e muitos deles sem fins lucrativos.

Cabe então, traçar um outro conceito de indústria cultural, no qual, a internet poderia estar relacionada.

Indústria Cultural, no seu sentido amplo, designa as produções simbólicas que circulam na Sociedade Industrial e são veiculadas pelos Meios de Comunicação de massa [...]. Uma sociedade planetária que compartilha mensagens provindas dos Meios de Comunicação, e que é alcançada pela chamada “mídia publicitária”. (ROCHA, 1995. p. 37).

Dentro deste contexto os produtos disponibilizados pela rede podem ser listados como produtos da Indústria Cultural. Entretanto, Rocha (1995. p. 42) afirma que: “Na maioria dos sistemas mundiais de Comunicação de Massa, a condição necessária para existência da mídia está vinculada aos anúncios publicitários”. E que “a publicidade é um elemento absolutamente indispensável na sustentação de todo o edifício simbólico da Comunicação de Massa”. (p. 38). Isto pode não se aplicar à internet, visto que, qualquer usuário pode ter uma página pessoal sem um único anúncio publicitário, pagando apenas uma taxa mensal de assinatura de seu próprio bolso (evidente não estão computados os custos referentes à produção da obra audiovisual, que aliás, com a tecnologia disponível hoje, também pode ser realizado com baixíssimos custos). Assim, esses conceitos abordados por Rocha não poderiam ser aplicados aqui. Mesmo que os grandes portais de acesso e conteúdo interrompam seus trabalhos, a internet continuaria existindo e suas possibilidades de uso também.

Portanto podemos ver que esse ponto promove um debate importante, pois a internet traz novas possibilidades ao campo da comunicação social e às possibilidades de distribuição de produtos audiovisuais.

O indivíduo e a tecnologia

Ao ligarmos o computador em nossas casas, inicia-se uma relação homem x máquina, repleta de códigos e significados importantes. A primeira relação se estabelece pela interface do computador. De acordo com Johnson (2001), as interfaces são softwares que dão forma à interação entre usuário e computador. Ela

atua como um tradutor entre as duas partes: homem e máquina, traduzindo para o computador as ordens que o usuário quer que ele cumpra.

Ao ligar o computador surge uma tela com várias figuras que, na verdade, representam comandos para que o computador faça uma ação qualquer. Quando o usuário clica duas vezes na lixeira, por exemplo, o que se espera é que se abra uma janela onde possa limpá-la ou realizar qualquer outra ação possível. Na verdade o que ocorre é que aquele símbolo que dá idéia de uma lixeira, na verdade é uma metáfora.

Um computador, por outro lado, é um sistema simbólico sob todos os aspectos. Aqueles pulsos de eletricidades são símbolos que representam zeros e uns, que por sua vez representam palavras ou imagens, planilhas e mensagens de e-mail. O enorme poder do computador digital contemporâneo depende dessa capacidade de auto-representação. A maioria das vezes, essa representação assume a forma de uma metáfora. (JOHNSON, 2001. p. 18)

E não é só isso. Johnson (2001) também afirma que na medida que a infosphera for crescendo, as metáforas utilizadas para descrevê-la também crescerão, tanto em escala quanto em complexidade. Portanto, no momento em que o indivíduo se senta em frente a um computador, já se prepara para uma comunicação subjetiva. Pode-se alterar o *desktop* e criar ícones personalizados (JOHNSON, 2001, p. 41). Ao se observar com devida atenção para a tela inicial de computadores de vários usuários, percebe-se uma infinidade de alterações e gostos pessoais materializados na tela do computador.

Essa primeira relação de expectativa, repleta de significados, pode ser comparada ao momento em que compramos o ingresso para entrar em uma sessão de cinema. Se no cinema devemos levar em conta o tamanho da tela, o escuro da sala de cinema, a interação com as outras pessoas que assistem ao filme como elementos que regem a experiência de se assistir um filme antes mesmo que se inicie a projeção na tela, essa relação regida pelas interfaces deve ser ponto de relevância e certamente está ligado à experiência de se assistir produtos audiovisuais na internet.

Entretanto essa abordagem enfrenta um problema comum na transição de um meio ao outro. Neste caso, vive-se um momento de transição do analógico para o digital.

Esta é uma velha história, à sua maneira. Em pontos de transição capitais, onde uma plataforma ou gênero dá lugar a outro, a forma mais antiga invariavelmente se esforça para se aproximar dos ritmos e maneirismos da forma emergente [...] O princípio em ação aqui é este: em pontos de transição, algumas mensagens podem evoluir mais depressa que seu meio. (JOHNSON, 2001, p. 31)

Assim, percebe-se que a sociedade atravessa exatamente um momento como este descrito acima. A televisão aberta está cada vez mais interativa e a internet está cada vez mais repleta de televisões on-line. Porém, cada meio tenta *copiar* um ao outro, sem utilizar as características e possibilidades próprias de cada meio.

Sob a ótica da estética da recepção

As teorias da Estética da Recepção surgiram pela primeira vez em no início dos anos 70 como tentativa de se estudar as obras literárias do ponto de vista do efeito que a obra proporcionava no leitor. A Estética da Recepção busca examinar o papel do leitor na literatura.

Em 1976 Wolfgang Iser, lança sua teoria do *Leitor Implícito* voltada “para o efeito do texto sobre o leitor particular”. (JOUVE, 2002, p. 14). Atualmente as teorias de Iser e Jauss, podem ser utilizadas não só na literatura, mas também em outras formas de comunicação como o cinema, a televisão, teatro, e neste caso, produtos audiovisuais na internet.

Assim, como a teoria do leitor implícito, Umberto Eco denomina o leitor como o *Leitor-Modelo*. Para Eco (1994), o leitor-modelo é aquele capaz de seguir todas as orientações do autor sem envolvimento pessoal. “Esse tipo de espectador

(ou leitor, no caso de um livro) é o que chamo de leitor-modelo – uma espécie de tipo ideal que o texto não só prevê como colaborador, mas ainda procura criar” (ECO, 1994, p. 15). Na internet pode-se também prever o usuário-modelo, aquele capaz de concretizar a obra, antes mesmo que ela se inicie na tela do computador. Em uma simples comparação, o audiovisual na internet seria o mesmo caso se o espectador fosse ao cinema e ele, mesmo tivesse de subir na cabine de projeção e controlar a máquina que exhibe o filme. Ligá-la, colocar o filme nas bobinas, controlar o foco de luz e assim iniciar a projeção.

Na internet não é diferente. Para que um usuário seja capaz de concretizar a obra no computador é necessário ter conhecimento do funcionamento de programas e softwares para se assistir ao produto. O autor da obra audiovisual tem em mente esse usuário, podendo até mesmo ajudá-lo toda vez que o usuário recorre ao tópico *ajuda ou help* nas barras de ferramentas dos programas. Seria o mesmo recurso utilizado pelo autor de uma obra literária, porém na internet, essa experiência torna-se literal. A questão importante aqui é procurar saber se essa experiência pode ser comparada à literatura.

Jauss define o prazer estético em três importantes figuras. *A Poësis, Aisthesis e Katharsis*.

Por *poësis* entende-se “o prazer ante a obra que nós mesmos realizamos” (LIMA, 2002, p. 100), é o prazer de se sentir co-autor da obra. A internet talvez seja o veículo que mais permite essa experiência de forma real. Não se pode negar o prazer ao conseguir encontrar um documento para pesquisa ou quando é possível seguir todas as orientações para fazer pagamentos, consultar nosso e-mail, visualizar fotos, vídeos e etc, e também não é raro poder ver a aversão daqueles que não conseguem e se sentem *analfabetos* em questões de informática.

Uma das possibilidades do cinema na internet é contar com o usuário na construção final da obra. É perfeitamente possível, para um autor, disponibilizar várias cenas prontas em um determinado site para que o usuário faça a montagem das cenas⁸. O usuário passaria a ser parte integrante na finalização da obra. Ele realmente seria um co-autor do produto audiovisual.

A *aisthesis*, que designa o prazer frente à obra, reconhecimento diante do imitado, e entende-se por *katharses* a experiência capaz de transformar o indivíduo, tanto em suas convicções como em sua psique (LIMA, 2002, p.101), são experiências mais ligadas à obra e suas linguagens, tema que extrapola a intenção deste artigo.

Nesta relação de controle e colaboração do autor e seu usuário-modelo na internet pode-se estabelecer a figura do narratário. Em um texto literário, a figura do narratário se expressa no momento em que o narrador se refere ao narratário.

Em primeiro lugar, é preciso mencionar todas as passagens de uma narrativa nas quais um narrador se refere diretamente ao narratário. Serão levantados os enunciados onde aquele designa este por palavras como “leitor” ou “ouvinte” e por locuções tais como “meu querido” ou meu “amigo”. (JOUVE, 2002, p. 54)

Sem precisar contar com um texto literário dentro de uma página na internet, estabelecer-se a figura do narratário nos comando e ordens que o autor espera que o usuário cumpra. Por toda internet o narratário se apresenta pela forma simples do *clique aqui* ou então pelo *leia mais*. O hiperlink passa então a se relacionar a duas importantes questões. A primeira seria apresentar a figura do narratário e a outra corresponde aos *vazios do texto*.

Outras contribuições da teoria da Estética da Recepção são os *pontos de indeterminação* de Ingarden e os *vazios do texto* de Iser. Uma das grandes possibilidades da internet é o *link*, um mecanismo que permite ao usuário saltar, pular, ser levado ou qualquer outro termo semelhante, a uma outra página, um outro site ou outro texto. Assim como na literatura, a internet também pode programar o usuário para percorrer estes caminhos.

O texto pode também programar a leitura delimitando os espaços de indeterminação, isto é, decidindo quais os elementos deixar para a

criatividade do leitor. Iser fala, a esse respeito, de “vazio” e de “negação. A ausência deliberada de uma anotação (um “vazio”, na terminologia de Iser) é de fato um meio eficiente de programar a cooperação do leitor. (JOUVE, 2002, p. 71-72)

Os links cumprem exatamente esse papel no momento em que o autor deixa para o usuário a possibilidade de buscar uma nova informação ou complementar a que já está tendo no momento em que ele clica no hiperlink, que pode ser um texto, uma foto ou mesmo um vídeo.

Esta possibilidade, de saltar de um site a outro, já foi comparada por muitos com o termo utilizado na televisão de *zapping*, onde o telespectador, munido de seu controle remoto, fica pulando de canal em canal até que encontre um que o satisfaça. Porém, como lembra Johnson (2001), na televisão o espectador pula de canal em canal porque está entediado, na internet ele aciona um link porque está interessado e essa é uma importante diferença que talvez corrobore a idéia do link como o *vazio* delineado por Iser.

Gosciola (2003, p. 112), aborda algumas questões referentes ao uso dos links na internet aplicando conceitos da hipermídia no que se refere à roteirização das obras. Ele afirma:

E, para a roteirização em hipermídia, fica a orientação de que as telas, ou lexias, ou trechos de cada meio de comunicação que integram a obra hipemidiática – cenas e planos em vídeo e animações, compassos e notas em musica, parágrafos e frases em texto, forma cores, e texturas em gráficos, ruídos barulhos e silêncios em sonorizações -, devem ser consideradas organismos ou embriões que foram criados separadamente, mas que, ao serem acessados pelo usuário através dos links que escolher, gerarão um fenômeno de outra ordem, uma experiência nova a cada navegação, uma nova percepção dos conteúdos observados e, conseqüentemente, diferentes respostas a cada acesso.

Gosciola sugere então, que a cada acesso o espectador terá um novo olhar sobre a obra ficcional. Assim como ocorre na releitura de textos literários proporcionados pelos *vazios* que a cada releitura podem ser completados de forma diferente pelo leitor.

Entretanto, há quem pense de forma diferente. Johnson (2001) chega a afirmar que o hiperlink seria uma forma de o usuário fugir do controle programado pelo autor.

A ficção no hipertexto vai além de tudo isso, argumentavam seus defensores. Ela iria literalizar a metáfora da “revolta do leitor”. O hipertexto seria uma forma mais igualitária, em que o leitor criaria a narrativa clicando em links e acompanhando diferentes tramas, como nos velhos livros para criança do tipo “escolha sua própria aventura”. (JOHNSON, 2001, p. 93).

Pode-se imaginar uma vasta possibilidade de utilização da obra ficcional na internet no que diz respeito à visualização destas obras e à interatividade ou usabilidade⁹ entre os internautas. Sejam elas: finais diferentes, montagens alternativas ou montagem feita pelo próprio usuário etc, são inúmeras as possibilidades.

Considerações finais

As questões aqui levantadas apresentam apenas uma pequena parcela do que envolve a discussão da internet como veículo de comunicação e a utilização deste veículo na difusão de produtos audiovisuais na internet.

Para se alterar qualquer modelo de produção ou uso de uma linguagem específica, é necessário compreender-se o meio em que esses modelos e linguagem serão veiculados e principalmente a relação deste veículo com o receptor das mensagens. Não por acaso, as linhas teóricas da Estética da Recepção podem fornecer uma grande contribuição neste entendimento.

A internet é um meio em desenvolvimento, muitas de suas possibilidades ainda não estão em prática, mas é certo que em breve estarão e outras, que ainda nem estão sendo discutidas, por certo aparecerão.

Portanto, são de extrema importância estudos que contemplem este e outros assuntos relacionados à internet. Como a transposição do rádio para o cinema, do cinema para a televisão, estamos vivendo um momento ímpar na história dos veículos de comunicação. Ao invés de uma transposição, vive-se uma convergência. Ou seja, um novo veículo, está se tornando comum na casa dos indivíduos, e irá somar as características dos outros sistemas conhecidos: a literatura (impresso), o rádio, a televisão e o cinema e se tornar algo novo com características próprias e peculiares.

Assim, fomentar essas questões é de extrema importância para que profissionais e estudantes possam adaptar seus produtos audiovisuais a um novo sistema de produção e formato, e ainda, entender, pelo menos no que diz respeito à linguagem ficcional na internet, a interação entre o homem e a máquina.

Fica claro então, que os efeitos a que está sujeito um internauta na recepção de produtos audiovisuais na internet, iniciam-se em um primeiro momento na relação do indivíduo com a máquina. Mas não pára por aí. Devem-se somar a isso, os efeitos próprios da obra que o usuário irá visualizar. A carga de sentido de uma obra ficcional na internet possui então duas vertentes: os símbolos e códigos próprios da obra e signos referentes ao próprio meio, assim como os outros veículos de comunicação: a televisão, o cinema e etc.

NOTAS

¹ A internet foi criada pelos militares americanos em 1969 com o nome de ARPANET. Com o final da guerra fria os militares americanos permitiram seu uso comercial em 1987. Em 1992 o suíço Tim Berner-Lee cria o gerenciamento de informações, o www (World Wide Web) o que possibilitou a criação dos primeiros navegadores. No Brasil a Fapesp faz a primeira conexão com a internet em 1991, mas somente em 1995 a Embratel começa a prover acesso a internet.

² As primeiras notícias disponibilizadas na internet sobre as ondas gigantes na Ásia, ocorridas em 26 de dezembro de 2004, foram realizadas por sites pessoais.

³ De acordo com Gosciola (2003), o link é um mecanismo de que promove a inter-relação entre conteúdos e entre usuários e conteúdos.

⁴ Nome que se dá a importação de arquivos disponíveis na rede para o computador pessoal do usuário.

⁵ Outros modelos são: um-um, uma comunicação ponto a ponto como telefones e cartas e um-muitos, características dos veículos de comunicação de massa como a televisão.

⁶ Ana Maria Fadul é Livre-Docente Em Comunicação – Eca/Usp.

⁷ Podemos entender “mecanismos de produção” as etapas que uma obra ficcional atravessa dentro do esquema normal de produção de um estúdio ou emissora de televisão. Desde a compra dos direitos, passando por toda etapa de produção, até a comercialização da obra ficcional.

⁸ Uma importante montadora de carros fez essa experiência em seu site, onde os usuários poderiam montar o comercial de um de seus modelos automotivos como bem quisessem a partir de várias cenas disponíveis. O site não está mais disponível para visualização.

⁹ Usabilidade é termo que se usa para identificar a facilidade de navegação entre os links de um site e o acesso a informação.

REFERÊNCIAS

CEBRIÁN, J. L. *A rede*. Tradução: Lauro Machado Coelho. São Paulo: Summus, 1999.

ECO, U. *Leitura do texto literário*. Lisboa: Presença, 1979.

GOSCIOLA, V. *Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa*. S.Paulo: Senac, 2003.

JOHNSON, S. *A cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira*

de criar e comunicar. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

CEBRIÁN, J. L. *A rede*. Tradução: Lauro Machado Coelho. São Paulo: Summus, 1999.

ECO, U. *Leitura do texto literário*. Lisboa: Presença, 1979.

GOSCIOLA, V. *Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa*. S.Paulo: Senac, 2003.

JOHNSON, S. *A cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

JOUVE, V. *A literatura*. Tradução: Brigitte Hervot. São Paulo: Unesp, 2002.

LIMA, C. L. (org.). *A literatura e o leitor*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

LOPES, M. I. V. *Pesquisa em comunicação: formulação de um modelo metodológico*. 2 ed. São Paulo: Loyola, 1994.

LUMET, S. *Fazendo filmes*. Tradução: Luiz Orlando Lemos. Rio de Janeiro: Artemídia, 1998.

METZ, C. *Significação no cinema*. São Paulo: Perspectiva, 1972.

MOSCARIELLO, Â. *Como ver um filme*. Lisboa: Presença, 1985.

ROCHA, E. *A sociedade do sonho: comunicação cultura e consumo*. 2 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

STRAUBHAAR, J.; LAROSE, R. *Comunicação, mídia e tecnologia*. Tradução: José Antonio Lacerda Duarte. São Paulo: Thonson, 2004.

TODOROV, T. *As estruturas narrativas*. Tradução: Leyla Perrone-Moisés. São Paulo: Perspectiva, 2001.

A semiótica em Cesário Verde:
De tarde, um poema, uma aquarela

The Semiotics in Cesário Verde
De Tarde, a poem, an aquarelle

Nícia Ribas D'ÁVILA

Professora e Pós-Doutora dos programas de Pós-graduação em Comunicação Midiática, da disciplina “Semiótica do texto verbal, do som e da imagem”, na UNESP – Bauru-SP; e em Comunicação, da disciplina: “Semiótica do texto verbal e da imagem” (nos discursos publicitários ou sincréticos), na UNIMAR – Marília-SP – Brasil.

E-mail: niciadavila@uol.com.br

&

Sânderson Reginaldo de MELLO

Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação Midiática da UNESP-Bauru-SP – Brasil.

E-mail: sr.mello@uol.com.br

RESUMO

No poema 'De Tarde', demonstraremos como as modalidades aléticas configuram-se, complementando o percurso do narrador, cuja manifestação actancial permitiu identificá-lo como um sujeito do /Fazer/ poético que, na essência do seu lirismo - a exemplo do artista plástico - dá forma e cor às palavras aproximando-as da arte visual. Sua pena é a metáfora do seu pincel. Pelas palavras, o poema conduz o destinatário à sensação estética da coloração. Pela adoção de valores comparativos, apreendemos do texto poético, da organização do verso e do poder da palavra, sua sincronia com a arte pictórica do impressionismo. Desencadeadora das performances que definem o /Fazer-Ser/ do poema que a análise possibilitou-nos visualizar no desfilar dos programas narrativos, a competência poética permitiu ainda implicar, nas três etapas do percurso do sentido, o caráter ficcional investigado no plano das pluriisotopias. Na Semântica discursiva, apresentaremos as figuras do conteúdo que revelam a isotopia temática ideológica, entre outras constantes da análise, nos Realismo e idealismo revolucionários confrontados no percurso figurativo do sarcasmo, onde a dicotomia poema/pintura se solidifica provendo, pela sinestesia, a fusão da instância enunciativa à enunciativa.

PALAVRAS-CHAVE: semiótica – poema – impressionismo – isotopia – estilo

ABSTRACT

The aim of this work is to demonstrate how, in the poem *De Tarde*, the alectic modes get formed, fulfilling the way of the narrator, which actancial answer allowed us to identify him as the subject of the poetic /make, do/ that, in the essence of his lyricism - following the painter mode - gives shape and color to the words, getting them close to the visual art. His pencil is the metaphor of his brush. By the words, the poem leads the addressee to the coloration aesthetic. By the adoption of the comparative values, we are able to apprehend from the poetic text, from the organization of the line and the power of the word, its synchrony with the pictorial art of the impressionism. The analyses also allowed us to sight the fictional character researched in the pluri-isotopies level. In the discoursing semantics we will spot on the dichotomy between poem and painting.

KEY WORDS: semiotics – poem – impressionism – isotopy – method

Introdução

A publicação póstuma do volume de poesias *O livro de Cesário Verde* (1887) não refletia, em princípio, ao nome do poeta um lugar entre os imortais. “Cesário, sendo grande, não escapou à pátria amnésia”, confirma João Pinto de Figueiredo (1986, p. 11), na publicação de *A vida de Cesário Verde*. O devido reconhecimento foi adquirido aos poucos, primeiro, pelos intelectuais de sua gente e, em seguida, pelos amantes e estudiosos da literatura lusófona. Todavia, dezesseis anos após a comemoração do primeiro centenário de sua morte, não é difícil encontrar entre os nossos pares mais letrados quem jamais ouvira falar de seu nome, ou sequer lera um dos poemas de sua lírica.

Por conseguinte, hoje, o lisboeta tem a oportunidade de caminhar pelas ruas de sua cidade e deparar-se com alguns de seus versos mais ilustres, reproduzidos em murais pela região, tais como:

“Nas nossas ruas, ao anoitecer,
Há tal soturnidade, há tal melancolia,
Que as sombras, o bulício, o Tejo, a maresia
Despertam-me um desejo absurdo de sofrer.

O céu parece baixo e de neblina,
O gás estravassado enjoa-me, perturba;
E os edifícios, com as chaminés, e a turba
Toldam-se duma cor monótona e londrina”.¹

Nesse pequeno excerto, vimos o intenso grau de sensibilidade do nosso poeta e o valor inestimável de sua produção, que recebeu designações de poesia deambulatória, pois o ritmo do caminhar parece estar em sintonia com a cadência dos seus versos. É a realidade que prende sua atenção, qual dândi em meio à turbulenta urbe; mas o campo também se encena como um motivo poético *sui generis*. Contudo, tanto a visibilidade da cidade, quanto a visibilidade do campo, Cesário representa-as a partir de suas impressões sensoriais, cuja visão recebe importância primordial. Observa-se a valorização do real, do tempo presente, em detrimento dos interesses do Romantismo ao passado que se aprisiona na memória.

Cesário canta o meio em que vive e o real se apresenta muitas vezes com diferentes focalizações, ou seja, visto por meio de vários ângulos. O signo verbal possui aspecto de exatidão extrema. Uma palavra, um verso, uma estrofe se sobrepõe à outra. E o poema produz o efeito de uma narrativa, em cuja leitura se fizessem submergir inúmeras experiências, como se o poeta dialogasse com seu alter-ego, a exemplo dos heterônimos pessoanos, ou se se descobrisse em cada poema, um quadro.

Cesário rompe com os valores e ideais românticos na medida em que representa, em sua lírica, uma linguagem de tom coloquial. Por outro lado, também é possível entender a partir de seus versos que o poeta testemunha um momento histórico quando o progresso da cidade se contrapõe à idéia de decadência do humano. Assim, Cesário abandona os convencionalismos social e poético, contrapondo-se também à produção poética de um Antero de Quental e sua poesia metafísica. Em Cesário, sua lírica é documentação, é o olhar de alguém que não pretende manter-se em estado de inércia quanto à presente realidade.

Por conseguinte, sua poética não designa uma característica de poesia engajada, mas a constante crítica aos costumes burgueses e à exploração em que os menos favorecidos são vítimas, podendo sugerir um determinado posicionamento ideológico. É verossímil, pois nesse período de *sincretismo estético*, ver escritores por toda Europa que são levados a deitar seus olhares na realidade hodierna. Nesse sentido, o individualismo e o subjetivismo românticos cedem lugar ao pensamento coletivo e ao tema das desigualdades sociais, contrapondo-se também ao exacerbado

nacionalismo e sentimentalismo romântico. A arte realista foi o espelho que mais nítido revelou a verdadeira face do homem e os problemas que excederam do necessário e implacável anseio pela modernidade. Isto é, pela primeira vez, o homem pôde ver-se frente a frente consigo mesmo.

Portanto, é na cidade que o homem trava esse encontro. O homem citadino passa a consumir os produtos da mídia, como os jornais e as revistas, editados, publicados e vendidos em tiragens cada vez maiores. Enfim, o cotidiano passa a ser matéria literária.

Porém, o cotidiano da cidade e do campo se mesclam na lírica cesária. Certamente, há predominância de poemas que retratam a cidade em que o poeta viveu. Bem como representações sobre sua vivência no campo. A cidade demonstra o grotesco, o decadente, o vil, a morte. O campo, por sua vez, é alegria, é vida, é sonho, é ideal. São oposições recalcitrantes, como se o poeta insistisse em delinear uma dupla identidade, oscilante entre dois *modus vivendi*.

A respeito dessa ambigüidade campo-cidade, afirma Paschalin (1982, p. 99):

É o sonho que dá forças para viver a crua realidade, e não o sonho como instrumento de fuga. As cores do campo podem ser diferentes, o ritmo da vida é mais lento. Mas o campo, real, está incluído no mesmo sistema social que produz cidade sem cores. Uma cidade onde a iluminação a gás se sobrepõe à luz das estrelas; onde a liberdade de movimentos foi contida pela geometrização do espaço; onde não se ouvem mais as notas pastoris longínquas, abafadas pela nova harmonia de sons do ferro e da pedra. Mesmo diferentes, cidade e campo estão intimamente ligados, compõem a mesma sociedade. Tanto assim, que a obra cesária mostra que o trabalhador da cidade é o mesmo que trabalha no campo, migrante à procura de emprego nos centros urbanos.

Cesário Verde demonstra um profundo interesse pela ação e pelo trabalho. Entretanto, o ângulo do real nos chega a partir dos elementos sensoriais com os

quais o efeito de sentido reproduz essa realidade que a nós, leitores, aporta. A tessitura desses elementos presentes em toda sua lírica pode ser compreendida a partir do seguinte excerto do poema *Cristalizações* (1878):

“Negrejam os quintais, enxuga a alvenaria;
Em arco, sem as nuvens flutuantes,
O céu renova a tinta corredia;
E os charcos brilham tanto, que eu diria
Ter ante mim lagoas de brilhantes!

E engellem, muito embora, os fracos, os tolhidos,
Eu tudo encontro alegremente exato.
Lavo, refresco, limpo os meus sentidos.
E tangem-me, excitados, sacudidos,
O tato, a vista, o ouvido, o gosto, o olfato”!

Por ser produzida e publicada entre os anos de 1875 a 1887, a obra poética de Cesário Verde foi enquadrada pela crítica, ao movimento realista; porém, muitos estudiosos acreditam que nela se entrecruzam várias correntes estéticas, desde o Romantismo, o Parnasianismo, o Naturalismo, o Impressionismo e o Expressionismo, até mesmo uma certa antecipação do Simbolismo decadentista e do Surrealismo. Essa é a razão pela qual a poesia do poeta de *O Sentimento dum Ocidental* não pode ser fixada no viés de uma única escola literária, mesmo porque Cesário produz um trabalho poético *avant gard*.

Massaud Moisés (1986) divide sua produção em quatro ciclos. No primeiro, encontram-se poemas marcados pela presença de teor irônico e do deboche aos temas predominantes do Romantismo, como o poema *Lágrimas* (1874). Já o segundo ciclo da poesia cesarina apresenta uma mudança de linguagem com a adaptação de alguns coloquialismos; mas, ainda mantendo o mesmo desenvolvimento

de certo caráter irônico e de deboche nos seus versos. A linguagem torna-se mais espontânea, aproximando-se do prosaico, e a temática do cotidiano passa a ter lugar de preferência. O poema *Contrariedades* (1876) pode ser um exemplo desse ciclo.

No terceiro ciclo nota-se a presença questionadora dos valores sociais, utilitaristas, da classe burguesa. Cesário critica a nostalgia da burguesia que sofre em relação à glória do mundo aristocrático do passado. A poesia desse ciclo revela o dualismo entre a beleza 'ideal' reverenciada pela antiga aristocracia e a decadência social, fruto do acelerado desenvolvimento industrial. Diante dessa idéia, explica-se a intenção do poeta em chocar o gosto burguês ao relatar a pobreza, a miséria que cerca as vidas das pessoas dos setores menos favorecidos da cidade. Nesse ciclo, pode-se tomar como exemplo os poemas: *Num Bairro Moderno* (1878), *Cristalizações* (1879) e *O Sentimento dum Ocidental* (1880).

O quarto e último ciclo é marcado pelo retorno do poeta aos motivos que focalizam a realidade do meio rural, realizando o contraste campo-cidade. Cesário irá ver no campo a claridade e o colorido que faltam na cidade, essa última contendo cores sombrias e funestas. *Nós* (1884), *De Verão* (1887), *Provincianas* (1887) e *De Tarde* (1887) podem ser exemplos desse ciclo.

Como um poeta do momento presente, deve-se observar de que forma ele retratou esse momento. Sua "poesia do cotidiano" está repleta de sensibilidade artística que muito se aproxima à visibilidade das artes visuais, principalmente, a pintura. Diante de sua lírica, observa-se que o poeta, a exemplo do artista plástico, soube harmonizar formas e cores através de sua pena que, deveras, seria a própria metáfora de um pincel. Através das palavras, o poema cria no receptor a sensação estética da coloração. Nesse aspecto, colhe o destinatário, quando em leitura sutil do poema, os efeitos de sentido de uma 'pintura' que emerge da construção verbal, numa espécie de "provocação" suscitada pelo autor, imprimindo uma certa plasticidade na obra, a exemplo do poema *De Tarde*. Desse modo, observamos que Cesário Verde personaliza-se por meio das *modalidades aléticas* (do Ser), como sujeito competente na busca da **identidade** [Saber, Poder, Querer e Dever (**Ser**)], configurado em sua complementação pelas ações cognitiva, pragmática,

volitiva e deôntica, assumidas no texto e axiologicamente constituídas como modalidades da competência [Saber, Poder, Querer, Dever (Fazer)]. As aspirações do ator (C.V.), sujeito enunciativo, são proclamadas pelo sujeito enuncivo ‘o narrador’ (o recuo do ator), igualmente identificado pelo seu /Ser narrativo/ em outros textos, como nas estrofes do poema *Nós*:

“A impressão doutros tempos, sempre viva,
Dá estremeções no meu passado morto,
E ainda viajo, muita vez, absorto,
Pelas várzeas da minha retentiva.

Então recordo a paz familiar,
Todo um painel pacífico de enganos!
E a distância fatal duns poucos anos
É uma lente convexa, de aumentar.

[...]

Pinto quadros por letras por sinais,
Tão luminosos como os do Levante,
Nas horas em que a calma é mais queimante,
Na quadra em que o Verão aperta mais.

Como destacam, vivas, certas cores,
Na vida externa cheia de alegrias!
Horas, vozes, locais, fisionomias,
As ferramentas, os trabalhadores”!

A valorização da imagem nas últimas décadas, através da diversidade de estudos dos diferentes códigos e formatos de textos, também faz emergir um interesse pela pesquisa sobre a arte poética e o seu diálogo com outras manifestações artísticas.

Na produção poética de Cesário Verde, não se mostra portanto velada a busca desse diálogo denominada ‘embreagem’ greimasiana, compelindo o receptor ao retorno à instância da enunciação embasado nos enunciados provocadores do texto. Acima de tudo, a grande preocupação do destinatário, analista está na desconstrução do texto para atingir não a sua aparência (conotativa, semiológica) mas a sua essência, a imanência (denotativa, semiótica). Dessa forma, o mote que direciona nosso trabalho é apreender do texto poético, da sua técnica, da organização do verso e do poder da palavra, sua sincronia com a arte pictórica do impressionismo, entre outras, partindo do *corpus* à análise do poema *De Tarde*.

Desenvolvimento do tema proposto

O poema *De Tarde* foi publicado pela primeira vez em 1887², após a morte do escritor. Sua data exata é ignorada, porém, alguns pesquisadores da lírica de Cesário Verde, como Jacinto do Prado Coelho, Margarida Vieira Mendes, Adolfo Casais Monteiro, Joel Serrão, Helder Macedo, João Pinto de Figueiredo, Maria Aparecida Paschoalin, David Mourão-Ferreira e Danilo Lobo, entre outros, apontam-na como posterior ao poema *O Sentimento Dum Ocidental*, publicado em 1880. Em *De Tarde*, pode-se observar o olhar, a “paleta de cores” e a técnica compositiva desse poeta:

De Tarde

Naquele *pic-nic* de burguesas,
Houve uma coisa simplesmente bela,
E que, sem ter história nem grandezas,
Em todo o caso dava uma aquarela.

Foi quando tu, descendo do burrico,
Fostes colher, sem imposturas tolas,

A um granzoal azul de grão-de-bico
Um ramalhete rubro de papoulas.

Pouco depois, em cima duns penhascos,
Nós acampamos, inda o Sol se via;
E houve talhadas de melão, damascos,
E pão-de-ló molhado em malvasia.

Mas, todo púrpuro, a sair da renda
Dos teus seios como duas rolas,
Era o supremo encanto da merenda
O ramalhete rubro das papoulas!³

O narrador, descrevendo a tarde em bela companhia de uma dama a propósito de uma refeição em meio ao campo, diz que a beleza daquele momento era motivo para uma aquarela, um quadro, devido não apenas à simplicidade do local e da ocasião, mas sobretudo, pelas cores que a luz vespertina inspirava em seus olhos. Há uma ausência da sonoridade; tudo parece reduzi-ser a uma visibilidade radiante, ao gustativo e odorífero, e numa multiformidade de signos plásticos e sinestésicos, em contrastes de cores quentes e frias. Todavia, a aparente gestualidade, emanando sensualidade, são traços que compõem os personagens e os objetos desse poema que figura recortes realizados pela retina do poeta.

A plasticidade da obra narrada está toda no sensorial visual, amparado pelo sinestésico. Nessa paisagem bucólica, as cores da natureza que ele utiliza para narrar essa cena indicam um actante sujeito que parece dialogar consigo mesmo. É possível perceber a impressão não no assíndeto tão comum nos versos sobre a cidade, mas na justaposição e na inversão das palavras e frases, orações e períodos. Tudo parece calmo, diferente da rapidez da conturbada poluição visual do ambiente citadino. Os versos, interligados por conjunções, indicam que todo esse poema

pertence a um único quadro, ou retrato de uma cena que se reparte em enquadramentos de cada foco de visão do narrador mediante as ações que se sucedem nessa tarde “idílica”.

A sensualidade das formas, metaforizadas (seios=rolas) pela dualidade e plasticidade: formato / cor, confunde-se com a sensualidade feminina. A rigidez da sintaxe se fragiliza, como é frágil a permanência das cores, pois é nítida a relação carpediana do tempo que transforma as coisas, como naquele momento em que *inda o Sol se via*.

A luminosidade dos objetos se apresenta a partir de duas colorações predominantes: o azul (“granzoal azul”) e o vermelho (“ramallete rubro”, “papoulas”, “púrpuro”, “malvasia”). A atitude primeira do narrador é retratar pelas formas e cores a natureza e as pessoas que observa. Sua mensagem, na mente do receptor, é materializada em palavras, nesse belíssimo poema, cujos objetivos só serão definidos no término da análise semiótica.

Esse poema poderia propiciar, porém, paralelamente a uma pintura, uma análise semiológica por transferências “hors discours”, comparatividade ou conotação. Estaríamos assim fixados nas substâncias (expressão e conteúdo) e forma da expressão textual (cf. gráfico SEMIOSIS, p. 8), somadas às nossas interpretações passionais, divagações, devaneios e estados de alma denominados, segundo nossa concepção (D'AVILA, 1999a e 2003c): “vertentes do caráter mítico”.

De Tarde representa, juntamente com outros poemas, o desejo do escritor em se tornar conhecido na sociedade lisboeta, porém o que lhe impede a fama são algumas características pouco apreciadas pela cultura burguesa por ele criticada.

Danilo Lobo relembra que João Pinto de Figueiredo o comparou a um Renoir em sua obra *A Vida de Cesário Verde*, mas em *O Pincel e a Pena: Outra Leitura de Cesário Verde*, Danilo Lobo diz que o poema supera a idéia de uma aquarela, podendo remeter à duas telas: *Lé déjeuner sur l'herbe* (1863) de Edouard Manet e *Les Coquelicots à Argenteuil* (1873) de Claude Monet.⁴

A crítica segundo o método de Taine
Ignoram-na. Juntei numa fogueira imensa
Muitíssimos papéis inéditos. A imprensa
Vale um desdém solene.

[Contrariedades]

Por outro lado, sua poesia parece estar muito próxima à linguagem plástica, não parodiando pinturas de artistas famosos da época, mas realizando uma obra original, sob seu enfoque, sob sua ótica. Nesse sentido, percebemos que Cesário Verde não só quer fazer-se reconhecido como escritor, mas como aquele que, por letras, expressa a plasticidade de suas idéias e ideais. Tendo em vista seu Objeto-Valor (Ov): realizar sua obra e por meio dela tornar-se conhecido, respeitado, ele manipulará o enunciatário (leitor), através do seu **estilo pictórico**, a curvar-se diante da Competência do seu fazer artístico. Assim, torna-se evidente o eixo que se estabelece entre a produção da obra (enunciação, extra-texto), as imbricações interativas espaço-temporais (analisadas) entre os actantes da narrativa (enunciado, intra-texto) e a recepção da obra (enunciação + enunciado = intra + extra-texto), cujos enunciatários, projetados no poema na qualidade de narratários actantes observadores, reconstruíram sua significação por meio de uma metodológica articulação do sentido. Portanto, estabelecendo o poema *De Tarde* como objeto semiótico neste estudo, iniciamos tratando do aspecto enunciativo do poema e sua expressividade.

Primeiramente elucidaremos que a enunciação, representada pela comunidade de literatos - cujo ator Cesário Verde se posiciona como uma partícula compositiva -, produziu esse *sujeito destinador* que delegou funções na composição do enunciado ao *sujeito-destinador-narrador*. Este se faz “ouvir” na instância enunciativa, ou seja, no poema propriamente dito, sendo examinado em situação de permeabilidade entre as linguagens verbal e sinestésica, nas articulações entre *o plano da expressão e o do conteúdo*.

Abordagem semiótica do texto: análise da narrativa

Nessa instância enunciativa, universo do enunciado, o narrador, figurativizado por S1, dirige-se a um *sujeito-destinatário narratário* (S2).

A relação *dêitica* pode ser observada pelo uso dos pronomes *nós* e *tu* na discursividade do poema. Esses pronomes desfazem a possível idéia de ausência de um sujeito no emprego do verbo *haver* no sentido de *existir* (“houve...”). Porém, S1 é tanto o narrador actancial, sujeito de estado (no texto) e operador, quanto sujeito destinatário, manipulado por S2, pois se inclui nas ações co-participando da cena descrita. Por conseguinte, deve-se esclarecer que a existência de um sujeito actancial, ou seja, um actante do enunciado (S1) - que tão bem sabe poetar - e de um anti-sujeito S2, determinante no poema, o “tu” do enunciado, não nos permite, em teoria greimasiana, confundi-los com o autor do poema escrito e com uma mulher em carne e osso que representam o “extra texto” ou enunciação propriamente dita. O enunciado é o “não eu”, “não aqui” e “não agora” da enunciação e o receptor desse texto, enunciatário-leitor (ou analista), examinando suas entranhas embrea inúmeras vezes à enunciação e debrea no enunciado erigido sob a figura de uma mulher, visando um ideal.

A figurativização de S1 (narrador-poeta) só é viável quando esquecemos a figura do autor (C.V.) e vivenciamos as ações e transformações desenvolvidas pelo actante-sujeito por meio da manifestação textual que permite formas de *debreagem/embreagem*. S1 enuncia por *debreagem temporal* e *espacial* simultâneas à *embreagem enunciativa*, através do pronome demonstrativo indicando temporalidade (“Naquele pic-nic...”) que dá início ao primeiro Programa Narrativo (PN1). Esse retorno do enunciado ao tempo passado é também auxiliado pelos verbos no tempo pretérito (“houve”, “dava”, “fostes”, “era”), situando no tempo a cena descrita por S1 em relação ao tempo e ao espaço da enunciação.⁵ Nesse sentido, o narrador parece relatar um fato cujo objetivo se insere na possibilidade (“em todo caso”) de comparação com uma pintura, porém realizada pela impressão escrita.

O enunciado em sua relação Significante/significado, no que tange ao plano de Expressão do texto, caracteriza-se, na sua materialidade, pelo papel (celulose, folha, tinta etc.) como a Substância do processo de expressão; e a escrita (sistema gráfico) como a Forma da expressão, ou seja, da organização do material existente como substância e transformado em código. Seu Conteúdo se delimita como *Substância do Conteúdo*: os efeitos de sentido e o sentido (significado) advindos daquilo que o texto narra, e a *Forma do Conteúdo* que, analisada superficialmente, atesta ser o texto pertencente à poesia Realista portuguesa. Somente constatamos a *Forma do Conteúdo* de um texto/ discurso, quando finalizamos seu exame, após a articulação dos semas na estrutura elementar da significação, o quadrado semiótico. Logo, a Forma do Conteúdo, cuja profundidade determina a **razão de ser** da teoria semiótica greimasiana, somente poderá ser apreendida através da análise. Assim, o gráfico a seguir ilustra sumariamente essas considerações.

SEMIOSE - SIGNIFICAÇÃO

SIGNIFICANTE		SIGNIFICADO	
EXPRESSÃO		CONTEÚDO	
SUBSTÂNCIA	FORMA	SUBSTÂNCIA	FORMA
VARIÁVEL	INVARIÁVEL	VARIÁVEL	INVARIÁVEL
1. Papel	• Escrita	• Poema “De Tarde”	• Realista
• Celulose	• Verbal	• Gustativa	• Idealista
• Traço	• Linear	• Erótica	• Poética
• Tinta	• Simétrica	• “Visualizável”	• Sinestésica
• Pena	• Decassilábica	• Eufórica/difônica	• Sincopada
		• Sarcástica	• Crítica social

A essência (o Ser) do fazer poético do narrador pode ser observada a partir de um dos termos do *esquema narrativo* greimasiano: a *Competência*, que caracteriza o sujeito operador enquanto possuidor das modalidades do /Saber-Fazer/ Poder-Fazer/ Dever-Fazer/ e /Querer-fazer/. Sua Ação (*Perfórmance*) estará implicada como /Fazer-Ser/ da obra, assim como a *manipulação* /Fazer-Fazer/ e a *sanção* (Ser do Ser) nos vários planos da linguagem.

O esquema narrativo greimasiano caracteriza-se pelos quatro termos: manipulação, competência, performance e sanção manifestados por meio da palavra textualizada na escrita gráfica. O narrador (actante-sujeito) representa o vínculo indispensável pela “mise-en-discours” do processo. Nesse texto, embora S1 inicie seu percurso com a Sanção sobre S2 (“houve uma coisa simplesmente bela”), desenvolve manipulações diversas para demonstrar suas convicções. Cada PN possui modalidades que irão tecer a narratividade da obra⁶. Por essa razão, pode-se identificar a dimensão das Ações do Sujeito-Actancial (S1) em relação ao Sujeito-destinador-manipulado. Assim, podemos expressar o Programa narrativo de base de S1 em relação à S2 e seu Objeto-Valor (Ov).

Na enunciação não há PNs. Somente poderíamos analisá-la caso a mesma fosse enunciada ou reportada ao texto. No enunciado o sujeito de Estado (S1) ou está conjunto ou disjunto do Ov (objeto-valor) = sua identidade.

Universo I = do ator (C.Verde) e da obra

Em outra proposta semiótica poderíamos admitir:

S = sujeito da enunciação (Cesário Verde): enunciador + enunciatário

Ov= identidade absoluta do Sujeito de busca, “presente” no enunciado.

Ela é virtual e parcializada, no nosso caso, uma vez que o enunciador pertence ao universo I (instância enunciante) e nossa proposta visa o enunciado, universo II (instância projetada). A soma de todas as obras desse autor (enunciados) analisados semioticamente, fornecerão subsídios científicos à determinação da Identidade de Cesário Verde quando optarmos pela semiótica subjetal, fenomenológica, do contínuo e contextual, (teoria de J.-C.Coquet).

Universo II = do narrador e do poema (enunciado)

O texto, em sua essência, nos delineará, na forma do conteúdo, um sujeito narrador eclético, eloquente, manipulador, idealista e revolucionário, mesmo que,

para demonstrar sua ideologia, venha a ferir a sensibilidade da alma feminina. Instaura-se a relação eu x tu embora na totalidade dos versos tenha a aparência de solilóquio.

Desse modo, os PNs do poema estabelecem-se da seguinte forma:

PN de BASE de S1 $(S1 \cup Ov) \rightarrow (S1 \cap Ov)$ Virtual

S1 = narrador; \cup = disjunção; \cap = conjunção ; Ov = Identidade **de S1** (cuja busca inicia-se pelo denotar de uma certa ironia satírica à burguesia)⁷.

F (fazer); \rightarrow (transformação).

PN1

· Naquele pic-nic de burguesas, houve uma coisa simplesmente bela e que, sem ter história nem grandezas, em todo caso dava uma aguarela.

SEQ. I – MANIPULAÇÕES⁸ :

por Provocação = Oma, através do sarcasmo de S1 (“história”, “uma coisa”, “burguesas”, “grandezas”) = /Fazer Dever-Saber/ ;

por Sedução = Omb, (“dava uma aguarela”) = /Fazer Querer-Ver/.

PN1 S1: S2 $\rightarrow [(S2 \cup Om) \rightarrow (S2 \cap Om)]$ Virtual

S1 = Sujeito narrador destinador-manipulador.

S2 = a sensual companheira

Om (subentendendo Oma e Omb) figurativizando os dois objetos modais da factitividade: Fazer /Dever-Saber/ e Fazer /Querer Ver/

Com as expressões “pic-nic de burguesas”...e “uma coisa simplesmente bela”, o narrador demonstra todo o seu sarcasmo referente à burguesia que necessita de melão, damasco, pão-de-ló, etc., para simplesmente colher “um ramalhete rubro de papoulas”.

SEQ. II – Segundo concebemos [*], o /Crer/, embora induzido, está sempre presente nas ações do sujeito manipulado.

PN2

· Foi quando tu foste colher um ramalhete rubro de papoulas a um granzoal azul de grão-de-bico, descendo do burrico sem imposturas tolas.

PN2: Provocação (Fazer S2 Dever-Saber), Sedução (Fazer S2 Querer-crer ser).

Manipulações: S1 faz (:) S2 fazer (→)

PN2 F S1: S2 → [(S2 ∪ Om1) → (S2 ∩ Om1)] realizado.
Manipulação + sanção.

S2 = Mulher (anti-sujeito) narratária; Om= objeto modal.

Om1= /Dever-Saber/ + /Querer-crer ser/ (uma pessoa simples, sem afetação).

Reafirmação do desdém de S1 pela burguesia: “foste colher sem imposturas tolas”.

“Imposturas tolas “ = afetação de superioridade, presunção, hipocrisia.

PN3

· Pouco depois, inda o sol se via, nós acampamos em cima duns penhascos e houve talhadas de melão, damascos e pão-de-ló molhado em malvasia.

PN3 “nós acampamos” (sedução + tentação) = Fazer S2 /Querer crer/ na existência do actante dual “tu e eu” (S1 + S2) nesses bons momentos ... = Fazer S2 /Querer/ revivê-los (“inda o sol se via”) no acampamento com frutas, pão-de-ló, malvasia, etc...

PN3 F S1:S2 → [(S2 ∪ Om2) → (S2 ∩ Om2)] Realizado

S1= Narrador manipulador e actante dual

S2= narratária manipulada e actante dual

Om2= Sedução (Fazer S2 querer crer na existência do actante dual = S1 + S2) + Tentação (Fazer querer-ter).

PN4

· Mas o ramalhete rubro das papoulas era o supremo encanto da merenda, todo púrpuro a sair da renda dos teus seios como duas rolas.

PN4: Provocação (Fazer S2 /Dever Crer/).

PN4 F → S1: S2 → [(S2 ∪ Om3) → (S2 ∩ Om3)] Realizado

S1= narrador ; S2= narratária.

Om3= Decepção: Fazer /Dever-Crer/ sobre o ramalhete, sendo ele o verdadeiro encanto da merenda. Não na felicidade a dois, mas no ramalhete, embora colhido por uma burguesa.⁹

O Quadrado semiótico da camuflagem cf. verbete alusivo (Greimas, Courtés, dicionário-1989). Esse quadrado poderá ser aplicado com alusão aos quatro Programas Narrativos designando a camuflagem de S1, fazendo-se passar pelo sujeito *gentleman* e romântico, e a pressuposta decepção de S2 com a afirmativa de S1 alegando ser o ponto culminante de supremo encanto da Tarde, “o ramalhete rubro de papoulas”.

Os personagens da narrativa e seus desempenhos actancial e temático.

ACTANCIAL (Narrativo/descritivo) + TEMÁTICO (Discursivo)

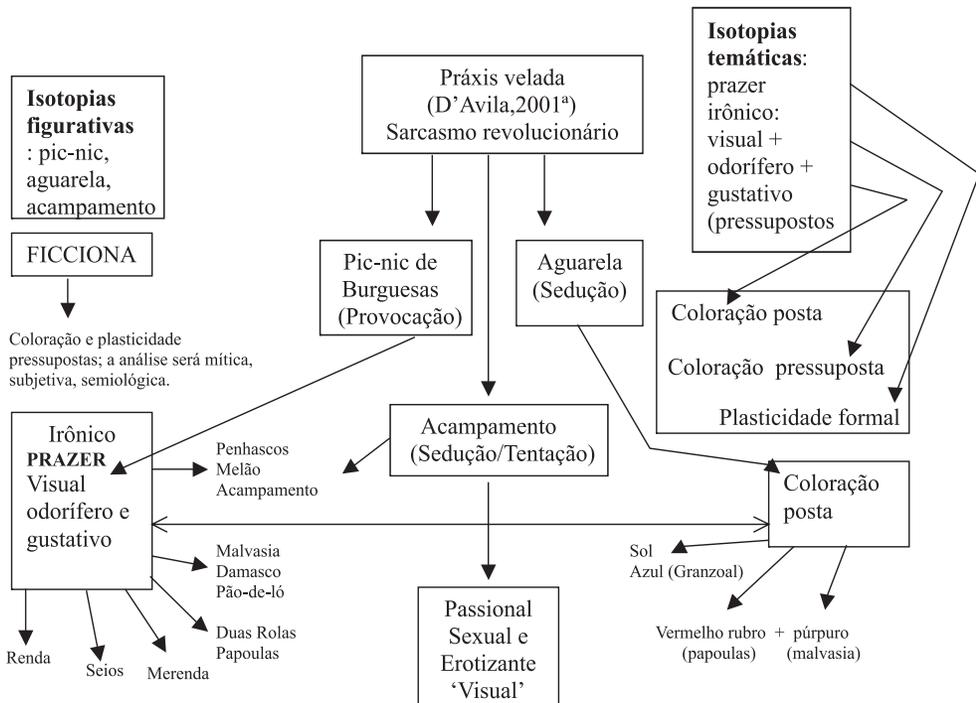
PN1: S1

Sujeito de estado

Sujeito operador manipulador → Narrador (sarcástico)

Sujeito destinador

exposta. Assim, a sintaxe lexical é articulada para se aproximar, o máximo possível, da visualização, em que S1 compara a imagem da mulher com a imagem de dois pássaros (“dos teus seios como duas rolas”).



Poderia se falar em metáfora, relacionando as cores (púrpuro) e os objetos (as rolas); e, principalmente, em sinédoque particularizante ou hipônima em “o ramalhete”[x] saindo dos teus seios (rolas) [y] = merenda [s](alimento por prazer visual).

$$X+Y=S$$

S - eixo semântico

X e Y - objetos modais constituintes da categoria sêmica¹²

Conclusão

Como observado no início deste estudo, o poeta possui uma necessidade de se comunicar por meio das palavras manipulando, através do sincretismo estésico de sua poeticidade, seus leitores e críticos em geral.

Na Sintaxe Narrativa (sujeito x objeto construindo o enunciado), S1 estava próximo do Objeto-Valor (Ov), definindo a Competência no nível do Ser e do Fazer e a realização do seu Ov. A Competência de S1 foi definida através da representação de suas habilidades definidas nos PNs, resultantes dos programas de uso, hipotáxicos, dependentes do PN de Base.

Em se tratando da Semântica Narrativa (extraída do enunciado), como busca de valores, (ideologia), segundo Greimas, observa-se o anseio do reconhecimento de S1 enquanto narrador, ou seja, constitui o bojo das conquistas psicológicas e imateriais de S1: a fama, o sucesso intelectual (do bem “dizer”), o reconhecimento por parte de S2 (mulher) narratária, do leitor e da crítica quando chamados a participar do texto também na qualidade de narratários.¹³

Finalmente, tem-se a isotopia, como conjunto de redundâncias das categorias sêmicas observadas na seqüência textual, que irá enfatizar a noção de plasticidade e sinestesia do poema *De Tarde*.

Assim, pelo caráter *proxêmico* na expressividade do plano de Conteúdo, S1 confere em seu trabalho descritivo uma aproximação metafórica a uma pintura ou “aquarela”.

A pseudo-Sanção de S2 sobre S1 é demonstrada no PN4 pela pressuposta decepção de S2.

* * *

O poeta não viu seu desejo realizado, só encontrou um editor que compilasse seus poemas e os editasse em livro impresso somente após sua morte em 1886. O responsável por esse trabalho foi seu melhor amigo, Silva Pinto, que publicou *O*

Livro de Cesário Verde em 1887. Porém, na atualidade, a crítica literária tem-no considerado como um dos maiores expoentes da literatura portuguesa, e sua obra é analisada por diversos estudiosos, sendo a maioria unânime em considerá-lo um pintor nas palavras.

O sucesso de Cesário Verde como poeta representa o ‘feed-back’ positivo colhido a posteriori, como Sanção sobre o poeta. Logo, numa análise sobre a identidade de Cesário Verde, não textual apenas, essa preocupação seria a última, somente feita ao texto em questão, embora abordando a enunciação por ele (texto) evocada, ou seja, seu contexto.

NOTAS

¹ BARBOSA, Osmar (Org.). *Poesias completas de Cesário Verde*, .p. 60.

² “Em Abril, numa edição de 200 exemplares, que não foram postos à venda, *O Livro de Cesário Verde* publicado por Silva Pinto é distribuído para pessoas que o editor Jorge Verde melhor entendeu merecerem a oferta, ou seja, <<pelos parentes, pelos amigos e pelos admiradores provados do ilustre poeta>>. Nele se revelam as seguintes poesias, provavelmente póstumas: ‘De Tarde’, ‘De Verão’ e ‘Provincianas’, SERRÃO, Joel. Tábua bibliográfica de Cesário Verde. In: MOURÃO-FERREIRA, David (Dir.). *Colóquio Letras*, n. 93, p. 18, set., 1986.

³ BARBOSA, Osmar (Org.). *Poesias completas de Cesário Verde*, p. 95.

⁴ LOBO, Danilo. *O Pincel e a Pena* - Outra leitura de Cesário Verde, p. 59.

⁵ O *enunciador* é também *enunciatário* (Greimas) do poema concluído, sendo *destinador/destinatário* da obra em si como termo abrangente, definindo a origem enunciativa (da enunciação).

⁶ O “intra texto” é o enunciado e o “extra texto”, a enunciação. Dessa forma, o *esquema narrativo* posto está voltado para o intra texto; para a semiótica greimasiana não interessa a intenção do escritor uma vez que a mesma explodirá através da análise imanente, isto é, do que o texto “disse” e como significa no conteúdo que narra.

⁷ O sarcasmo de S1 desencadeia em S2 o Fazer Querer “Ver” (“daria uma aquarela”). S2, embora companheira, é vista como anti-sujeito.

⁸ Temos aqui duas manipulações (Oma e Omb) sendo representadas num único PN.

⁹ Este PN4 Realizado, realiza também o PN1 e, por automação, o PN de Base: $(S1 \cap Ov) =$ grande poeta, eclético e revolucionário.

¹⁰ D'Ávila, N. R.: Modelo de construção das isotopias figurativas e temáticas.

¹¹ A isotopia do sarcasmo é um conector, gerando, através do pic-nic, a isotopia do Prazer, que é tri-istópica e complexa.

¹² D'ÁVILA, Nícia. Orientação cf, teorização greimasiana e coquetiana [*].

¹³ Nesse caso, os leitores não foram convocados pelo texto a sancionar S1. S2, embora não sancione textualmente gera expectativas no papel de actante dual (nós) que desenvolveu, pois poderia sancioná-lo, uma vez que se trata de um discurso de pressuposta decepção.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Osmar (Org.). *Poesias completas de Cesário Verde*. Rio de Janeiro: Ediouro, 1987.

D'ÁVILA, N. Renart e Chanteclerc – Análise semiótica do texto na teoria de A. Greimas. *Leopoldianum*, Revista de Estudos e Comunicação. Santos: Ed. Unisantos, vol. XVI, n. 47, p. 23-42, 1990.

_____. Renart e Chanteclerc – Por uma abordagem semiótica do estatuto do actante-sujeito Renart, conforme teoria de J. C. Coquet. *Leopoldianum*, Revista de Estudos e Comunicação. Santos: Unisantos, vol. XVIII, n. 52. p. 65-76, abril/ 1992.

_____. Semiótica musical e sincrética na publicidade e marketing – *Anais do XI Encontro Nacional da ANPOLL* (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Letras e Lingüística)- Campinas: Ed.Unicamp. p. 461-466, 1998.

_____. Semiótica Visual - O ritmo estático, a síncopa e a figuralidade In: SIMÕES, D. (org.) *Semiótica & Semiologia*. Rio de Janeiro: Ed.Dialogarts – UERJ, p. 101-119 - 1999a.

_____. A manipulação, através da síncope, nas linguagens verbal, musical e imagética, In “Semiótica e Marketing”, nos *Anais do IIº Congresso Nacional de Linguística e Filologia CIFEFIL* - org. J. Pereira, UFRJ — Rio de Janeiro: Ed. Dialogarts, p. 468-480 - 1999b.

_____. [*] Quatro Apostilas de “Semiótica dos Sistemas Significantes” : no **texto verbal**, no **som** e na **imagem**. Curso de pós-graduação, “Fronteiras entre o Verbal e o Não-Verbal”, Unesp/Bauru, ano 2000.

_____. Le stéréotype : usages, formes et stratégies, in “*Le stéréotype en musique comme porteur de valeurs dans la quête de l’identité*”. Org. Marges Linguistiques-site : <http://www.marges-linguistiques.com> – 2001a.

_____. Semiótica na publicidade e propaganda televisiva. In: AZEREDO, J. C. *Letras & Comunicação* - Uma parceria no ensino de língua portuguesa. Petrópolis (RJ) : Editora Vozes, p.101-121, 2001b.

_____. Rythme statique, syncope et figuralité. In Groupe Eidos (org), *Sémiotique du Beau*. Paris: Éditeur l’Harmattan, p.141-159, 2003c.

EDELIN, F. *GROUPE : Traité du signe visuel*. Paris: Seuil, 1992.

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Cultrix, 1989.

HAUSER, A. *História social da Arte e da Literatura*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

LOBO, D. *O pincel e a pena – outra leitura de Cesário Verde*. Brasília: Thesaurus, 1999.

MOISÉS, M. *A literatura portuguesa*, 22.ed. São Paulo: Cultrix, 1986.

MOURÃO-FERREIRA, D. (Dir.) *Colóquio Letras*, n. 93, set.

SERRÃO, J. Tábua bibliográfica de Cesário Verde. In: MOURÃO-FERREIRA, David (Dir.). *Colóquio Letras*, n. 93, p. 18, set./1986.

A crônica no contexto da *Folha da Tarde* :
tradição vincada pelas pulsações urbanas

The chronicle in the *Folha da Tarde*
context: tradition chained by urban
manifestations

Aroldo José Abreu PINTO

Doutor em Letras pela Faculdade de Ciências e Letras de Assis – UNESP.
Professor da Universidade de Marília – UNIMAR, em Marília-SP – Brasil.
Professor e editor da Associação Cultural e Educacional de Garça – ACEG, em
Garça-SP - Brasil. Professor do curso de Pós-Graduação “Lato Sensu” da
Associação Cultural e Educacional de Itapeva – ACITA, em Itapeva-SP - Brasil.
E-mail: aroldoabreu@uol.com.br

RESUMO

Tendo em vista um perfil apresentado pelo jornal *Folha da Tarde* desde a sua fundação, em 1921, o objetivo deste trabalho é apontar como a manutenção da regularidade desse perfil, que privilegia um nítido vínculo com assuntos ligados ao cotidiano da cidade de São Paulo, influencia, de forma direta ou indireta, no processo de constituição das crônicas dos diferentes colaboradores do citado periódico.

PALAVRAS-CHAVE: crônica - *Folha da Tarde* - temas do cotidiano.

ABSTRACT

In view of a profile presented for the Periodical *Folha da Tarde* since its foundation, in 1921, the objective of this work is to point as the maintenance of the regularity of this profile, that privileges a clear bond with subjects referring to the daily one of the São Paulo city, influences, direct or indirectly, in the process of constitution of chronicles of the different collaborators of the periodic cited.

KEY WORDS: Chronicles - *Folha da Tarde* - subjects of the daily one.

Considerações iniciais

Inicialmente, devemos ter sempre em mente que, como lembra Antonio Candido (1992), em “A vida ao rés-do-chão”, publicado originalmente no quinto volume de *Para gostar de ler: crônicas* (São Paulo: Ática, 1981), a crônica é uma manifestação artística “ao rés-do-chão”, porque, seja pela “linguagem que fala de perto ao nosso modo de ser mais natural” (CANDIDO, 1992, p. 13), seja pelo tom e assuntos tomados como matéria de composição, ela fica “mais perto de nós”. Desse modo, compreender os elementos extrínsecos à sua elaboração pode nos levar, não raras vezes, a compreender, por extensão, essa atmosfera de coisa aparentemente solta e descompromissada que grande parte das crônicas apresenta. Isto porque, ainda tomando Candido:

[...] a crônica está sempre ajudando a estabelecer ou restabelecer a dimensão das coisas e das pessoas. Em lugar de oferecer um cenário excelso, numa revoada de adjetivos e períodos candentes, pega o miúdo e mostra nele uma grandeza, uma beleza ou uma singularidade insuspeitadas. [...] Isto acontece porque não tem pretensões a durar, uma vez que é filha do jornal e da era da máquina, onde tudo acaba tão depressa. Ela não foi feita originalmente para o livro, mas para essa publicação efêmera que se compra num dia e no dia seguinte é usada para embrulhar um par de sapatos ou forrar o chão da cozinha. Por se abrigar neste veículo transitório, o seu intuito não é o dos escritores que pensam em ‘ficar’, isto é, permanecer na lembrança e na admiração da posteridade; e a sua perspectiva não é a dos que escrevem do alto da montanha, mas do simples rés-do-chão. (1992, p. 14)

Portanto, por ser “filha do jornal e da era da máquina, onde tudo acaba tão depressa” e não feita “originalmente para o livro”, o contexto é quem acaba influenciando ou mesmo definindo, na maioria das vezes, os assuntos nela contidos. Assim sendo, retomamos aqui um desses elementos extra-textuais, na busca de observar como um perfil histórico característico de um periódico específico, o jornal *Folha da Tarde*, pode influir na delimitação de assuntos que passam a pautar também o cronista, pois, em sua maioria, os textos desses cronistas comentam um aspecto ou aspectos da realidade, fazendo referência a fatos e/ou exemplos reais ou possíveis, que servem para esclarecer uma situação ou uma posição do cronista quanto ao assunto.

A *Folha da Tarde* ou as “Folhas”?

O primeiro jornal a surgir com o nome “Folha” foi o *Jornal da Noite*. Criado em 19 de fevereiro de 1921 e impresso nas oficinas do *Jornal do Comércio*, tinha como perfil o exercício de uma rigorosa vigilância sobre os atos administrativos do Governo, o que o levou a ter sua circulação suspensa pelo governo estadual três anos e 9 meses depois de seu aparecimento.

A primeira circulação do *Jornal Folha da Tarde* acontece neste contexto. Como forma de burlar a censura da época e continuar editando o periódico, o jornal recebe o nome de *Folha da Tarde* e com este nome circula em caráter de resistência até 31 de dezembro de 1924, quando então é interrompido para voltar 25 anos depois, em 1.º de julho de 1949. Desta vez o jornal se propõe a abrigar e acompanhar discussões sobre o cotidiano das pessoas, em especial da vida paulistana, enfocando problemas como urbanização, abastecimento, transportes, defesa da economia e outros assuntos que diziam respeito aos habitantes da capital, ou seja, o período é marcado pela busca do diário em fortalecer a cidadania e melhorar a qualidade de vida na metrópole que se formava. Estas preocupações e propósitos levaram o jornal a ser campeão em venda avulsa, ao final da década de 60, em comparação aos demais jornais do grupo “Folha”, que era então constituído

pelos jornais *Folha da Manhã*, *Folha da Tarde* e *Folha da Noite*. Em 1.º de janeiro de 1960, os três jornais são fundidos sob o título *Folha de S. Paulo* e novamente a *Folha da Tarde* sai do mercado.

Sete anos depois, em 19 de outubro de 1967, a *Folha da Tarde* volta a circular voltada especialmente ao público jovem e com uma nítida linha crítica ao regime militar. Entretanto, nos anos 70, devido às restrições impostas pelo regime, o jornal adota um conjunto de normas para nortear seu trabalho jornalístico, seguindo o lema “o máximo de notícias no mínimo de espaço”, e com uma postura nitidamente mais conservadora, mas mantendo a prioridade de enfoque para os fatos da cidade, o noticiário policial e os esportes.

Nos anos 80, com o início do processo de redemocratização que ressurgiu no Brasil, a *Folha da Tarde* passa por um período de transição. Na efervescência da campanha das “Diretas Já”, em 1984, por exemplo, o jornal acompanha com certo distanciamento, apenas noticiando os principais fatos ocorridos, ou, ainda, revela a abertura para os novos tempos com o fim da ditadura, em 1985, com a eleição de Tancredo Neves para a presidência do país. A preocupação com o jornalismo de serviços, porém, continua muito forte. A defesa dos interesses das classes médias urbanas é intensificada com a criação de novas colunas, páginas de serviço e seções abertas aos leitores. A fiscalização sobre as atividades e o funcionamento da máquina administrativa municipal de São Paulo leva o jornal a sofrer 22 ações judiciais requeridas pelo então prefeito Jânio Quadros.

Ainda em relação ao seu perfil, em 1986, durante o Plano Cruzado, o jornal chegou a publicar, por exemplo, edições extras com as tabelas que congelavam os preços dos produtos de consumo e de primeira necessidade. Também se envolveu em campanhas, como a que pedia o fim das mordomias na utilização de carros pelos deputados da Assembléia, e, em 1988, trouxe à tona denúncias sobre escândalos e esquemas de propina durante o governo de Luiza Erundina.

Nos anos 90, a manutenção do jornalismo voltado ao cotidiano

O Jornal *Folha da Tarde*, na década de 1990, intensifica a prestação de serviços e volta-se para um jornalismo preocupado ainda mais com o cotidiano da cidade e a investigação do poder público. Na área editorial, em 1991, é criado, inclusive, o cargo de *ombudsman*, visando o aprofundamento do diálogo com o leitor, o que resulta, entre outras coisas, em página diária de reclamações e, portanto, de defesa do consumidor.

A manutenção do jornalismo voltado para o cotidiano da cidade, porém, não garante a manutenção do sucesso de vendagem alcançada nas décadas de 1950 e 1970. Em resultado da concorrência no mercado editorial de periódicos, a venda de exemplares da *Folha da Tarde* começa a cair ao longo dos anos 90. Em março de 1999, o diário é substituído pelo jornal *Agora*, que, segundo informações de seus idealizadores, possui um outro foco editorial. Ao contrário da *Folha da Tarde*, que tinha um público mais pulverizado nas classes B, C e D, o novo veículo tem uma linha editorial mais direcionada aos leitores da Classe C.

Variedades em meio a variedades

De acordo com informações colhidas junto ao Banco de Dados da *Folha da Tarde*¹ e em consonância com o perfil característico apresentado pelo periódico desde a sua fundação, a publicação de crônicas é uma tradição no jornal.

No período de 1984 a 1986, por exemplo, esta particularidade do jornal é fortemente marcada. Entre os colaboradores da página três, às quintas-feiras o jornal conta com a participação de nomes como Domingos Pellegrini, Ignácio de Loyola Brandão, Ricardo Ramos e Ricardo Kotscho. São também constituintes do corpo de cronistas do periódico, com contribuições em outras páginas e em outros dias da semana, nomes (ou pseudônimos) de cronistas como Ramão Portão, Antonio Contente, Olavo Drummond e Marcia Denser. Além disso, o jornal também publica uma coluna de comentários variados em tom de chiste sob o título de “A toca erre”.

Quanto ao espaço de inserção, as crônicas dos autores que constituem o corpo de colaboradores do jornal estão localizadas em meio a uma variedade muito grande textos jornalísticos que tratam de assuntos do cotidiano, como denúncias, notas curtas com informações diversas sobre a cidade de São Paulo, serviços de utilidade pública, comunicados e informes gerais sobre trânsito, paralisações etc. Vale destacar, porém, que as crônicas são separadas dos demais textos da página por *box* e marcadas com fonte gráfica diferente das utilizadas nas demais notícias. Outra característica distintiva dos espaços em que estão inseridas as crônicas, além da delimitação com fio, é o destaque no alto da coluna para o nome do cronista e, em geral, o uso de ilustração acompanhando o texto.

Acrescente-se, ainda, outra questão relevante em relação ao levantamento dos aspectos, por assim dizer, subsidiários ao modo de representação adotado pelos cronistas: a maneira como o próprio jornal vê e anuncia, de acordo com o perfil editorial pretendido, a inserção das crônicas no contexto do periódico. No caso dos textos de um de seus cronistas, por exemplo, o escritor Ricardo Ramos, a chamada de capa e o texto da página interna que noticia a estréia do novo cronista, em 11 de outubro de 1984, com a crônica “A noite do travesseiro”, é bastante ilustrativa. A chamada de capa destaca que o publicitário e escritor estará dando uma radiografia diferente da cidade, de quem conhece o jogo consumista no qual seus moradores estão envolvidos. Já no texto da página três, assinado por Edenilton Lampião e que traz o título “A serviço da crônica, o conto como luneta social”, o jornalista apresenta alguns dados biográficos do autor e, nitidamente identificando a crônica com o conto, como se este fosse apenas um sinônimo da primeira, destaca que

Ricardo Ramos mantém a fidelidade ao conto [...], pois vê neste recurso a forma ideal para a simultaneidade de acontecimentos e efervescência atuais no Brasil e no mundo. Para ele, ‘embora o romance não tenha desaparecido, o conto está mais presente, especialmente no que se refere às pulsações urbanas’. Aos 55 anos de idade, [...] aqui neste canto da

Folha da Tarde, seu tema fixo será aquele que melhor se adequa ao conto: o imprevisível. (*Folha da Tarde*, 11/10/1984, p. 3).

As “pulsões urbanas” constituirão, desse modo, justamente a matéria prima para a composição temática da primeira e de outras crônicas de Ricardo Ramos e de grande parte dos demais cronistas. De acordo, portanto, com a proposta do jornal em que está inserida.

Em relação ao leitor previsto, já se pôde notar, ainda que precariamente, a partir das informações contidas nos tópicos iniciais destas reflexões, que se trata de um cidadão comum, principalmente urbano, morador dos grandes centros, jovem ou adulto, do sexo masculino ou feminino que convive com os efeitos ou identifica, de alguma forma, as situações narradas nessas crônicas.

Já em relação ao receptor do texto em qualquer tempo e lugar, o conteúdo representado exige, não só uma postura empática e identificadora com o texto, mas uma atitude atuante e interveniente no ato da leitura, pois este perfil pretendido e apresentado pelo jornal aos cronistas acaba, algumas vezes, influenciando e, outras vezes, até mesmo dirigindo os assuntos ali tratados. Resta ao cronista, pelo modo de representação adotado e pela sua capacidade de amearhar esses elementos, que são matéria prima do ato criador, representar um mundo em que a sociedade e a natureza estejam presentes em cada página, mas sem perder a autonomia que deve marcar as manifestações artísticas em sua totalidade e que conferem às crônicas, junto a um certo pragmatismo informativo, o seu caráter estético.

Considerações finais

Como se pode notar, a *Folha da Tarde* ou as “Folhas”, como destacado inicialmente, privilegia um perfil que de certa forma dita os meandros de enveredamento de seus cronistas. Em outras palavras, tendo como característica o enfoque de questões que afligem os habitantes de uma capital como São Paulo e trazendo, por extensão, textos jornalísticos que dão conta de assuntos do cotidiano, como problemas de

urbanização, dificuldades de transporte, notícias econômicas e denúncias, serviços de utilidade pública, comunicados, informes gerais sobre educação e cultura, entre outros, as crônicas, cada uma a sua maneira e de acordo com a fórmula que cada cronista obteve para “plasmear elementos não-literários: impressões, paixões, idéias, fatos, acontecimentos, que são matéria-prima do ato criador” e que dependem, antes de tudo, “da eloquência do sentimento, penetração analítica, força de observação, disposição das palavras, seleção e invenção das imagens”, conforme destaca Antonio Candido (1969, p.34), a seleção de assuntos pelos autores das crônicas nitidamente acompanha esse modo de representação da realidade pretendida pelo periódico.

NOTAS

¹ Entre os documentos, destaca-se texto mimeografado de nove páginas com o título “Nos bastidores da imprensa”, do jornalista Pedro Cunha, irradiado em ondas curtas e médias pela Rádio 9 de Julho, emissora oficial da Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo.

REFERÊNCIAS

CANDIDO, A. *Formação da Literatura Brasileira: momentos decisivos*. 4. ed. São Paulo: Martins, 1969. v.1.

_____. *et al. A crônica: o gênero, sua fixação e as transformações no Brasil*. Campinas: Ed. da UNICAMP; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1992.

_____. “A vida ao rés-do-chão”. In: *Para gostar de ler*. São Paulo: Ática, 1981.

FOLHA DA TARDE se despede após 43 anos de fidelidade ao leitor. *Folha da Tarde*, São Paulo, 21 mar. 1999.

LAMPIÃO, E. A serviço da crônica, o conto como luneta social. *Folha da Tarde*, São Paulo, 11/10/1984. Geral, p.3.

Comunicação em duas linguagens: o pintar e o escrever

Communication between two languages: the verbal and the visual texts

Laurita Fernandes FASSONI

Professora Doutora da Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo da UNIMAR- Universidade de Marília -SP – Brasil; Aposentada pela UNESP- Bauru e Coordenadora de Projetos de Iniciação Científica do IMESS - Instituto Municipal de Ensino Superior de São Manoel-SP.

E-mail: lfassoni@terra.com.br

&

Nelyse Aparecida Melro SALZEDAS

Professora Doutora da UNESP-Bauru-SP; Professora da FUNDEC (Fundação Dracênense de Educação e Cultura; Coordenadora de Projetos de Iniciação Científica do IMESSM; Coordenadora do Grupo de Pesquisa Leitura Texto Imagem – UNESP- Bauru-SP.

RESUMO

Esse artigo, resultante de um colóquio realizado no MIS- Museu de Arte e do Som de São Paulo no dia 17 de dezembro de 2003, é retomado agora com a finalidade de discutirmos a possibilidade da comunicação nas várias linguagens. Para tanto, lançamos mão da intertextualidade da obra de Saramago e dos poemas e telas de Portinari, e tendo como referencial teórico as idéias de Claude Gandelman em “Le regard dans le texte”; dos poemas de Eric Ponty, em “O menino retirante vai ao circo de Bródosqui” e do texto “Portinari Poeta e Pintor um diálogo entre duas artes”. (FASSONI, 2002);

PALAVRAS-CHAVE: comunicação- linguagem - poesia – imagem - pintura

ABSTRACT

This article results from a colloquy that occurred at MIS - Museum of Image and Sound in December, 2003, which is now retaken with the purpose of discussing the possibility of communication in various kinds of languages. For this purpose, we made use of the intertextuality between Saramago's productions and Portinari's poetry and paintings, having as theoretical reference the ideas of Claude Galdeman in “Le regard dans le texte”; the poetry of Eric Ponty in “O Menino Retirante vai ao Circo de Brodósqui” and the text “Portinari Poeta e Pintor um Diálogo entre Duas Artes” (FASSONI, 2004).

KEY WORDS: communication- language - poetry - image - painting

A comunicação é um processo de linguagens, seja ele visual, mediático, gestual, pictórico, dramático ou gráfico; constituindo-se também em um processo intertextual.

Começamos então o nosso artigo para re-citar um outro, com certeza muito melhor e apropriado ao que nos propomos dizer, o de José Saramago na obra *Manual de Pintura e Caligrafia*:

Observo-me a escrever como nunca me observei a pintar, e descubro o que há de fascinante neste ato: na pintura, há sempre o momento em que um quadro não suporta nem mais uma pincelada (mau ou bom, ela irá torná-lo pior), ao passo que estas linhas podem prolongar-se infinitamente, alinhando parcelas de uma soma que nunca será começada, mas que é, neste alinhamento, já trabalho perfeito, já obra definitiva porque conhecida. É sobretudo a idéia de prolongamento infinito que me fascina. Poderei escrever sempre, até o fim da vida, ao passo que os quadros, fechados em si mesmos, repelem, são eles próprios isolados na sua pele, autoritários, e, também insolentes.

Texto que, com certeza, Portinari a ele responderia: “Quanta coisa eu contaria se pudesse e soubesse ao menos a língua como a cor”. Palavras que expressam a alma do artista que soube rasgar o espaço fechado da tela, rompendo a moldura do espaço desmaterializado, e que, com penas e pincéis, transformados em bisturis mágicos, rompe o espaço tempo da infância e derrama azuis na terra brasileira.

Este texto, iremos tecê-lo com fios de várias cores, uma metalinguagem, cujo risco de bordado será Portinari. Para tanto, lançamos mão da obra de Saramago e dos poemas e telas de Portinari, e tendo como referencial as idéias de Claude

Gandelman em “Le regard das le texte”; (1986) dos poemas de Eric Ponty, em “O menino retirante vai ao circo de Bródosqui”; dos versos de Drummond e do texto “Portinari Poeta e Pintor um diálogo entre duas artes”. (FASSONI, 2002)

Tanto o escrever como o pintar, captam e representam o mundo pelas mãos e pelo olho: mãos que se movimentam com pincéis e lápis; olho que apreende as imagens e aciona a mão para expressá-las, desenhando versos e escrevendo as telas.

Essa idéia de olho-mão ressurge com a mão-olho que Drummond retoma em seu poema a Portinari ao dizer “mãos azuis que voam para o infinito”, e de outros poetas como João Cabral que ao poetizar em seus poemas *O sim contra sim* (1994) opõe Miró e Mondrian, retomando o conceito de mão que vê e que cria. De um lado, Miró, que dispensa a direita por achá-la estereotipada e enxerta-a à esquerda; por outro, Mondrian, por sabê-la mais simples, mais pura, sem vícios; que injeta mais sabedoria à direita, para deixá-la mais intelectual, mais precisa, mais doutora. Assim, olho e mão caminham, na pintura e na literatura, sempre apreendendo e representando o mundo que cerca o homem, por meio de um eu-lírico que transborda de tintas e palavras. São telas e poemas; poemas e telas.

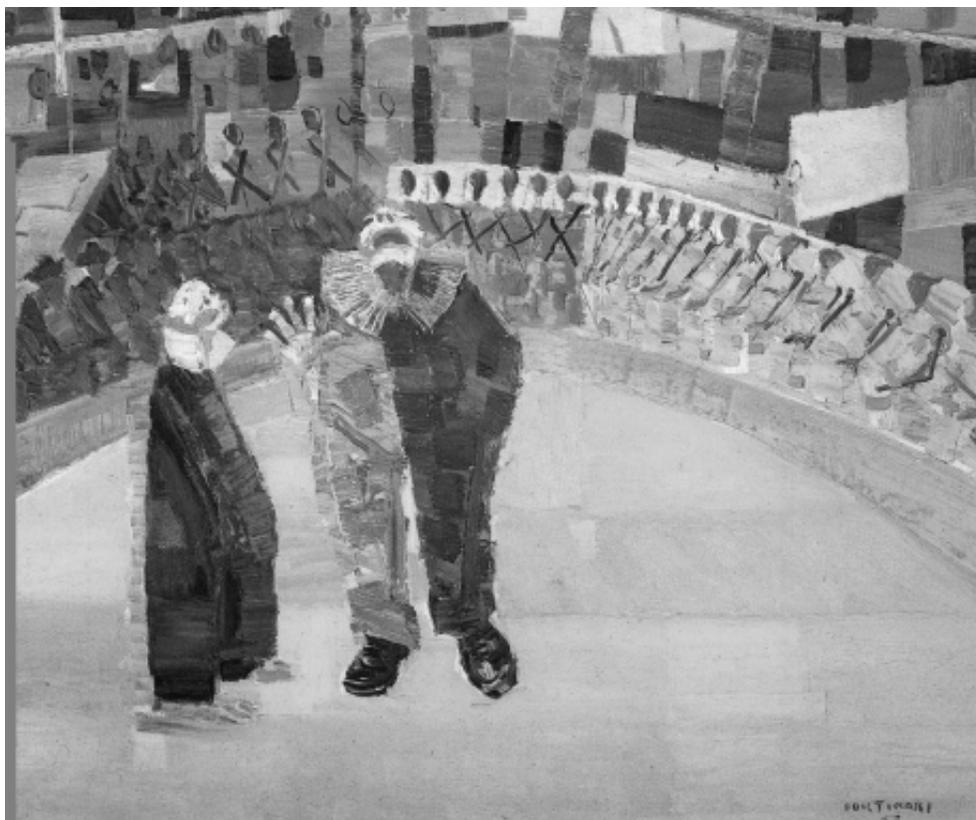
E aqui podemos perceber o escritor Saramago e o poeta e pintor Portinari buscando temas comuns em diversas linguagens: Em Saramago a tensão entre o pintar e o escrever e, em Portinari, que com a mesma tensão, busca o espaço e o tempo perdidos, *locus* da infância que esconde o circo em Brodósqui, para onde é levado o menino retirante de Ponty e que esconde, em seu baúzinho, as brincadeiras e os brinquedos do menino pobre: o estilingue, o pião, o diabolô.

Portinari põe na tela aquilo que Saramago põe na página; tela e página em branco que realizam a epifania, contemplação de si mesmo que emana das figuras e das palavras, pois como afirma Saramago, “um pincel é assim como um bisturi. Não é um bisturi, mas assim como um bisturi”. Serve para levantar delicadamente, ou aos rasgões, para saber o que está por baixo, tanto pela escrita como pela pintura, é uma questão de escolher, quando a tensão cresce dentro do poeta-pintor. Irá ele conhecer-se pelos seus manuscritos, pelas suas telas? Pelo retratar-se ou

pelo retratar? Outros irão conhecê-los pela *ut pictura poesis* ou pela *ut poesis pictura*?

Este jogo entre a pintura deve ser como a poesia e a pintura e que mimeticamente ilustra um processo de composição direcionado para interfaces da linguagem.

Entre tantas telas do pintor poeta, escolhemos, para este artigo, as alusivas ao tema do circo (1933, 1940, 1957), para podermos tecer fios com o texto de Eric Ponty, com o texto *Portinari Poeta e Pintor- um diálogo entre duas artes* e bordar desenhos que metaforizem a infância do nosso pintor maior, na emoção que celebrizou seus cem anos de nascimento comemorados em 2004.



O Circo, 1957

Em *Poemas*, (1964), Portinari relembra seus sonhos de menino pobre na distante Brodóski:

Sentia- me feliz quando chegava um circo
Vinha de terras estranhas
Todo o meu pensamento se ocupava dele.
O palhaço, montando um burro velho fazia
reclame com a meninada acompanhando.

Na mesma obra afirma o poeta: “Aqui, também nos sonhos, nos transportávamos para outra região”, antecipando a imagem do circo com a do sonho do menino de Brodóski, imagem da fantasia que irá perpassar por tantas outras telas e tantos outros poemas. Nas imagens do circo, nos poemas e nas telas, o tempo, impreciso, recria simultaneamente o dia e a noite. Poema e tela são construídos no espaço entre o adormecer e o acordar, entre a vigília e o sono, e no vão, no desvão da realidade está o onírico, o surrealismo, o sonho. Sonho do menino de Brodóski em fugir com as trapezistas.

Esses planos, que se constituem fusão dos poemas e das telas, não se limitam a separar a noite do dia – separam os sonhos da realidade; separam o poeta menino lembrando a infância e o poeta adulto, de olhos entristecidos e ensimesmados

Entre estes dois planos, e entre os dois momentos dos poemas e das telas, entre o adormecer e o acordar, existe o espaço, o vão, o desvão, espaço onde o sonho se faz presente. Na parte superior, o espaço da fantasia, espetáculo circerce; jogo e movimento, imagem congelada no ir e vir do trapézio, tapume teatral. Os meninos que balançam são anjo esvoaçou entre o céu e a terra, entre o mundo da fantasia, da magia e da terra que os aguarda. Infância descuidada de menino pobre que encontra a alegria nas coisas simples – menino malabarista, trapezista no espetáculo do sonhado salto mortal. Aqui já se antecipa o conceito de circo como o do sonho do menino de Brodóski, da fantasia que irá perpassar por telas e poemas sobre a temática interna de um circo, trapezista, do palhaço, e do equilibrista;

todos os habitantes (meninos) do povoado eram apaixonados pela trapezista, pelo palhaço montado ao contrário em um animal velho, pintado e vestido para as funções e que percorria o povoado, com a criançada gritando: *O palhaço que é? Ladrão de muié*. E assim o circo fixava-se na memória da infância, um misto de alegria e saudosismo. Essa escrita que ilustra as telas de Portinari é figurativa, enfática, pois tenta fazer novos signos entre o que foi dito e o que é visto: a cerca das casas; o palhaço montado ao contrário; as crianças acompanhando-o; o circo entre luz e sombra são elementos plásticos tanto do dito como do visto. Já na tela de 1933, uma outra epígrafe "ilustra-a".



O Circo, 1933

O palhaço, montado em um burro velho,
fazia reclame com a meninada acompanhando.
Eu assistia ao espetáculo e apaixonava-me pelos acrobatas
de 10 a 15 anos.
Fazia planos para ficar com elas. Nunca lhes falei.

Plasticamente, a cor ou um ou outro elemento pictórico a diferencia da de 1940, especialmente na representação do horizonte e do plano físico, onde o terroso predomina. Parece que o poeta-pintor, em uma obsessão metafórica pelo circo, viu-o várias vezes e é igual, em tempos diferentes, não se desprendendo da sensação de liberdade e de fantasia que ele lhe trazia.

Não importa dizer aqui quem foi o maior, o pintor ou o poeta, pois podemos ver, um no outro. Talvez, plasticamente, um não existisse sem o outro, pois na alma, na essência do pintor está a imagem do poeta; nas telas do pintor, estão as poesias do poeta; nas poesias do poeta, estão as telas, para serem legíveis e visíveis. Ali, encaixam-se o visto e o dito, aquele que pinta com as letras e escreve com as emoções das cores.

E é, exatamente isto, o que se vê na tela *O Circo* de 1957. Tela multicolorida, renunciando a alegria e fantasia do espetáculo: uma arena; dois palhaços centrados; cadeiras e público, renunciando, já em um cubismo não ortodoxo, as figuras cubo- impressionistas. A retomada da série do circo nos revela uma metáfora obsessiva da infância que aponta para elementos estéticos que se processam nas telas que vão do primitivismo ao abstrato-representativo; através de cubos, manchas, sombras, luz e traços disformes que assinalam o poder e a importância da arena espetacular e minimizam o público espectador. É o circo em si, na sua essência, na sua dramaticidade, a expressão do pintor.

Há um texto que o antecede. Qual dos dois ilustram? “Voltando-me à vida real, entristecia-me. Não era eu um príncipe? Nada disso. Roupas baratas, pobreza... até as flores lá de casa pareciam murchas e sem perfume”.

Os dois se conjugam e constroem um terceiro texto feito pelo leitor que verá na tela a projeção do outro, do poeta-pintor, em processo de complementaridade. Conjugando o pintar e o escrever, inserimos neste artigo o poema “O Circo” a fim de paralisar o pintar e o escrever tensões entre linguagens de Portinari (1964)

Sentia- me feliz quando chegava um circo
Vinha de terras estranhas.
Todo o meu pensamento se ocupava dele.
O palhaço , montado num burro velho, fazia
Reclame com a meninada acompanhando.
Eu assistia ao espetáculo e me apaixonava pelas
Acrobatas de dez a quinze anos. Fazia
Planos para fugir com elas. Nunca lhes falei.
Por elas tudo em mim palpitava.
Voltando à vida real, entristecia-me. Não era eu
Um príncipe?... nada disso. Roupas baratas,
Pobreza... Até as flores lá de casa pareciam
Murchas e sem perfume. Só nos achávamos
Bem rondando o circo. Quando partia para outra
Localidade, eu sentia tanta tristeza, chegava ao desespero,
Chorava copiosamente; desolado ia ver o terem
Passar na direção onde estavam as acrobatas.
Talvez pensassem em mim
O trem seria meu emissário.
Nos encontraríamos mais
Tarde...O tempo deixava pequena lembrança
Até a chegada de outro circo...

Uma outra tela também foi objeto de estudo, a fim de terminar o tecido deste texto: *Os Retirantes*, visto conjuntamente com o texto de Eric Ponty- *Pequeno Estudo para Os Retirantes* e um pequeno texto de *Portinari- poeta e Pintor- um diálogo entre duas artes*.



Os Retirantes, 1944



Menino com Bauzinhos, 1949

O Menino Retirante Segurando Bauzinho, 1949

Por que partes tão cedo de casa?
que procuras? É a ave que voa?
Que foi feito de casa de terra?
Aonde foram os amigos?

Por que bate a noite em teu peito?
Deixaste alguma coisa esquecida?
Aquele árvore, jacarandá verde, parecia segurar o mundo: ainda
está onde deixaste dois dias atrás?

Por que partes tão cedo de casa,
que procuras? É ave que voa?
Por que andas de galho em galho?
Que guarda o baú de tão valioso?(PONTY, 2004)

Um quadro prende, circunscreve o bando de retirantes, um poema prende-o em doze versos, agrupados em três, cinco e quatro, um projeto estrófico assimétrico como também é a tela de Portinari. “Espaço, pássaros, sol e corpo ausente são os elementos compositivos, acentuados por verbos ilocutivos que, em um processo implícito, transformam a fala em persuasão- a da morte, presente em corpo ausente e em um pré-texto: “Antes de peregrinar pelo mundo”, um alerta, um outdoor, que abre a cena, antes do início da ação, um verbo tomado na sua acepção primeira de andar vagarosamente, percorrer grandes distâncias e o alerta: alerta antes de surpreender o rol de infinitivos que lhe seguem: compreender, sentir, saber, perceber e admirar-se. São seqüências de verbos intelectivos, intercalados por sensitivos, são razão e sensação, entremeados de paisagens, de falas semelhantes e da fala seca, dos pássaros, construção resultante de uma hipálage, a encomendar almas ao azul.

A última estrofe mistura atos perceptivos, com destino, com amargura do verão e a sombra do filho ao sol, com o corpo ausente. O poema todo é um espaço a ser preenchido por elementos indiciais do destino, da morte, da fuga, da seca; enfim, dos retirantes.

Poderíamos dizer que este poema guarda um diálogo em sua composição, expresso pelo refrão da primeira e terceira estrofes, ao substituir os dois versos finais:

Porque partes tão cedo de casa
Que procuras? É ave que voa?

Verso substituídos da primeira estrofe:

Que foi feito da casa de terra?
Aonde foram os amigos?

Por versos substituídos na terceira estrofe
Por que andas de galho em galho?
Que guarda o baú de tão valioso?

Esta substituição marca a evolução em uma narrativa intercalada, através de uma redondilha menor nos versos:

Está onde deixaste dois dias atrás?

O poema é todo construído em torno de uma interrogação retórica. Só há perguntas: *por que partes? O que procuras? Por que andas de galho em galho? Que guarda o baú de tão valioso?* E o leitor de seu poema permanece na dúvida da partida, da busca e do conteúdo do baú.

Há tentativas de respostas que redundam em outras perguntas: *O que procuras? É ave que voa? É a ave que perde a casa de terra e anda de galho*

em galho, em uma metáfora, onde o semas de ave e do menino retirante se cruzam, pois ele também voa e busca a casa esquecida.

Uma releitura interrogativa da tela de Portinari que nós, leitores espectadores, faríamos com certeza. Uma pintura expressionista, cujos pés e olhos marcam uma linguagem gestual pela semiose do detalhe, do traço e da cor, com destaque para a deformação dos pés e dos olhos. O baú é o elemento de estranhamento, o que não acontece com a enxada por sobre os ombros. O panejamento, as vestes, ampliam a figura esquálida do retirante, bem como chapéu que redimensiona a estrutura.

O baú e a enxada seriam signos iniciais dos retirantes. E os olhos e pés seriam, igualmente, indícios da exploração do homem pelo homem.

Eis o menino retirante, com olhos abertos, espantados pela visão do mundo do que veria; os pés calejados pelas andanças com sua mudança em apenas um baú. Eis tudo. A imagem é um signo visual, global, imediato, motivador e impactante. Tudo isto presente em um menino com baú.

E como conclusão, embora inacabada, por representar sempre a gestualidade do artista, portanto mutável como o vento e inacabada como tudo o que se supõe belo, afirmamos:

Ponty, poeta do poema, da tela e da poesia – Portinari: poeta do mundo, poeta do espaço de sua terra e de sua infância; artista que depois do território deixado, retornou para pintá-lo. Dor do território deixado, memórias do palaninho. *Locus* de tantos poetas, de tantos severinos, iguais a tantos de pia....pássaros que encomendam almas ao azul., ao azul do agreste, ao azul de tantas mortes severinas – azul de Portinari; azul de pintado em um céu que esconde almas – almas de sua gente que se universaliza através da grandeza e da beleza no nosso artista maior, artista com certeza, de muitos centenários.

E retomando nossas primeiras considerações, apontamos a intertextualidade existentes entre as duas linguagens, a verbal e a pictórica, elementos extrínsecos ao processo de comunicação seja ele visual ou gráfico, considerando-se ainda o verbal e o não-verbal, haja vista que Saramago, na busca da expressão tensionou-se entre a pintura e a caligrafia; e Portinari ao dizer “ se ao menos..eu soubesse e pudesse

ter a língua como a cor””, manifestando ambos a angústia da expressão e da comunicação.

REFERÊNCIAS

AREAL, A. S. *Estrutura do sentido* - antecedida por análise e definição da poesia. Lisboa: Portugália Editora, 1958.

BOSI, A. *Reflexões sobre a Arte*. São Paulo: Ática, 1977.

CALABRESE, O. *A linguagem da Arte*. Rio de Janeiro: Editora Globo, 1985.

DIDEROT, D. *Ensaio sobre a pintura*. Campinas: Papyrus, s/d.

GANDELMAN, C. *Le regard dans le texte*. Paris: Klickfleck, 1986.

MANGUEL, A. *Lendo imagens*. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

MELLO NETO, J C. *Obras completas*. Rio de Janeiro: Aguillar, 1994.

NORMAS PARA PUBLICAÇÃO

COMUNICAÇÃO: VEREDAS publica artigos, resenhas de livros e teses, ensaios, resumos, comunicações, notas técnicas, contos, crônicas, poemas, traduções e textos de interesse na área da Comunicação, após ouvido o Conselho Editorial.

Os trabalhos para apreciação poderão ser enviados pela Internet, no endereço bulik@sercomtel.com.br (atentando para o tamanho do arquivo, que não deverá ultrapassar 3 mega bytes, já inclusos tabelas e gráficos) ou via correio (Profa. Linda Bulik -Rua Sergipe, 1774 / Ap. 703 CEP 886020-330 – Londrina – PR) em disquetes 3 1/2 (devidamente identificado), gravado em editor de texto Word for Windows. Os textos devem conter de 15 a 25 páginas, com as seguintes especificações: página formato A4, fonte Times New Roman, corpo 12, entrelinha 1,5, com 3 cm de margem superior, e 2,5 inferior, esquerda e direita, parágrafo com recuo de 1 cm da margem esquerda, observando-se as regras de normalização da ABNT. O autor deve informar seu endereço completo e e-mail na primeira página do trabalho, para contato.

Serão aceitos trabalhos escritos nos seguintes idiomas: espanhol, inglês, português, francês e italiano.

PROCEDIMENTOS PARA APRESENTAÇÃO DOS TRABALHOS

a) PRIMEIRA PÁGINA : título completo do artigo no mesmo idioma do texto e, em seguida, traduzido para o inglês, seguido do nome completo do(s) autor(es) (por extenso e apenas o último sobrenome em maiúscula); filiação científica, na seguinte ordem: titulação, Departamento, Instituto ou Faculdade onde atua, sigla, cidade, estado e país.

b) SEGUNDA PÁGINA contendo: resumo de, no máximo, 200 palavras e cinco palavras-chave; título em inglês, Abstract e Key Words.

c) CORPO DO TEXTO

- Títulos em negrito, corpo 14, alinhados à esquerda

- Subtítulos destacados em negrito, no mesmo corpo do texto, alinhados à esquerda.

- Texto contendo, sempre que possível, INTRODUÇÃO, DESENVOLVIMENTO (corpo do texto com as reflexões), CONCLUSÕES e REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Notas de rodapé devem ser, na medida do possível, incluídas no corpo do texto ou apresentadas no final do texto, antes das referências bibliográficas.

- Tabelas e gráficos deverão ser numerados consecutivamente, em algarismos arábicos, e encabeçados por seus respectivos títulos.

- Fotografias e ilustrações serão publicadas em preto e branco e devem ser enviadas separadamente ou escaneadas em boa resolução.

As citações bibliográficas devem seguir as normas da ABNT, ou seja:

a) Citações curtas (até três linhas) são incorporadas ao texto, transcritas entre aspas, com indicações das fontes de onde foram retiradas.

b) Citações longas (mais de três linhas são transcritas em bloco, **sem abrir parágrafo**, e em espaço simples de entrelinhas com recuo de 4 cm da margem esquerda, com letra menor que a do texto (fonte tamanho 10) e **sem aspás**, com indicação das fontes de onde foram retiradas. (Exemplo: KUNSCH, 1992, p. 23).

c) Citações no corpo do texto deverão ser feitas pelo sobrenome do autor, entre parênteses e separado por vírgula da data de publicação EX: (SILVA, 1984). Caso o nome do autor esteja citado no texto, deverá ser acrescentada a data entre parênteses. Por exemplo “Silva (1984) aponta [...] “. Quando for necessário, especificar página(s), que deverá (ão) seguir-se à data, separada(s) por vírgula e precedida(s) de p., com espaçamento (SILVA, 1984, p. 28). As citações de diversas obras de um mesmo autor, publicadas no mesmo ano, deverão ser discriminadas por letras em ordem alfabética, após a data, sem espaçamento (SILVA, 1984a; 1984b). Quando a obra tiver dois autores, ambos deverão ser indicados, ligados por ponto e vírgula (SILVA; SOUZA, 1987). No caso de três ou mais, indica-se o primeiro, seguido da expressão et al. (SILVA et al., 1986).

- Anexos e ou apêndices serão incluídos somente quando imprescindível à compreensão do texto.

- Referências bibliográficas: as referências bibliográficas deverão ser arroladas no final do trabalho, pela ordem alfabética do sobrenome dos autores, obedecendo às normas da ABNT (NBR 6023, de agosto de 2002).

- Ex:emplos:

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. *Metodologia do trabalho científico*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1986.

PEREIRA, J. E. D. As licenciaturas e as novas políticas educacionais para a formação docente. In *Educação e Sociedade*, ano XX, n. 68, p.109–125, dez, 1999.

VIANNA, I. O. de A. A disciplina participativa na escola: um desafio a todos os brasileiros. In: D'ANTOLA, A. (Org.). *Disciplina na escola: autoridade versus autoritarismo*. São Paulo: EPU, 1989. p. 13-28.

INFORMAÇÕES GERAIS

d) Os trabalhos deverão ser inéditos e os artigos deverão focar os objetos da Comunicação, isto é, as mídias e seus produtos.

e) Os direitos autorais dos trabalhos aceitos serão cedidos à Revista COMUNICAÇÃO: VEREDAS.

f) Os trabalhos que não estiverem de acordo com estas normas serão devolvidos ao (s) autor(es).

g) Os casos não previstos por estas Normas serão resolvidos pelo Conselho Editorial da Revista.

h) Os dados e conceitos emitidos nos trabalhos, bem como a exatidão das referências bibliográficas, são de inteira responsabilidade dos autores.

i) Os artigos só serão submetidos ao Conselho Editorial depois que a Comissão de Publicação da revista verificar o atendimento dos requisitos acima.

INDICE DE AUTORES / AUTHOR INDEX

A

Ana B. URIBE ALVARADO, 11

Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER, 271

Ana Maria GOTTARDI, 145

Antonio de ANDRADE, 73

Aroldo José Abreu PINTO, 337

C

Carly Batista de AGUIAR, 91

E

Elêusis Mírian CAMOCARDI , 243

F

Francisco Machado FILHO, 297

G

Gilberto Gonçalves ROSSI JR, 243

L

Laurita Fernandes FASSONI , 347

Linda BULIK, 43

Lúcia Correia Marques de Miranda MOREIRA , 191

M

Maria Cecília GUIRADO, 225

Maria Inez Mateus DOTA, 207

Maximiliano Martín VICENTE, 175

Murilo Cesar SOARES, 119

N

Nelyse Aparecida Melro SALZEDAS, 347

Nícia Ribas D'ÁVILA, 313

R

Raquel CABRAL, 175

Ricardo Cassiolato TORQUATO, 43

S

Sânderson Reginaldo de MELLO, 313

Sebastião Carlos de Moraes SQUIRRA, 73

Suely Fadul Villibor FLORY, 297