



Recepção cidadã: uma proposta metodológica de leitura crítica dos meios.¹

Dennis de Oliveira²

Universidade de São Paulo

Marta Regina Maia³

Faculdades Integradas Metropolitanas de Campinas

Resumo

Este trabalho apresenta uma proposta metodológica de leitura dos meios de comunicação jornalísticos intitulada *recepção cidadã*. A idéia central é partir dos princípios históricos, sociais e culturais que nortearam a construção da sociedade liberal, base para constituição desta modalidade de comunicação – a mídia – para desvendar os mecanismos estruturais que constroem este discurso e o legitima como referencial no debate público. Com isto, cotejando-se com as especificidades do receptor, visto aqui não meramente como um consumidor passivo dos produtos mediáticos, mas como um sujeito portador de tradições culturais específicas, pretende-se erigir um espaço público diferenciado em que as múltiplas vozes (da mídia e dos seus receptores) se confrontem e explicitem suas contradições, gerando uma nova forma de agir político e, portanto, de construção da cidadania.

Palavras-chave

Processos mediáticos e culturais; comunicação; recepção; cultura e jornalismo.

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Comunicação e Culturas Urbanas. Santos, 2007.

² Dennis de Oliveira é professor do curso de Jornalismo da Escola de Comunicações e Artes da USP, mestre e doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, instituição onde também se graduou como jornalista. É líder do Grupo de Pesquisa Processos Mediáticos e Culturais e coordenador do Centro de Estudos Latino-Americanos de Cultura e Comunicação (Celacc/USP). E-mail: dennisol@usp.br

³ Marta Regina Maia é Doutora em Ciências da Comunicação - Jornalismo - pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), Mestre em Educação pela Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep) e professora da Metrocamp (Faculdades Integradas Metropolitanas de Campinas). Historiadora formada pela Unicamp. É vice-líder do Grupo de Pesquisa "Processos Mediáticos e Culturais". Integra também o Núcleo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. Mantém o site: www.martamaia.pro.br.



Introdução

A percepção de que a mídia transformou-se no novo *locus* para o exercício da política motivou diversos pesquisadores a desenvolverem projetos voltados para uma “educação para a leitura dos meios”. Estes projetos tiveram o seu auge no final dos anos 70 do século passado com as experiências das Leituras Críticas dos Meios de Comunicação, metodologia proposta pela UCBC (União Cristã Brasileira de Comunicação)⁴, que hoje se consubstanciaram em um novo campo de estudos denominado *educomunicação*. A Associação Brasileira de Escolas de Comunicação (Abecom) aproveitando experiências em outros países discute a possibilidade de que a leitura da mídia seja incorporada nos currículos das escolas de ensino fundamental e médio.

Na ótica do mercado, a preocupação em se aproximar da educação formal por intermédio de projetos específicos, também acontece, mas por outros motivos: o de renovar o público-leitor e consumidor. Todos os dados mostram que há uma estagnação ou mesmo queda na tiragem dos grandes veículos impressos ao lado de uma maior concentração de títulos. Assim, as ações das grandes empresas de comunicação visam solidificar uma cultura mediática junto a estes novos leitores para que eles se apresentem, em um futuro próximo, como os legítimos representantes daqueles que formarão a sociedade civil.

Nestes primeiros anos do século XXI há um movimento de ampliação do fluxo de informações que circula na sociedade, em especial pela Internet. Este processo, no entanto, ainda está longe de ser considerado democrático, tanto pela possibilidade de acesso à rede, que ainda é restrito, quanto pelo processo de fusões de grandes corporações mediáticas nas últimas décadas, que tentam centralizar esse processo. As empresas brasileiras do setor também seguem esta tendência, mais acentuada ainda com a entrada do capital estrangeiro que antes de 2002⁵ não era permitida pela legislação.

Se o novo século surgiu com seis dos dez velhos grupos tradicionais de mídia ainda sob o comando das respectivas famílias (Abravanel, Civita, Frias, Marinho, Saad e Sirotsky), três entre esses sobreviventes passaram a dividir parte de seu capital com empresas estrangeiras. O grupo Abril vendeu 13,8% de suas ações a fundos norte-americanos de investimento administrados pela Capital International Inc. O Grupo Globo virou sócio minoritário de Rupert Murdoch na Sky Brasil e

⁴ A este respeito ver as obras de Ismar SOARES. *Para uma leitura crítica dos jornais*. São Paulo: Paulinas, 1984.

⁵ Neste ano, ocorre mudança constitucional que, entre outras questões, modifica o artigo 222 da Constituição que permitia que apenas “brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos” fossem proprietários das empresas de comunicação. Ela possibilita ao capital estrangeiro a participação de até 30% do controle acionário das empresas desse setor.



vendeu 36,5% do capital votante da NET (distribuição de TV paga) para a Telmex, grupo mexicano de telecomunicações. O Grupo Folha cedeu 20% de todo o seu capital para a Portugal Telecom, a PT, que era sua sócia, anteriormente, apenas na operação de internet, o UOL.⁶

A concentração dos meios de comunicação também obstaculiza o direito à comunicação, que é garantido, mesmo de maneira genérica, pelo Capítulo dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos da Constituição⁷, artigo 5º: “IX – é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”. No Capítulo V, Da Comunicação Social, artigo 220, parágrafo 5º, a Constituição também assegura que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”.

É notório o descumprimento do parágrafo 5º, citado acima, que não mantém similitude com a realidade nacional. Esta concentração também prejudica o processo de produção das informações. A sociedade fica alijada, pois não tem acesso aos procedimentos adotados pelos profissionais em sua prática cotidiana. Outro aspecto relevante, no reverso dessa análise, é que os próprios meios de comunicação enfrentam as dificuldades de acesso às informações públicas⁸ e as do setor privado.

Qualquer projeto que tenha como objetivo esclarecer e tornar mais transparente o processo de construção das notícias produzidas e veiculadas pelos meios de comunicação só poderá contribuir para reparar equívocos como o mito da imparcialidade dos meios. Ao propor uma metodologia que amplie a recepção cidadã por parte dos leitores, espera-se participar da proposição de novos parâmetros de experiência democrática da população brasileira. Entretanto, antes de propor esta metodologia, é preciso recuperar algumas concepções que amparam a presente proposta.

Dimensão ontológica da comunicação

A ciência da comunicação, originária das ciências sociais, trata cientificamente do processo comunicativo a partir da sua particularidade histórica da comunicação mediática. Esta particularidade histórica agrega dois elementos – o primeiro é a emergência da atualização como demanda do ser humano que se constrói no projeto da modernidade, um ser humano que desencanta sua visão de mundo, gerando o segundo

⁶ COSTA, Caio Túlio. *Modernidade Líquida, Comunicação concentrada*, p. 181.

⁷ CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm. Acesso em: 10 dez. 2006.

⁸ A Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) realizou, entre os meses de março a maio de 2007, um levantamento em diversos estados brasileiros demonstrando que não há uma cultura democrática de divulgação de informações do setor público. Os dados podem ser obtidos no site www.abraji.org.br.



aspecto, a racionalidade como centralidade na forma de apreensão da realidade e que age na perspectiva de uma “destruição criadora”, o movimento constante de transformação que caracteriza a modernidade.

Os meios de comunicação de massa, que tem sua origem no projeto da modernidade, encampam estas duas visões implementando o que se configura uma racionalização do cotidiano – uma busca por novidades, mas dentro de esquemas movidos pela razão. Por esta razão, as tecnologias mediáticas avançaram no sentido de ampliação espacial e temporal da cobertura. As tecnologias mais avançadas de comunicação tanto permitem uma amplitude espacial do alcance como também encurtam o tempo de transmissão de códigos de um ponto a outro.

Entretanto, esta perspectiva de comunicação humana é uma experiência ontológica de um ser humano típico da modernidade capitalista e que se aguça a medida que esta experiência civilizatória avança espacial e temporalmente. Neste sentido, tem-se uma sedimentação de um modo capitalista de pensar que se traduz não por um corpo de proposições fechadas mas em uma forma de percepção do mundo.

A comunicação humana se articula dentro disto que chamamos de dimensão cultural do ser humano. As suas formas são operações sociais desta dimensão cultural, representando, portanto, não apenas transmissão de mensagens e conteúdos mas fundamentalmente perspectivas de vivência e ambiência cultural. Assim, é certo supormos que o ser humano em outras dimensões culturais e experiências sociais desenvolveu outras formas de comunicação distintas desta e que esta só tem explicação se vista a luz da experiência histórica atual. A comunicação humana, no seu sentido ontológico, é uma categoria trans-histórica, porque permeia todas as formas de sociabilidade humana. Ela adquire diversos formatos e formatações, estruturas e estruturações. A ciência da comunicação deve se preocupar com estas trajetórias da comunicação humana percebendo nesta práxis elementos necessários para perceber de que forma as experiências de ambiência e sociabilidade humana se sedimentam, entram em crise ou se transformam.⁹

Independente das diferenças destas concepções teóricas fica nítido em todas elas que a dimensão humana adquire uma complexidade tal que torna extremamente limitada e insuficiente considerar que o universo cultural e simbólico é mero reflexo ou reprodução das estruturas sócio-político-econômicas e que a superação dos seus problemas passa apenas por um processo de esclarecimento. As perspectivas de transcendências apontadas por segmentos sociais subalternizados são construídas dentro de universos simbólicos constituídos dentro das estruturas hegemônicas e seus

⁹ MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem manipula quem*. Petrópolis: Vozes, 1989

rompimentos passam, necessariamente, pela negação dos espaços de ambiência e vivência constituídos, levando estes “rebeldes” a uma exclusão cultural ou ainda a uma cooptação de forma que esta rebeldia se transforme meramente em uma performance formal, dentro de uma sociedade marcada por relações esquizóides¹⁰.

Estas novas ambiências que criam o que Otávio Ianni chama de “multidão solitária”¹¹ enfraquecem os vínculos, formalizam ainda mais a dimensão relacional (já formalizadas pelas emergências dos contratos que emergem na experiência capitalista) e dão uma dimensão exagerada para o mundo virtual, visto como o substituto de uma ambiência social enfraquecida. O poder da mídia reside nesta configuração desta sociedade chamada de líquida por Bauman¹² e não por uma conspiração dos seus proprietários ou ainda meramente por ser a mídia uma instituição inserida na estrutura social capitalista e, portanto, reprodutora dos seus valores.

Desta forma, entende-se que é na crítica cultural que reside a possibilidade de gerar novas posturas do público perante a mídia, revalorizando e recontextualizando outras dimensões que recolocam o universo mediático-simbólico em outra posição. Para isto, entende-se que dois conceitos básicos podem balizar esta recolocação, pelo menos no atual contexto: o conceito de *cidadania*, entendendo este como o de sujeito ativo no processo global em todos os seus aspectos e não apenas os formais, e o de *solidariedade*, recolocando o sujeito em uma postura de construção de um espaço relacional – eu e tu igual a nós – e, portanto, coletivo.

Desta forma, a recepção cidadã se constrói primeiramente na percepção dos recursos existentes no contexto de recepção das mensagens mediáticas e, em segundo momento, na articulação destes recursos com a construção dos sentidos por parte deste universo de receptores.

Metodologia da recepção cidadã

A objetivação do relato, motivada principalmente pelo advento da imprensa massiva, reduz a comunicação a uma dimensão racional, a um instrumento de transmissão de informações. E, com o propósito de atingir o maior número possível de

¹⁰ E nesta perspectiva da formalização das rebeldias que se assenta a idéia de um *multiculturalismo conservador* proposto por Peter McLaren ao analisar o crescimento desta tendência nos Estados Unidos, em especial em relação aos afro-americanos. Ver McLAREN, Peter. *Multiculturalismo crítico*. S. Paulo: Cortez/Instituto Paulo Freire, 2000.

¹¹ IANNI, Otávio. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

¹² BAUMAN, Zygmunt. *A modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

pessoas e ser rapidamente decodificada, a informação acabou sendo gramaticalizada¹³, o que resultou, em geral, em regras e normas que desconsideram a subjetividade inerente ao profissional que relata e também ao receptor que lê e reconta. As contradições são elementos intrínsecos à esfera jornalística, que comporta interesses diversificados, envolvendo as visões dos jornalistas, das fontes, dos editores, dos empresários do setor, da chamada opinião pública e ainda dos grupos sociais organizados.

É importante refletir sobre estas tensões no âmbito do jornalismo quando, na atualidade, a notícia também se transforma em uma mercadoria. Se a base da sociedade é a relação mercantil, então o que se observa, muitas vezes, é a transposição desta relação também no campo da comunicação. As notícias e reportagens parecem seguir certas regras de produção da área, mas uma análise mais criteriosa, no entanto, permite entrever diversos interesses dessa lógica. Muitas fontes de uma informação, por exemplo, servem somente para corroborar certas visões já definidas *a priori*.

A objetividade jornalística, propalada pelos meios e até ensinada e reforçada em alguns cursos de jornalismo, deve ser pensada sim, mas no âmbito dos métodos de apuração da informação. Não precisa ser vista como elemento de oposição à subjetividade:

No jornalismo, a objetividade não surgiu para negar a subjetividade, mas sim para reconhecer a sua inevitabilidade. Seu verdadeiro significado está ligado à idéia de que os fatos são construídos de forma tão complexa e subjetiva que não se pode cultuá-los como expressão absoluta da realidade. Pelo contrário, é preciso desconfiar desses fatos e propor um método que assegure algum rigor ao reportá-los. Foi com esse espírito que foram criadas as técnicas do lead e da pirâmide invertida na virada do século dezanove para o vinte. Elas substituíram o jornalismo opinativo pelo factual, priorizando a descrição objetiva dos fatos. Conforme deixou claro o jornalista americano Walter Lippmann, que sistematizou essas técnicas em 1920, no livro *Public Opinion*, "o método é que deveria ser objetivo, não o repórter."¹⁴

Outro aspecto decorrente desse processo, é que um fato, geralmente é noticiado de maneira bipolar, com a utilização convencional de dois lados de um mesmo

¹³ Nos referimos especialmente aos cadernos de normas e redação de alguns veículos que tentam uma padronização de procedimentos que, muitas vezes, entorpecem a criatividade tanto do processo de captação quanto da produção textual e edição das matérias jornalísticas.

¹⁴ PENA, Felipe, <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=419JDB004>. Acesso em 7/2/2007, às 21h.



acontecimento, sem espaço para outras opiniões, como se a realidade pudesse ser reduzida somente a duas visões.¹⁵

A capacitação dos indivíduos para a recepção cidadão do jornalismo passa pela compreensão do pressuposto de que a realidade é construída pelos jornalistas e pelos interesses relacionados a este processo. Como afirma Edgar Morin, “não há conhecimento ‘espelho’ do mundo objetivo. O conhecimento é sempre tradução e construção. Daí resulta que toda observação e toda concepção devem incluir o conhecimento do observador que concebe”¹⁶. Esta percepção é essencial para o leitor, já que, muitas vezes, este faz a leitura a partir de uma noção de que o jornalismo veicula informações objetivas, sem contradições, e que a verdade estaria contemplada no fato veiculado.

Traquina afirma que o jornalismo é uma forma de enxergar e relatar o mundo, um discurso com particularidades. Esta forma particular de discurso tem uma forma de se constituir que, entre outras coisas, se opera por mecanismos de seleção do que merece ser noticiado o que Traquina chama de *valores-notícia*. Estes valores-notícia agregam desde elementos vinculados a própria natureza do fato (os chamados valores substantivos) nos quais percebem valores como originalidade, proximidade espacial e cultural, impacto, inesperado, notabilidade e tangibilidade; e elementos vinculados ao contexto da publicação em si (os chamados valores contextuais), como público-alvo, concorrência de outros veículos, condições estruturais de cobertura, entre outros.¹⁷

Um outro aspecto a ser considerado é que o relato jornalístico é, no dizer de Mouillad, um *meta-relato*.¹⁸ Isto porque o jornalista constrói o seu relato a partir dos relatos de outros, o que confere um peso grande na escolha das fontes e na *relação* entre o jornalista e a fonte. Esta ambivalência do jornalista – captador de relatos e construtor de um outro relato – coloca o texto jornalístico em uma dimensão simbólica e bem distante de uma visão empírica de realidade como pode parecer ser.

O papel das fontes na construção do discurso jornalístico já foi abordado em vários outros trabalhos acadêmicos. Chomsky¹⁹ considera a escolha das fontes como um “filtro jornalístico” que fabrica um consenso; os manuais de redação se preocupam com

¹⁵ Um exemplo típico: uma greve de operários. O sindicato diz que a categoria está em greve e o empresário do setor garante que os operários estão trabalhando. Na versão bipolar, seriam divulgadas as versões sem muita preocupação de checagem da realidade por parte do profissional. E o leitor, como fica? Fica sem as informações objetivas que poderiam ser conseguidas por intermédio de outras fontes, de ida ao local da empresa, entre outras possibilidades.

¹⁶ MORIN, Edgar, 1997, p. 201.

¹⁷ TRAUQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo – Vol. 2 (a tribo jornalística)*. Florianópolis: Ed. UFSC, 2005.

¹⁸ MOUILLAUD, M e PORTO, S. D. (org). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Ed. UNB, 2002.

¹⁹ CHOMSKY, Noam. *A manipulação do público*. S. Paulo: Futura, 2000.



a relação entre jornalistas e fontes, entretanto o que se percebe é que as fontes são portadoras de informações estratégicas e se colocam, muitas vezes, em uma posição de superioridade e, com isto, conseguem construir uma relação de comando²⁰, restando ao jornalista a afirmação da sua legitimidade pela capacidade de ser assertivo.

Antes, porém de se anunciar os critérios para a recepção cidadã, é preciso ainda especificar como se estrutura uma redação de jornal ou revista. Parte-se do princípio de que é preciso conhecer a rotina jornalística para então conseguir identificar, de maneira satisfatória, as notícias e as reportagens veiculadas por estes meios.

A convergência mediática ainda trará novidades em curto prazo, entretanto as redações de jornais e revistas brasileiras ainda mantêm uma estrutura que conta com o chefe de redação ou editor-chefe, o editor-executivo, os editores de áreas específicas como cultura, esportes, internacional, entre outros e os repórteres. Geralmente há um setor responsável pela editoração eletrônica (embora, em algumas redações, o próprio repórter disponibiliza eletronicamente a sua matéria na página) e o setor de propaganda e marketing, embora não pertencente de maneira direta a área de jornalismo, mantém estreita relação com a mesma.

Os gêneros jornalísticos podem ser classificados em opinativo, interpretativo e informativo²¹. Os editoriais, artigos, crônicas e colunas pertencem ao primeiro gênero, enquanto as reportagens enquadram-se mais no segundo caso e as notícias e notas classificam-se no gênero informativo. As divergências entre os estudiosos da comunicação sobre as possíveis classificações não serão objeto de discussão neste trabalho; cabe aqui apontar mecanismos básicos de apropriação do fazer jornalístico e apresentar uma proposta de leitura dos gêneros interpretativo e informativo.

Como ler os jornais e revistas

Ressalta-se que o processo de produção das informações comporta a pesquisa, a pauta, a captação e a edição das matérias. Esta proposta metodológica prevê a análise somente desta última etapa, o que, de certa forma, reflete todo o processo. Tradicionalmente os jornais diários são considerados mais “objetivos” por difundir os fatos e as revistas semanais ou mensais mais “interpretativas e analíticas”, em função de aprofundar fatos já de conhecimento público. Entretanto, em função de uma série de

²⁰ Caio Túlio Costa levanta esta questão ao lembrar que o jornalista perdeu o “monopólio de contar a novidade” e que há uma *assimetria de informação* (Joseph Stiglitz). Ver *Modernidade líquida, comunicação concentrada*.

²¹ Ver livros de Luiz BELTRÃO, citados nas Referências Bibliográficas.

fatores, como o monopólio dos meios de comunicação que reduz a concorrência entre veículos, fica cada vez mais tênue a separação entre informação e opinião no jornalismo.

Este método de recepção equaciona dois elementos que deverão nortear a leitura das revistas e jornais: o *aspecto aparente* e o *aspecto inerente*. Na atualidade percebe-se uma linha muito tênue entre conteúdo e forma, entretanto para efeitos didáticos, optou-se por estabelecer esta distinção, ressaltando-se que há, muitas vezes, um imbricamento dos dois aspectos.

Por *aspecto aparente* compreende-se tudo o que se relaciona com a forma como os meios impressos se apresentam, como pode ser seguido pelo esquema abaixo:

- A) Título → Linha fina → Chapéu → Manchete → Olho ou janela
- B) Fotografia → Legenda → disposição na página
- C) Ilustração → Infográfico → Box

O item A apresenta ao leitor a síntese do que está sendo noticiado pelo meio de comunicação. Na primeira página são veiculadas as Manchetes, em que o editor define as principais informações do dia. A leitura atenta da primeira página, observando qual assunto está em evidência, é o primeiro passo. No caso das revistas, em geral, há um assunto em destaque, com ilustração ou fotografia. Um detalhe relevante é que, tradicionalmente, as páginas ímpares são mais importantes do ponto de vista da edição do que as pares. A colocação de títulos, fotos e matérias nestas localidades implica também em uma hierarquização.

Nas páginas internas cabe observar qual o espaço reservado para a matéria de destaque na primeira página, e perceber, tanto nesta matéria como nas demais, se o título vem acompanhado de Linha Fina, que geralmente serve para esclarecer ou complementar o título. Já o Chapéu, que é uma indicação sobre o assunto em questão, pode ter alguma conotação particular ou ser somente informativo.

Importante avaliar qual é o destaque da página. Geralmente o olho, que pode aparecer logo após o título, apresenta um resumo da matéria, ou a janela – recurso bastante utilizado pelas revistas – abre, literalmente um espaço no meio da matéria com alguma frase de destaque do assunto em questão.

No item B deve ser avaliado o tipo de fotografia publicada. Perceber se o jornal ou revista veicula fotos mais pessoais ou gerais, se é foto de arquivo ou recém-tirada são os primeiros aspectos a serem observados. Na seqüência, deve-se notar, quando possível, se foi feita alguma alteração na fotografia, artifício usado geralmente por

revistas, e avaliar em que medida essa alteração reflete na primeira impressão da leitura da página. Notar ainda o texto da legenda, pequena descrição que acompanha a fotografia, e verificar se há algum juízo de valor na frase.

A ilustração também pode revelar a intenção do veículo de comunicação. Vale observar como determinado fato foi ilustrado e certificar-se se o mesmo sofreu alguma alteração ao se transformar em símbolo. O infográfico, recurso largamente utilizado hoje, consiste em transformar dados quantitativos em informação visual, que pode facilitar a compreensão por parte do leitor.

Ainda para efeito didático, optou-se por trabalhar com uma matéria veiculada na Revista Veja nº 19, edição 2008, ano 40, de 16 de maio de 2007. A matéria, situada na página 52 e intitulada “No caminho certo”, tem como Linha Fina: “O governador Serra enfrenta o atraso que ainda reina na USP” (ver texto em anexo). A partir desta matéria, é possível fazer uma leitura mais atenciosa e avaliar o processo de edição da revista.

Seguindo, portanto, o esquema anterior é possível avaliar a matéria em foco. O título “No caminho certo”, já emite um juízo de valor ao opinar sobre a atuação do governador de São Paulo, José Serra. Essa forte conotação opinativa é reforçada pela Linha Fina que qualifica de “atraso” o que ocorre na Universidade de São Paulo.

A fotografia, tópico do Item B novamente transcende o simples ato de informar ao leitor. A foto de José Serra tenta passar uma noção de autoridade, já que este aparece com o dedo em riste, num claro sinal de reprimenda aos opositores; a legenda confirma a análise: “Serra: gasto com eficiência”. Já a fotografia alusiva aos alunos da USP é de uma porta arrebatada, sem atores sociais, com restos de gesso, relativos ao teto, caídos no chão e uma legenda bem explícita: “Vandalismo na invasão à reitoria: ação corporativa contra a transparência”. Além de criticar a ocupação, reafirma que a política pública do governador é a busca pela “transparência”. Ao avaliar a disposição na página percebe-se que a foto do “vandalismo” ocupa 114 cm² e está no alto da mesma, enquanto a do governador, embora ocupe 41cm², está no centro da página.

A matéria também veicula um Box (ver texto em anexo) com o sugestivo título: “Alto custo, baixa produtividade”. Um dos aspectos mais pertinentes para se analisar textos jornalísticos é a utilização de adjetivos que possam ou não qualificar o assunto em questão. Neste caso, as informações que se seguem já vêm precedidas da adjetivação. Note-se que as informações não estão erradas, mas foram objeto de seleção, ou seja, ao informar, por exemplo, que “Na USP o ensino é gratuito. Na Coréia do Sul e

até na China Comunista, a Universidade é paga”, deixou-se de informar que em vários outros países as instituições de ensino superior são gratuitas.

A segunda parte da análise tenta avaliar o *aspecto inerente* que, como o próprio nome sugere, apresenta os elementos intrínsecos à produção jornalística, como é possível visualizar no esquema abaixo:

A) *Lead*

B) Fontes

C) Créditos

O *Lead*, em jornalismo, é apresentado no primeiro parágrafo de um texto como um resumo da informação. Ele responde algumas questões básicas: quem, o quê, como, onde, quando e por quê. Há vários tipos de *Lead* que não serão objeto de discussão neste trabalho, o que interessa ao leitor, neste caso, é avaliar como o abre de uma matéria responde à estas questões básicas.

Um problema crucial do jornalismo contemporâneo são as chamadas fontes viciadas. Ao avaliar as matérias por alguns dias seguidos é fácil identificar que muitas editoriais repetem as mesmas fontes; é preciso portanto, ter um olhar bem atento a esta particularidade. É preciso listar as fontes de um determinado período, verificar o grau de repetição e ainda tentar traçar um perfil sobre cada uma delas. Outro problema relaciona-se com a chamada fonte especializada, utilizada, muitas vezes, para mascarar a matéria e tentar mostrar imparcialidade na cobertura da mesma. Recurso esse que, em alguns casos, acaba encobrindo uma determinada visão que o próprio meio defende. Outra questão refere-se ao uso de fontes *off de record*, fontes não identificadas ao longo do texto. O uso de fontes *off* sonega ao leitor a informação de quem é o sujeito que fala, importante para que se contextualize a declaração.

É válido observar ainda quem assina as matérias. Importante verificar se aparece o nome do profissional, se a matéria é da redação ou se de alguma agência de notícias. Este aspecto ajuda a perceber até que ponto determinadas matérias são assumidas *institucionalmente* pelo órgão e quais são apresentadas como produtos de um autor.

A análise da matéria em questão apresenta um *Lead* pouco convencional: “O obscurantismo abomina o conhecimento. A queima de livros durante a Inquisição, a depredação, no ano passado, de um centro de pesquisas da Companhia Aracruz por uma horda de 2 000 militantes teleguiadas pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Os exemplos atravessam eras e continentes. O obscurantismo pode tornar-

se pior quando combinado com a praga do corporativismo. Foi o que ocorreu no último dia 3 na Universidade de São Paulo, a maior instituição de ensino superior e pesquisa do país. Um bando de 300 alunos invadiu o prédio da reitoria, depredou suas dependências e ocupou o gabinete da reitora Suely Vilela...”.

O abre desta matéria apresenta o que no jargão jornalístico é chamado de “nariz de cera”, ou seja, não responde as questões básicas do *Lead*. O que interessa entretanto para esta análise é que há um forte componente ideológico, pois além de qualificar os estudantes da USP como defensores do “obscurantismo” e chamá-los de “bando”, tenta estabelecer uma relação entre estes, a Inquisição e o MST.

A análise das fontes desta matéria, aspecto essencial para se conseguir fazer uma leitura crítica, é sintomática do viés adotado pela publicação. Percebe-se mais um relato dos fatos – no caso, das medidas adequadas tomadas pelo governador – sem a presença das inúmeras vozes que poderiam compor a narrativa. O único entrevistado é o economista Gustavo Ioschpe²², que concorda com as medidas tomadas pelo governador.

Embora tenha diversas características que poderiam situá-la como artigo, a matéria leva a assinatura de uma profissional da revista, o que confere uma relativa autonomia ao texto, pois não representa uma postura assumida institucionalmente pela publicação.

Estes monitoramentos são importantes para que se possa desvendar o percurso da construção do relato jornalístico – desde a seleção do que é noticiado ou não (pauta), seleção das fontes (ou dos relatos que serão a base do *meta-relato* jornalístico), hierarquização das matérias pela sua disposição nas páginas e elementos diretivos e complementares da leitura (chapéu, manchete, informações no lead, linha fina e elementos visuais).

Considerações finais

A metodologia que chamamos de *construção de uma recepção cidadã*, ainda em processo de construção, parte do pressuposto da necessidade de se pensar o receptor como um cidadão que vai estabelecer uma relação de *espaço público* com as mensagens midiáticas e não considerar esta instituição (mídia) como o espaço público por excelência. Por isto, o desvendar do percurso da construção do relato jornalístico tem o

²² É importante tentar descobrir qual a procedência das fontes. Gustavo Ioschpe, por exemplo, é um dos especialistas convidados pelo PSDB para as discussões preliminares do Congresso do partido de 2007. Confira em <http://www.congressodopsdb.org.br/forum/34/Educacao--Texto-Inicial-para-Discussao.psdb>, acesso em 25/5/07, 8 h.

objetivo não apenas de revelar interesses ideológicos ocultos na sua manifestação mas *recolocá-lo* como mais um sujeito dentro de um espaço a ser construído em que as múltiplas vozes podem se confrontar.

Esta proposta agrega valores novos ao conceito de cidadania para além de uma perspectiva de *realpolitik* – apenas as ações articuladas com o Estado e sua burocracia que, nas democracias contemporâneas se limitam ao voto e as ações de uma casta de pessoas que atuam ou buscam atuar nos aparelhos governamentais. Fora desta esfera, o discurso midiático-jornalístico se apresenta como *supra-político*, acima destas contradições e busca crescer sua legitimidade ante a descrença com as instituições de Estado.

Reconstruir um espaço onde os discursos podem igualmente ser apresentados e refletidos como portadores de visões e interesses é recolocar a *política* em uma dimensão para além da visão restrita da *realpolitik*, agregando também as demandas e buscas por transformações dos grupos subalternizados. Tem-se, assim, não uma confrontação de uma realidade apresentada pela mídia e uma reflexão dela por parte de leitores desta mídia, mas um diálogo estabelecido entre sujeitos participantes de um contexto cultural específico e com demandas e trajetórias próprias como um outro discurso institucional construído tanto por mecanismos ideológicos que o legitimam como por uma tradição civilizatória que, entre outras questões, marcou a construção de valores hegemônicos que perduram atualmente (o liberalismo, a propriedade privada, o individualismo, a visão restrita de política).

Para o jornalismo, a geração desta recepção cidadã tem papel importante para uma re-reflexão das suas origens e dos seus valores. Traquina defende que a “tribo jornalística” tem uma forma específica e particular de ver e relatar o mundo. Sem discordar do autor, é fundamental que se considere que esta forma particular de visão e de relatar esta visão é fruto de um processo socialmente construído, tem bases culturais, históricas e ideológicas que estão implícitas nos sentidos deste discurso. Como afirma Bakhtin, este aspecto valorativo é que dá conteúdo ao signo, caso contrário ele seria vazio, uma mera alegoria sem nenhum impacto mais relevante.²³

A medida que os valores hegemônicos se apresentam como os únicos e são naturalizados, o diálogo não se estabelece – o espaço público se transforma em mero espetáculo, recheado apenas de formalismos. Reconstruir o *ágora* em uma perspectiva

²³ BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. S. Paulo: Hucitec, 1979



de manifestação polifônica, de múltiplas vozes começa, necessariamente, por uma revisão da relação entre mídia e receptor que deve se afastar de uma lógica meramente de consumo (em que mais importante que a informação em si é a profusão de estilos de vida, daí a tendência a uma *publicização* de todos os textos mediáticos mesmo os jornalísticos) e de uma perspectiva única de indivíduo construída pela tradição liberal.

Referências bibliográficas:

BAUDRILLARD, Jean. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. *A modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. *O mal estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BELTRÃO, Luiz. *A imprensa informativa*. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

_____. *Jornalismo interpretativo*. Porto Alegre: Sulina, 1976.

_____. *Jornalismo Opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BORDIEU, Pierre. *O capital simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Russel, 1989.

CHOMSKY, Noam. *A manipulação do público*. S. Paulo: Futura, 2000.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm. Acesso em: 10 dez. 2006.

COSTA, Caio Túlio. “Modernidade líquida, comunicação concentrada”, in Revista USP, Coordenadoria de Comunicação Social, Universidade de São Paulo, nº 2, ano 16, São Paulo: USP/CCS, 2005.

DEBRAY, Régis. *Vie et mort de l’image*. Paris: Galimard, 1992.

IANNI, Otávio. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem manipula quem*. Petrópolis: Vozes, 1989.

McLAREN, Peter. *Multiculturalismo crítico*. S. Paulo: Cortez/Instituto Paulo Freire, 2000.



MORIN, Edgar. *Meus demônios*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

MOUILLAUD, M. e PORTO, S. D. (org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Ed. UNB, 2002.

PENA, Felipe, <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=419JDB004>. Acesso em: 7/2/2007, às 21h.

SOARES, Ismar. *Para uma leitura crítica dos jornais*. São Paulo: Paulinas, 1984.

SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis*. Petrópolis: Vozes, 2005.

THOMPSON, John. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 2000.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo – Vol. 2 (a tribo jornalística)*. Florianópolis: Ed. UFSC, 2005.

Periódico:

Veja. São Paulo. Editora Abril, nº 19, edição 2008, ano 40, de 16 de maio de 2007.

Anexo (Matéria veiculada na revista Veja nº 19, edição 2008, ano 40, de 16 de maio de 2007)

No caminho certo

O governador Serra enfrenta o atraso que ainda reina na USP

O obscurantismo abomina o conhecimento. A queima de livros durante a Inquisição, a depredação, no ano passado, de um centro de pesquisas da Companhia Aracruz por uma horda de 2 000 militantes teleguiadas pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Os exemplos atravessam era e continentes. O obscurantismo pode tornar-se pior quando combinado com a praga do corporativismo. Foi o que ocorreu no último dia 3 na Universidade de São Paulo, a maior instituição de ensino superior e pesquisa do país. Um bando de 300 alunos invadiu o prédio da reitoria, depredou suas dependências e ocupou o gabinete da reitora Suely Vilela. Os manifestantes passaram a usar Internet e telefone livremente para divulgar seu protesto, que, na última sexta-feira, já durava uma semana. Qual é a razão para tanto vandalismo? Entre reivindicações oportunistas, como a melhor conservação dos prédios das universidades, os depredadores de prédios públicos querem impedir que o governador José Serra exija mais transparência dos gastos das três universidades estaduais – além da USP, a Unesp e a Unicamp.

A queda-de-braço começou porque Serra resolveu incluir as contas das três universidades no Sistema Integrado de Administração Financeira para Estados e Municípios (Siafem). O sistema monitora a movimentação do caixa de órgãos públicos – ou seja, permite aos contribuintes acompanhar o uso de seu dinheiro e, aos administradores, avaliar a eficiência da gestão financeira. A medida, mais que salutar, foi vista como um ataque à autonomia universitária pelos sindicatos de professores e de funcionários da USP, as entidades que estão por trás da manifestação. Trata-se de uma desculpa esfarrapada. O Judiciário e o Legislativo, poderes independentes, também recebem recursos do governo estadual. E também estão no Siafem. Por que as universidades mereceriam tratamento diferenciado? “Em nome da autonomia, criou-se o mito no Brasil de que universidades estão acima de qualquer fiscalização”, afirma o economista Gustavo Ioschpe. “É preciso mostrar como se gasta cada centavo.”

No caso, não se trata de centavos: o orçamento executado da USP em 2005 foi de 1,9 bilhão de reais. O gasto anual por aluno anda na casa dos 12 000 dólares. Esse valor, em relação ao PIB per capita do estado de São Paulo, é quatro vezes maior do que o custo por estudante nas universidades dos ricos países da OCDE. A produtividade não acompanha esse gasto. Apesar da excelência nas áreas de pesquisa e pós-graduação, a USP ainda tem desempenho fraco em critérios acadêmicos importantes (*veja o quadro*). O governador Serra cumpre seu papel de administrador ao enfrentar esses problemas e resistir às pressões corporativas. Age com a autoridade de quem foi presidente da União Nacional dos Estudantes e teve longa carreira como professor em instituições como a própria Unicamp e Princeton, no EUA. Não é ele quem quer destruir a autonomia da USP. **Camila Pereira.**

BOX: Alto custo, baixa produtividade

- * O custo anual de um aluno da USP é quatro vezes maior do que nas universidades de países ricos.
- * Professores ou alunos da USP jamais ganharam um Prêmio Nobel. A Universidade de Buenos Aires tem cinco.
- * Na USP o ensino é gratuito. Na Coreia do Sul e até na China comunista, a universidade é paga.
- * Quando se mede a repercussão da publicação de textos científicos, a USP fica em 266º lugar numa lista de 287 instituições.