



Jornalismo Digital e Políticas Públicas: Produção de Mídia Jovem para a Formação da Cidadania¹

Lucas Liboni Gandia²
Unesp (Universidade Estadual Paulista), Bauru, SP

RESUMO

Os meios de comunicação exercem forte influência sobre o comportamento dos indivíduos e no entendimento dos fatos. O público jovem tende a ser ainda mais vulnerável aos conteúdos midiáticos, já que ainda se encontra em processo de formação. Um dos desafios do jornalismo na atualidade é produzir reportagens capazes de atender às exigências de formação dessa faixa etária para o exercício da cidadania, trazidas pelas democracias contemporâneas. Este artigo revisa aspectos relevantes das teorias do jornalismo e contribuições das ciências sociais a fim de delinear o diagnóstico que pode fundamentar a realização de iniciativas experimentais de pesquisa em ambiente digital e desenvolvimento de práticas jornalísticas preocupadas com a expansão da cidadania e a inovação em comunicação social.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; políticas públicas; juventude; cidadania.

1. INTRODUÇÃO³

A maneira como os meios de comunicação abordam os acontecimentos do dia-a-dia exerce forte influência na forma como as pessoas se comportam e entendem os fatos. No caso do público jovem, o poder das empresas de comunicação pode se tornar ainda maior. Os indivíduos desta faixa etária ainda se encontram em processo de formação, de modo que suas personalidades são mais vulneráveis aos conteúdos e à forma como estes são pautados pela mídia.

A abordagem de temas que envolvem aspectos de políticas públicas sociais pelos diversos meios de comunicação é importante para a construção de uma consciência que promova a valorização do bem-estar social e da democracia.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da Faac (Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação) da Unesp (Universidade Estadual Paulista), email: lucasligan@yahoo.com.br

³ Este artigo resulta de pesquisa de iniciação científica apoiada com bolsa Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo), Processo 2010/07049-7, com orientação do Prof. Dr. Danilo Rothberg, do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp (Universidade Estadual Paulista).



Neste sentido, é válido ressaltar que a maneira como as mídias enfocam assuntos que se relacionam a formação da cidadania exige atenção dos jornalistas. Quando o cenário construído pelas mídias se revela essencial na formação política do público jovem, o cuidado deve ser ainda maior.

Desta forma, é relevante considerar de forma crítica os conteúdos existentes nos veículos destinados a essa faixa etária, já que são vários os fatores que contribuem para a produção de uma matéria completa, plural e equilibrada. É também necessário suprir a relativa falta de material jornalístico destinado à cobertura de temas ligados à defesa da cidadania.

O material produzido por veículos de comunicação dirigidos aos jovens e relacionado à temática de políticas públicas tem, conforme estudos, se mostrado, muitas vezes, insuficiente e pouco abrangente. As mídias destinadas ao público jovem têm sido criticadas por alegadamente falharem ao não trazerem uma abordagem ampla e plural de fatos relacionados aos efeitos de políticas públicas de especial impacto para os cidadãos, das áreas de saúde, educação e assistência social.

Para enfrentar esse cenário, torna-se necessária a produção e difusão *online* de reportagens especializadas em políticas públicas sociais, com abordagens dimensionadas para a compreensão desse público, como contribuição à ampliação do papel do jornalismo na formação da cidadania.

Este artigo revisa aspectos relevantes das teorias do jornalismo e contribuições das ciências sociais a fim de delinear o diagnóstico que pode fundamentar a realização de iniciativas experimentais de pesquisa em ambiente digital e desenvolvimento de práticas jornalísticas preocupadas com a expansão da cidadania e a inovação em comunicação social.

2. O DESAFIO DE FAZER UM JORNALISMO ADOLESCENTE E MODERNO

A adolescência constitui uma fase de intensas mudanças na vida do indivíduo. Mais que um período de transição, constitui uma época de amadurecimento e consolidação das personalidades. Justamente por isso, aqueles que estão inseridos nessa faixa etária necessitam de grande atenção por parte do Estado e da mídia.

Segundo Freire Filho (2006), em países economicamente avançados da Europa e nos Estados Unidos, o final do século XIX foi marcado pelo avanço de mecanismos



institucionais sobre a adolescência. Controle da sexualidade e separação da grade curricular de alunos e alunas, por exemplo, eram aplicadas com o objetivo de demarcar as diferenças entre infância e adolescência. Passada essa fase marcada pela puberdade, o indivíduo deveria entrar no mercado de trabalho e estar sujeito ao tratamento punitivo da justiça criminal, integrando, assim, a faixa etária adulta.

Atualmente, os veículos de informação constituem grandes aliados no processo de construção do caráter e da identidade dos jovens. Oferecer aos adolescentes produtos noticiosos específicos e direcionados constitui um dever de uma mídia séria e consolidada. No entanto, em nosso país, ainda há muito a ser feito.

As características próprias da adolescência, com suas distintas necessidades de informação, nem sempre são compreendidas de forma apropriada pelos jornalistas. Os adolescentes são vistos de forma estereotipada e homogeneizada, como se constituíssem um grupo de interesses efêmeros. Desta forma, existe uma demanda por materiais produzidos para os jovens que se proponham a debater assuntos como saúde e cidadania de forma séria e aprofundada, sem cair em discussões superficiais ou em argumentos típicos do senso comum.

Para Freire Filho (2006), a juventude ainda é tratada pela mídia de forma espetacularizada. Segundo o autor, além dos temores e desejos dos adolescentes serem utilizados para atrair audiências, os jovens são alvos de rótulos geracionais construídos nos espaços midiáticos. A maioria dos veículos de comunicação, principalmente os destinados à própria faixa etária em questão, costumam homogeneizar comportamentos, gostos opiniões e até mesmo problemas da juventude. Tal postura demonstra a negligência da mídia em relação às diversidades existentes entre as populações jovens.

De acordo com a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi, 2007), depois de uma década do primeiro monitoramento realizado pela própria agência sobre as revistas e suplementos juvenis, tornou-se clara a mudança no perfil desses produtos. Na maior parte deles, os profissionais abriram espaço para questões e temáticas mais aprofundadas, sem deixar de lado a inovação e a criatividade típicas da linguagem *teen*.

Segundo pesquisa realizada pela Andi (2007), apenas cinco anos após o surgimento da Coordenação de Mídia Jovem, o Índice de Relevância Social dos veículos jovens dobrou em relação ao início do monitoramento. De acordo com a Agência (2007, p. 12), “em 1997, apenas 24,2% das matérias apresentavam algum conteúdo que contribuísse para ampliar a visão dos leitores. Já em 2002, o indicador chegava a 53,8%. E a tendência é de crescimento constante”.



A mídia destinada ao público jovem, no entanto, vive duas realidades distintas. De um lado, observa-se a consolidação desses veículos no conjunto de publicações brasileiras, além de que os assuntos abordados têm fugido, paulatinamente, do que o senso-comum relaciona aos jovens, como moda e entretenimento. Por outro lado, as revistas e os suplementos destinados aos adolescentes ainda permanecem ameaçados pelas instabilidades do mercado jornalístico. Segundo relatório da Andi, entre 2004 e 2007, 6 de 26 produtos midiáticos *teens* deixaram de circular ou tiveram seus espaços reduzidos.

Na internet, o jornalismo dirigido aos jovens pode se beneficiar de importantes diferenciais e aproximar-se com mais eficiência do ideal de estabelecer um diálogo ativo com o público, já visado pelos veículos tradicionais. “As características do jornalismo na internet aparecem, majoritariamente, como continuidades e potencializações e não, necessariamente, como rupturas com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores”, apontam Palácios e Ribas (2007, p. 35). Quais são, assim, as peculiaridades trazidas pelas novas tecnologias de informação e comunicação que podem conduzir a um melhor atendimento de propósitos tradicionais da comunicação jornalística, como proximidade, interação, familiaridade e adequação de linguagens a públicos-alvo específicos?

O jornalismo *online* se caracteriza por, basicamente, “hipertextualidade, multimídia, interatividade, personalização de conteúdo, memória (e) atualização contínua”, indicam Palácios e Ribas (2007, p. 35). Mas estes autores reconhecem que as possibilidades “não se traduzem, necessariamente, em aspectos efetivamente explorados pelos sites jornalísticos, quer por razões técnicas, econômicas, de conveniência, adequação à natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado consumidor” (p. 35). Desta forma, há espaço para iniciativas de caráter experimental aplicarem combinações exploratórias dos recursos disponíveis tecnicamente para fazer avançar o terreno da inovação em comunicação.

A hipertextualidade pode ser considerada uma característica fundamental do jornalismo na internet. Para os autores, (2007, p. 37), “o hipertexto é uma interconexão de ‘textos’, entendidos aqui como blocos de informação, que se podem apresentar sob o formato de escrita, som, foto, animação, vídeo, etc”. Além disso, os elementos de multimídia, como áudio, vídeos, fotografias e animações compõem a narrativa webjornalística de forma complementar e permitem que diversos sentidos da percepção humana sejam explorados.



Especialmente para o público jovem, saturado de informação, o jornalismo *online* pode criar novos meios de atrair e reter o interesse, principalmente em função da superação dos limites de tempo e espaço dos veículos tradicionais. Uma vez que as limitações passam a ser postas não pela escassez de recursos físicos, mas sim por habilidades ainda não aperfeiçoadas adequadamente, a criatividade é algo a ser incentivado de maneira apropriada. “Os limites passam a ser a capacidade humana de gerar, disponibilizar e interligar informação, bem como de selecioná-la para consumo, numa situação em que a escassez não é mais crono-espacial, mas está regida pela ‘economia da atenção’”, advertem Palácios e Ribas (2007, p. 36). Ou seja, diante do volume de informação disponível, é essencial empregar os chamarizes certos para conquistar o público. Pode-se acrescentar que, em um assunto complexo como políticas públicas, os desafios são intrigantes.

É válido ressaltar que, além das formas de interação que utilizam os suportes eletrônicos, muitas redações ainda contam com tradicionais meios de contato, como as cartas. Desta forma, os veículos podem ouvir jovens dos mais diversos segmentos sociais e atender às diferentes demandas existentes.

3. A IMPORTÂNCIA DAS PAUTAS PARA A INSTRUÇÃO DOS JOVENS

Segundo Fischer (2005), os produtos midiáticos destinados aos jovens se posicionam como um lugar para a educação e a formação das novas gerações. De forma consciente ou não, as telenovelas, os telejornais, os programas de rádio e as matérias que preenchem as páginas dos jornais e das revistas influenciam a maneira como os indivíduos se comportam socialmente, principalmente os adolescentes.

A mídia democratiza o acesso à informação e possibilita o surgimento de debates mais amplos na sociedade. Observa-se que os meios de comunicação, quando bem explorados e aproveitados, deixam de ser apenas ferramentas de entretenimento e podem passar a atuar também como suportes para o desenvolvimento da educação dos indivíduos.

Segundo Meyer e Soares (2003), a aprendizagem informal é influenciada por um complexo de forças e de processos. Entre esses elementos estão os meios de comunicação de massa, incluindo o cinema, a literatura e as músicas veiculadas nos rádios. Essa educação que não se passa nas escolas pode produzir, na mentalidade jovem, diferenciadas maneiras de se viver e de conceber a juventude; de conhecer a si



mesmo e até de como se relacionar com os outros indivíduos. Atribuir aos espaços formais de ensino toda a responsabilidade de educar os jovens seria, segundo as autoras, desperdiçar o potencial educativo da mídia, além de fechar os olhos para uma realidade cada vez mais consumada em nossa sociedade.

Na maioria dos casos, o aprendizado proporcionado pela mídia não se revela de forma explícita, como nos programas televisivos de cunho educativo. No entanto, o teor instrutivo dos meios de comunicação pode ser observado quando um assunto amplamente debatido pela imprensa ganha espaço dentro da sala de aula, por exemplo. Para Meyer e Soares (2003, p. 139), os produtos midiáticos “podem contribuir, por exemplo, para se pensar/problematizar políticas e práticas educativas direcionadas aos jovens de nosso tempo, que envolvem questões de gênero, corpo ou sexualidade”.

Dessa forma, reforça-se a importância da imprensa dedicada aos jovens na construção da cidadania. Segundo a Andi (2007), uma das alternativas para fortalecer as discussões relacionadas às políticas da juventude, seria indicar experiências de sucesso realizadas pelos governos no Brasil e em outros países. Para a agência, ainda que em um primeiro momento matérias com esse perfil possam causar estranhamento nos jovens leitores, já que se diferem dos conteúdos que geralmente preenchem as páginas das revistas e suplementos, elas contribuem para a consolidação da cidadania. Como exemplo de pautas adequadas, a Andi sugere a investigação de políticas que possam influenciar a realidade dos jovens no Brasil, gerando benefícios e malefícios.

4. MÍDIA E POLÍTICAS PÚBLICAS SOCIAIS

Segundo Godoi (2007), os meios de comunicação devem observar os adolescentes de forma cada vez mais complexa, já que o direito à informação e a pluralidade de opiniões não pode ser garantido apenas aos adultos. Para o autor, os jovens também possuem o direito de veicular suas opiniões na mídia e utilizar a própria imprensa como forma de expor suas demandas perante a sociedade.

A importância de garantir o espaço da juventude nos meios de comunicação está presente justamente na representatividade que a mídia possui nos indivíduos dessa faixa etária. Crianças e adolescentes passam mais tempo em frente à televisão que realizando qualquer outra atividade, exceto freqüentar a escola. Assim, tudo aquilo que é pautado pelos produtos comunicacionais contribui para a criação de novos padrões de consumo, para a formação de novos leitores e para a socialização dos jovens.



A relação entre os meios de comunicação e a juventude vai muito além dos conteúdos produzidos para esse segmento. Falar em uma mídia voltada para o público jovem exige uma atenção especial em relação à maneira como os adolescentes são retratados nos veículos destinados a outros públicos. A postura dos adultos perante as novas gerações, por exemplo, se apresenta bastante vinculada às representações jovens presentes, atualmente, no jornalismo, na publicidade e em outras ferramentas de entretenimento. Além disso, também existe a ligação profissional entre adolescentes e mídia, por meio da qual esses indivíduos exercem atividades de apresentadores de TV e de atores e atrizes, entre outras.

Para Godoi (2007), todas essas relações devem ser observadas com cautela, já que a mídia, enquanto controladora social, possui a missão de verificar se os direitos das crianças e dos adolescentes estão sendo preservados e se as políticas destinadas a esses segmentos da população são implementadas corretamente nos variados setores da sociedade moderna.

Atualmente, vem se consolidando a concepção de que uma das principais funções atribuídas à mídia é a de fomentar a cidadania através do exame crítico de políticas públicas sociais. Com relação a esta constatação, nota-se que os papéis desempenhados pelos meios de comunicação contribuem, inclusive, com o monitoramento das medidas adotadas pelos representantes políticos. Esse papel conferido à imprensa está crescendo até mesmo dentro do jornalismo destinado aos adolescentes, devido à importância de instruir aqueles que estarão a frente da sociedade nos próximos anos.

Para Godoi (2007, p. 35), “política pública pode ser definida como qualquer ação dos poderes públicos que seja executada a fim de garantir os mais diferentes direitos de cidadãos e cidadãs, segundo o estabelecido no ordenamento jurídico de um país dado”. Pode-se apontar que os meios de comunicação são peças fundamentais nas etapas do processo de conscientização e informação da sociedade. Ao instruir a população sobre políticas públicas, a mídia fomenta o direito, e também o dever, dos cidadãos de avaliar o compromisso dos grupos políticos e dos indivíduos que representam a sociedade e disputam votos nas eleições. Segundo o autor (2007, p.37), “a possibilidade de as políticas públicas formuladas atenderem às reais necessidades da população decresce de maneira diretamente proporcional ao déficit informacional”.

Na revisão de Souza (2006, p. 26), políticas públicas são a própria ação governamental. “A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os

governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real”, salienta. As concepções mais modernas das políticas públicas estabelecem relações com a ciência política, com a finalidade de entender como e por que os governos tomam determinadas medidas em nome da população.

O conceito de políticas públicas passou por importante ascensão nas últimas décadas, o que permitiu que as instituições, as regras e os modelos sociais adquirissem maior visibilidade entre a população. No entanto, a divulgação de temáticas ligadas às políticas públicas ainda é restrita a determinados segmentos da sociedade, de modo que ainda há muito a ser feito para democratizar esse tipo de informação no Brasil.

A visão mais recorrente a respeito de políticas públicas, a de que o processo decisório dessas medidas resulta apenas de interesses dos próprios líderes políticos, está decaindo cada vez mais. Segundo Souza (2006, p. 38), as decisões em torno das políticas públicas resultam, principalmente, de “processos de institucionais de socialização, por novas idéias e por processos gerados pela história de cada país”.

É importante salientar que uma política pública não consiste apenas em solucionar problemas. A essência do termo vai muito além dessa concepção, uma vez que ele representa o embate de idéias e interesses entre o governo e outras instituições e grupos sociais. Atribuir apenas ao poder público a responsabilidade total pelas políticas públicas consistiria em uma postura incompatível com os princípios de uma sociedade democrática. Em se tratando de políticas públicas, deve prevalecer a visão de que o conjunto é mais importante que o individual, de modo que as interações de ideologias e interesses se tornam importantes ferramentas para a evolução do processo.

De acordo com Godoi (2007), o significado de políticas públicas sofreu consideráveis alterações ao longo do tempo. Se antes este termo se referia apenas a questões como tributação, defesa, diplomacia e segurança interna, hoje, educação, saúde, cultura e meio ambiente também integram o campo das políticas públicas sociais. É importante salientar que as políticas públicas devem estar sempre acompanhadas de um termo qualificador. Ou seja, um governo não pode ser acusado de não possuir “políticas públicas” no sentido geral da expressão. O correto consiste em apontar a ineficiência dos líderes em um determinado setor em particular.

O cumprimento de uma política pública não pode ser resumido ao momento de sua implementação, ou seja, quando o beneficiário é agraciado com o bem; o serviço inicialmente proposto. Segundo definição de Godoi (2007, p. 37), “uma política pública



não é um fenômeno estático, mas um processo”. Muito antes de obter um resultado, as políticas públicas passam por diversas etapas, de modo que muitas ações são realizadas antes e depois do evento.

A mídia, por sua vez, possui papel fundamental em todas as fases das políticas públicas. Conclui-se que a propriedade dinâmica fornece ainda mais poder para a imprensa, já que esta ganha força na cobertura e no acompanhamento de cada etapa da efetivação de uma política. Os meios de comunicação destinados aos jovens não escapam dessa função. Informar aos adolescentes as etapas existentes por trás de uma política pública contribui com a formação de um jornalismo plural e aprofundado, que não subestima a capacidade de compreensão das faixas etárias mais novas.

Para Godoi (2007), o processo de aplicação de uma política pública começa ainda antes, durante a disputa eleitoral. É durante este momento t^0 que são expostos à população as propostas de intervenção na realidade. Segundo o autor, a mídia já possui, nesta fase, alto poder de influência, uma vez que apesar de dever manter uma postura imparcial em relação à disputa eleitoral, cabe à imprensa fornecer informações adicionais sobre os candidatos ao cargo político para que os eleitores façam a escolha mais consciente possível das propostas apresentadas.

Passada a disputa eleitoral, inicia-se a fase t^1 , quando o candidato eleito deve escolher qual área será priorizada em seu governo, ou qual problema será resolvido anteriormente durante seu mandato. Por meio da teoria do *agenda-setting*, a mídia passa a exercer enorme influência sobre a população e, principalmente, no grau de prioridade dado a cada setor do governo. Em relação a essa definição de agenda, Souza (2006) observa que, enquanto algumas questões ganham destaque e se tornam prioritárias, outras são completamente ignoradas.

Depois de priorizada uma determinada área para atuação do governo, inicia-se a fase t^2 , que consiste basicamente na implementação da política pública. O maior entrave desse momento é a divergência de opiniões sobre a melhor solução para solucionar uma questão. A mídia possui grande importância nessa etapa, uma vez que possui forte influência na escolha do caminho que será tomado pelo político para resolver os problemas existentes.

Após o processo de implementação, é dado início à fase de aprovação da política pública, o que geralmente é feito pelo poder legislativo do Estado. Nesse momento t^3 , não só as propostas, mas também os recursos disponíveis são avaliados pelos órgãos



superiores. É importante observar que durante essa avaliação, uma política inicialmente sugerida pode passar por alterações.

É durante a fase de fiscalização (t^4) que a mídia passa a exercer papel de protagonista na cena social. Fiscalizar os recursos empregados, os processos licitatórios e as próprias ações do governo são funções atribuídas constantemente à imprensa. Por fim, durante as fases t^5 e t^6 , são analisados os impactos das ações propostas, por meio de metodologias apropriadas, de avaliadores externos e, principalmente, da opinião dos beneficiários das políticas.

Segundo Godoi (2007), uma das características mais relevantes de uma política pública é seu caráter não excludente. A partir do momento em que é decidido o público beneficiário, todos os que se enquadram nesse perfil passam a ser atingidos pela medida. No entanto, algumas políticas públicas afetam maior número de indivíduos que outras, o que, segundo o autor (2007, p. 38), “tem sido uma estratégia secular de manutenção de determinado *status quo*”. O jornalismo, por sua vez, tem o dever de estimular a reflexão em torno dessa capacidade de alcance da ação tomada.

A mídia possui papel decisivo na implementação adequada de uma política pública. Os resultados das medidas podem ser otimizados por meio da apresentação de outros casos bem sucedidos, da divulgação de informações entre os beneficiários, da coleta de dados com especialistas na área e a exposição do problema a ser resolvido perante a sociedade. Acredita-se que, quanto mais a cobertura jornalística aprofunda as reflexões acerca das políticas públicas, melhor se torna o funcionamento das mesmas.

Nota-se também que, enquanto se mantiver um posicionamento falho e omissivo da mídia diante das políticas públicas, permanece também o desenvolvimento de ações e medidas ineficientes, que dificilmente solucionarão os verdadeiros problemas vivenciados pelos potenciais beneficiários. No caso dos meios de comunicação voltados ao público jovem, a cobertura das políticas públicas deve ser ainda abrangente e aprofundada, uma vez que lida diretamente com os futuros cidadãos do país, aqueles que se beneficiarão das políticas adotadas hoje.

Segundo Trevisan e van Bellen (2008), um dos grandes entraves ao desenvolvimento de políticas públicas no Brasil é falta de divulgação da temática entre a sociedade civil. Apesar do crescimento do número de pesquisas voltadas para essa área, o debate ainda tem se limitado aos espaços acadêmicos e aos fóruns específicos sobre o assunto. A mídia pode funcionar como ferramenta de democratização das



informações sobre políticas públicas, com a finalidade de fomentar o envolvimento dos indivíduos com as decisões políticas do país.

Outra alternativa é a mudança na forma como as políticas públicas são apresentadas, na maioria das vezes, à sociedade. Quando a mídia aborda essa temática, prioriza os casos fracassados e os erros do Estado, além de apenas ressaltar a visão de que a implementação das medidas é um processo exclusivamente racional, desvinculado dos demais processos políticos. O caminho a ser seguido é expandir a divulgação dos impactos resultantes das políticas. Mais eficaz que analisar o sucesso ou fracasso de uma ação, é entender os próprios efeitos surtidos.

Para que as políticas públicas sejam corretamente executadas, é necessário que elas passem por processos de avaliação. Tais procedimentos devem servir à análise de relações entre custo e benefício existentes em relação às medidas a serem tomadas e aos investimentos previstos. No entanto, as informações provenientes das avaliações são pouco utilizadas, de modo que ainda há muito a ser explorado nessa área. Para Trevisan e van Bellen (2008, p. 540), “os relatórios das avaliações podem servir tanto para divulgação, quanto para fomento do debate público em torno das alternativas de intervenção governamental em uma dada realidade social”.

A avaliação de uma política pública consiste, basicamente, na ponderação a respeito do alcance dos objetivos, da eficiência e do impacto do projeto. A avaliação deve ser usada pelos governos como referência para as tomadas de futuras decisões, a fim de garantir melhorias no desenvolvimento das ações. Além disso, os resultados obtidos permitem que o governo fundamente suas posições a respeito dos problemas sociais e preste contas sobre as políticas públicas.

Durante a implementação de um programa, deve ser conduzida uma avaliação intermediária que vise melhorar sua gestão, sua condução e seu desenvolvimento. Por fim, são realizadas avaliações posteriores à aplicação das políticas públicas, de modo a permitir ponderações sobre os impactos e a eficácia geral dos resultados obtidos.

Uma das formas de avaliação do Estado é o desempenho das suas tentativas de intervenção na realidade social. Se uma política pública implementada obtém bons resultados, a administração pública também ganha destaque. Caso os objetivos do programa não tenham sido atendidos, deve ocorrer o início de um novo ciclo político, a fim de detectar as falhas e redefinir os caminhos a serem seguidos.

Trevisan e van Bellen (2008) sustentam a idéia de que as avaliações devem ser realizadas publicamente, a fim de permitir que os cidadãos tenham pleno acesso às



informações referentes aos resultados obtidos pelas políticas. São três as principais modalidades de avaliação: metas; processos; e impacto.

A avaliação de metas visa analisar o grau de êxito de determinado programa, por meio da apreciação de resultados diretamente ligados a ele. A avaliação de processo, por sua vez, deve acompanhar as etapas de realização de uma política pública, a fim de detectar eventuais defeitos e acompanhar a implementação dos programas. A avaliação de impacto, por fim, detecta as mudanças promovidas ao longo da realização de um projeto. Observa-se que, além de apontar a ocorrência de uma transformação, é fundamental estabelecer uma relação entre causa e efeito acerca da ação pública e o resultado final obtido.

As informações provenientes de avaliações de políticas públicas são importantes para que os cidadãos possam ter subsídios para julgar as decisões tomadas por governantes. As informações, além de favorecerem o engajamento do público com a política, possibilitam o atendimento do direito à informação que se constitui como componente da cidadania contemporânea. O público em geral e a sociedade civil devem ser os maiores interessados nos resultados das avaliações das políticas públicas, uma vez que são os principais alvos das medidas adotadas pelos governantes. Quanto mais os cidadãos souberem a respeito dos programas e medidas adotadas em âmbito público, maior é o embasamento para que eventuais críticas e cobranças sejam feitas.

No entanto, adverte-se que as avaliações não podem ser consideradas apenas como “problemas” aos governos. Da mesma forma que um resultado negativo pode expor as fragilidades das medidas adotadas e até ser usado pela sociedade e pela imprensa para criticar o próprio Estado, a divulgação de bons resultados, por sua vez, é uma ótima ferramenta para os governos legitimarem suas ações e os benefícios gerados.

5. ENQUADRAMENTO E A BUSCA POR UM JORNALISMO PLURAL E ABRANGENTE

Tão importante quanto a pauta a ser trabalhada em uma matéria jornalística é a maneira como esse assunto será abordado ao longo do texto. A atuação responsável dos meios de comunicação contribui para a formação social dos indivíduos e para o desenvolvimento da consciência política. Ao contrário do que o senso comum prega, jornalismo não consiste, simplesmente, em ouvir todos os lados da notícia. Para a produção da informação plural e aprofundada, outros aspectos da produção noticiosa



devem ser observados. Entre eles, merece destaque o enquadramento, teoria cada vez mais discutida nas universidades e nos fóruns de comunicação.

Segundo Soares (2006), o enquadramento consiste em uma teoria originada na Sociologia, mas que passou a ser utilizado na comunicação para analisar as propriedades construtivas das representações jornalísticas. Para o autor (2006, p. 451), “enquadramentos são definidos como marcos interpretativos construídos socialmente, que permitem às pessoas atribuírem sentido aos acontecimentos e às situações sociais”.

De acordo com Rothberg (2010), o enquadramento (*framing*) é formado pelos procedimentos de seleção, exclusão e ênfase de certos tópicos e aspectos da informação. Eixos de apreciação e entendimento organizariam a idéia central da matéria jornalística, por meio de expressões, estereótipos, imagens visuais, conceitos, símbolos e sintagmas, entre outros recursos.

O enquadramento pode estar tão intrínseco no discurso a ponto de ser tido como senso comum ou relato imparcial dos fatos, ao invés de interpretações oferecidas pelos meios de comunicação. Observa-se que, muitas vezes, torna-se difícil detectar a presença de enquadramentos nos textos, pois certos recursos podem parecer naturais; meras escolhas de palavras ou imagens para ilustrar a matéria. Entretanto, ao estabelecer uma comparação com outros textos, torna-se nítida a maneira como o veículo enquadra e interpreta os acontecimentos.

Ao fornecer e reforçar determinadas imagens e palavras referentes a alguns itens da notícia, a mídia destaca algumas idéias no texto. O contrário também ocorre com os pontos menos abordados, de modo que certos conceitos se tornam praticamente invisíveis no produto jornalístico. Para Entman (2007, p. 164), “os enquadramentos introduzem ou aumentam a saliência ou importância aparente de certas idéias, ativando esquemas que encorajam os públicos-alvo a pensar, sentir e decidir de maneira particular”.

O desempenho dos meios de comunicação no enfoque das etapas de implementação de uma política pública deve se dar com a produção de matérias contextualizadas e plurais. No âmbito dos estudos da comunicação, considera-se que informação plural é aquela presente em enquadramentos jornalísticos denominados temáticos.

O conceito de enquadramento é útil quando se pretende avaliar o grau de pluralismo e equilíbrio de certo produto jornalístico. Quando estes princípios estão presentes, denomina-se o enquadramento como temático (PORTO, 2004). De acordo



com Rothberg (2010, p. 57), “uma cobertura centrada em temas exige que os jornalistas saibam situar os diversos aspectos das políticas públicas em seu devido contexto”.

Ao abordar essa temática, os meios de comunicação devem não só expor a ação governamental em si, mas também explorar as relações entre a medida tomada, os antecedentes e as conseqüências a partir de diferentes pontos de vista. Além disso, é necessário considerar as expectativas dos potenciais beneficiários e comparar os resultados previstos com os resultados efetivos da política pública em questão.

Esse tipo de cobertura pode explorar eventuais contradições e conflitos decorrentes de diferentes ideologias e de visões distintas. No entanto, o jornalista não deve se limitar ao confronto simplesmente, tornando-se necessário oferecer explicações e causas para as diferenças apresentadas. Nota-se também que o profissional da comunicação deve ser capaz de ponderar sobre a representatividade das diversas visões acerca de um determinado assunto, de modo a selecionar as fontes mais relevantes e promover um debate igualitário entre elas, preservando a igualdade de expressão.

Para Rothberg (2010, p. 58), “pluralismo corresponde a um tratamento compreensivo de causas, conseqüências e da diversidade de fatores que concretamente influenciam a definição e a implementação de políticas públicas”. Colher visões contrastantes a respeito de um assunto e colocá-las uma diante da outras apenas contribuem para a prática do enquadramento de conflito nas matérias jornalísticas. Desta forma, promover uma cobertura jornalística plural não consistiria apenas em ouvir todos os lados de um assunto, mas sim na apuração da diversidade de perspectivas que venham a ser importantes para o fato observado.

Assim, o conceito de enquadramento é uma referência para profissionais de comunicação que busquem produzir matérias jornalísticas compatíveis com os princípios de pluralismo e equilíbrio.

6. CONCLUSÃO

Uma das principais funções atribuídas à mídia é a de fomentar a cidadania através do exame crítico de políticas públicas sociais. Cabe aos meios de comunicação contribuir, inclusive, com o monitoramento das medidas adotadas pelos representantes políticos. Abordar esta temática em veículos destinados ao público jovem também é relevante, uma vez que contribui com o engajamento dos adolescentes com questões ligadas a temas como cidadania, educação e saúde.



A temática de políticas públicas, tradicionalmente abordada de forma pouco atrativa nos meios de comunicação, deve ser explorada pelas mídias como uma fonte de reflexões entre o público jovem. O assunto deve ser proposto ao público adolescente como reais possibilidades de desenvolvimento e melhora na qualidade de vida da população.

Desta forma, a política, geralmente observada pelo público jovem como um debate distante, deve ser abordada nos meios de comunicação como uma realidade próxima da população, importante de ser discutida para a conscientização e formação dos adolescentes.

7. REFERÊNCIAS

ENTMAN, R. M. Framing bias: media in the distribution of Power. *Journal of Communication*, v. 57, n. 1, p. 163-173, 2007.

FISCHER, R. M. B. Mídia e juventude: experiências do público e do privado na cultura. *Cadernos Cedes*, v. 25, n. 65, p. 43-58, 2005.

FREIRE FILHO, J. Novas perspectivas para o estudo da relação entre discursos midiáticos, juventude e poder. *E-Compos*, v. 6, 2006.

GODOI, G. C. S. Cobrindo políticas públicas sociais: a importância conferida à agenda da infância e da adolescência. *Media & Jornalismo*, v. 11, p. 29-50, 2007.

MEYER, D. E. E.; SOARES, R. de F. R.. O que se pode aprender com a “MTV de papel” sobre juventude e sexualidade contemporâneas? *Revista Brasileira de Educação*, n. 23, 2003.

PALÁCIOS, M. ; RIBAS, B. *Manual de laboratório de jornalismo na Internet*. Salvador: EduFBA, 2007.

PORTO, M. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.) *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. São Paulo: Unesp; Salvador: Edufba, 2004.

ROTHBERG, D. O conceito de enquadramento e sua contribuição à crítica de mídia. In: CHRISTOFOLETTI, R. (org.). *Vitrine e vitraço: crítica de mídia e qualidade no jornalismo*. Covilhã, Portugal: LabCom Books, 2010.

SOARES, M. C. Análise de enquadramento. In: BARROS, A.; DUARTE, J. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006. p. 450-465.

SOUZA, C. Políticas públicas: uma revisão da literatura. *Sociologias*, v. 8, n. 16, p. 20-45, 2006.

TREVISAN, A. P.; van BELLEN, H. M. Avaliação de políticas públicas: uma revisão teórica de um campo em construção. *Revista de Administração Pública*, v. 42, n. 3, p. 529-550, 2008.

VIVARTA, V. (ed.). *A mídia dos jovens*. Brasília: Agência de Notícias dos Direitos da Infância, 2007.