



## **Motociclismo, Paixão, Amizade, Perícia: os laços que envolvem leitor e produtor na seção Correio<sup>1</sup>**

Flávia Rangel PIMENTA<sup>2</sup>

Maria Dalva RAMALDES<sup>3</sup>

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

### **RESUMO**

Motociclismo é uma revista especializada em motociclismo, como o próprio nome sugere. Utilizando as ideias do sociólogo inglês Anthony Giddens (1991), este trabalho recorta a seção de cartas dos leitores da publicação, a fim de defender a hipótese do jornalismo especializado como um sistema perito radicalizado. Através da análise de seis edições - de julho a dezembro de 2010 - da seção fixa Correio, estabelecemos as principais categorias de cartas recorrentes, sendo a modalidade “pedido de conselho” o principal expoente da perícia radicalizada.

**PALAVRAS-CHAVE :** perícia; Motociclismo; leigos; jornalismo especializado.

### **Seção Correio: um ponto de acesso entre peritos e leigos**

Antes de qualquer coisa, precisamos entender a definição de “ponto de acesso”, segundo Giddens (1991). Para o sociólogo inglês, esse seria o termo que representa o espaço de intercessão entre leigos e sistemas peritos. Podemos ilustrar tal encontro com uma metáfora. Suponhamos que estamos numa sala de espera, em um hospital. No salão ao lado ocorre uma cirurgia. O limiar entre a sala de espera e a sala de operações nós chamaremos ponto de acesso; somos os leigos – esperando no saguão – enquanto os sujeitos que rodeiam a mesa de cirurgia são os peritos. E assim, cada ponto de acesso terá seus peritos e seus leigos. Numa redação de jornal ou de revista, numa ilha de edição de rádio ou TV, temos técnicos e jornalistas especializados em suas tarefas, onde o cirurgião seria, então, o leigo do contexto.

Apesar da metáfora, é preciso deixar claro que o ponto de acesso não é um local físico. Em diversas situações, buscamos os sistemas peritos através de seus profissionais

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

<sup>2</sup> Estudante do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Ufes, e-mail: [flavinharangell@hotmail.com](mailto:flavinharangell@hotmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Ufes, e-mail: [mdramaldes@yahoo.com](mailto:mdramaldes@yahoo.com).



(peritos) ou estruturas (sistemas peritos). A interação pessoal com a co-presença dos indivíduos, Giddens (1991) denomina compromisso com rosto, enquanto as relações estabelecidas com os sistemas abstratos – que podem ser tanto as fichas simbólicas (como o dinheiro, por exemplo) quanto os sistemas peritos -, o autor chama de compromissos sem rosto.

Entendidos – ao menos em parte - os conceitos de ponto de acesso e as interações de confiança entre pessoas e instituições na modernidade segundo Giddens (1991), podemos adentrar na análise da seção Correio.

A seção é uma parte fixa da revista *Motociclismo Magazine*<sup>4</sup> e é também o nosso *corpus*. O objetivo aqui é colocar o jornalismo especializado ou de serviço enquanto um sistema perito radicalizado, utilizando para tal o pensamento do estudioso inglês Anthony Giddens (1991). A partir da análise de seis edições da publicação supracitada – mais especificamente da seção Correio, nas edições n° 151 a 156, que vão de julho a dezembro de 2010 – buscamos mostrar os mecanismos de conjunção utilizados pelos tecedores da revista para estreitar laços com os seus leitores, além de cativar novos “consumidores”. Também é nosso objetivo mostrar o quão estreitos são esses laços estabelecidos entre leitor e publicação – teias que criam vínculos de amizade entre as partes.

No contexto de uma publicação - bem como nos contextos de um hospital ou de uma redação – existem os profissionais peritos e os leigos usuários. Levando-se em consideração que a revista é uma publicação impressa, de periodicidade mensal, composta por uma gama de responsáveis por levar notícia e entretenimento ao seu público leitor (90% masculino<sup>5</sup>), temos aqui também um ambiente que exige conhecimentos peritos de pessoas especializadas no universo das duas rodas. Tal conhecimento é tanto uma exigência de quem lê a revista, quanto de quem a produz: existe uma demanda pelos profissionais e, é claro, uma oferta destes.

### **Cartas conselho: a radicalização da perícia em Motociclismo**

---

<sup>4</sup> Motociclismo é uma publicação periódica, mensal, que está em sua edição n° 160 (abril de 2011). Pertence à editora Motor Press Brasil.

<sup>5</sup> Dado obtido pela pesquisa Moto de Ouro, realizada periodicamente por Motociclismo Magazine, e fornecido por entrevista via e-mail com o diretor de redação Raul Fernandes Junior.



Motociclismo Magazine é composta por várias seções fixas – Motociclismo On-Line, Teste dos 100 dias, Teste Longa Duração, Planeta Moto, Mercado, Agenda, Acessórios, Escolha sua Moto, Clássicas - e dentre elas, Correio. A esta recorreremos para observar o jornalismo de serviço (JDS) como um sistema perito radicalizado. A seguir, é possível visualizar duas capas da publicação, que é nosso objeto de estudo no presente trabalho.

Figura 1 – Motociclismo Magazine, capa da edição de julho de 2010 (nº 151)



Figura 2 – Motociclismo Magazine, capa da edição de dezembro de 2010 (nº 156)



Correio traz em suas páginas as cartas dos leitores à revista Motociclismo. Tais cartas podem ser divididas em algumas categorias, de acordo com seu teor. Temos as clássicas



“dúvidas”, nas quais os leitores escrevem visando esclarecer uma ou outra questão que, de acordo com o seu entendimento, não tenha ficado clara:

Tenho uma dúvida. Na pág. 132, da edição nº 150, falam que o ponto negativo da V-Strom é não ter ABS, porém na foto da moto, no pára-lama dianteiro, está escrito ‘ABS’. Afinal, tem ou não tem? (Motociclismo Magazine, São Paulo, nº 152, p.56, ago.2010)

Posta a dúvida, temos também os “pedidos”, ou “sugestões”, nos quais os leitores propõem novas *pautas* a serem abordadas:

Pretendo comprar uma *Shineray XY 200-3 Indianópolis* e gostaria de ter o teste dela em mãos, afinal, não quero comprar gato por lebre. Por favor, façam o teste desse modelo. (Motociclismo Magazine, São Paulo, nº 151, p.56, jul. 2010)

Temos agora a “crítica”. Primeiramente um exemplo de crítica direcionada à própria revista:

Ao contrário das colocações da reportagem, podemos constatar nos quadros de desempenho que a *Yamaha Lander* acelera e retoma a velocidade tão rápido quanto a XRE, mesmo sendo 250, e não 300 cm<sup>3</sup>. Contudo, o mais absurdo foi a afirmação no início da avaliação da *D-Tracker 250 X*, ‘Cansado de motos esportivas apenas no visual’, na qual fica claro que a alfinetada foi para a *XTZ 250X*. Porém a *D-Tracker* é uma lástima em números e, para conseguir andar como as demais, você teria de ficar ‘fora da lei’ desligando o limitador... além do design horrível da *D-Tracker*. (Motociclismo Magazine, São Paulo, nº 156, p. 60, dez. 2010)

Agora, outra crítica, desta vez voltada a uma fabricante de motocicletas. Neste caso, o leitor utiliza Motociclismo como um canal de comunicação com o seu destino final, no caso, a montadora japonesa Yamaha, ou seja, o leitor-escritor busca na revista uma ponte que o leve até o destinatário de sua crítica:

Li na revista nº 151 que a XJ6 N é difícil de encontrar para pronta entrega, na mesma edição divulgou-se que a *Midnight Star* está em falta nas concessionárias e, ainda, nem lançaram a linha 2010. Isso sem falar na FZ6, que saiu de linha sem uma substituta. Também podemos falar da falta de opção de cores nos poucos modelos que são vendidos aqui no Brasil. Enquanto isso, os vizinhos argentinos têm R1, R6, FZ1 N e S, XJ6 N e S, XJR 1300, TDM 900, FJR 1300, XVS 950 e 1300, XV 1900 e até VMax. O que acontece com a direção da Yamaha? A recém-chegada *Kawasaki* agradece. (Motociclismo Magazine, São Paulo, nº 152, p. 56, ago. 2010)

Saímos das críticas e partimos rumo aos “elogios”: “A revista Motociclismo poderia ser chamada de ‘Manual do Motociclista’, pois nenhum de nós pode sair de casa sem degustar cada página.” (Motociclismo Magazine, São Paulo, nº 155, p.60, nov. 2010).



Há também leitores que gostam de enviar um “comentário”, exprimindo seu ponto de vista sobre determinado assunto. Neste caso, o tema é a motocicleta *Suzuki Bandit 650 N*: “Acho que esse modelo novo ficou atual sem perder o charme das *naked*s mais contemporâneas. Realmente gostei muito e dependendo do preço, poderá sim ser a minha próxima moto.” (Motociclismo Magazine, São Paulo, nº 153, p. 54, set. 2010)

Para finalizar a sequência de exemplos e começar, efetivamente, a análise, mostraremos um tipo de carta emblemático, de um leitor que pede à revista um “conselho”:

Olá amigos da Motociclismo, estou prestes a trocar a minha *Dafra Kansas 150* por uma moto de maior cilindrada, da categoria trail. Li na edição passada o comparativo que vocês fizeram, e embora a Honda XRE tenha vencido, estou seduzido pela nova *XTZ 250 Ténéré*. O problema é que não existem ainda modelos usados dessa moto e o salto da minha *Kansas* para a *Ténéré* é muito grande. O que vocês sugerem? Um abraço. (Motociclismo Magazine, São Paulo, nº156, p. 64, dez. 2010)

“Pedir conselho” é um gesto que explicita uma interação ímpar entre dois interlocutores. O que pede o conselho deixa transparecer sua limitação em relação a um conhecimento específico – os mais místicos poderiam aqui traçar um discurso dizendo ser um exemplo de “humildade” - enquanto o que dá o conselho demonstra ser detentor do conhecimento demandado – os mesmos místicos poderiam metaforizar o “conselheiro”, utilizando a figura do “sábio ancião”. Ao saber demonstrado pelo nosso “sábio” chamamos de conhecimento perito e ao conjunto que o reveste – a estrutura à qual ele pertence – denominamos sistema perito.

Eis o cerne da hipótese aqui trabalhada, centro da discussão que buscamos empreender. À luz dos conceitos de Giddens (1991), confrontamos as correspondências de Correio para chegar a um jornalismo especializado-perito, radicalizado, explicitado pelas “cartas conselho” – aqui encaradas como os elementos mais pungentes do conhecimento perito na presente publicação - onde o leitor pede um conselho aos “amigos da Motociclismo”. Cabe a Motociclismo responder a esse pedido de conselho, não só afirmando-se enquanto detentora do conhecimento perito – e enquanto um sistema perito – mas também fortalecendo e estreitando os laços de confiança estabelecidos com o “leitor-amigo”. A resposta ao enunciatório não é e nem pode ser oferecida de qualquer maneira: oferta-se com a devida segurança uma informação precisa e confiável, transmitida através de um veículo de comunicação que se constrói como sério e transparente. Um



meio que cria mecanismos para seduzir o leitor, conquistá-lo, ganhando a sua preciosa confiança. A seção Correio é um desses mecanismos.

Observemos agora a resposta à carta conselho:

Kleverson, que bom que está acompanhando as nossas matérias. A Honda XRE ganhou o nosso *Master Test Trail*, mas a *Yamaha Ténéré* é sem dúvida uma ótima motocicleta. Realmente o salto da sua atual motocicleta para uma *Ténéré* nova é grande e uma sugestão seria adquirir uma *Yamaha Lander* 250 ano e modelo 2007 por mais ou menos R\$ 8.000,00. Dessa forma você pode se habituar ao novo estilo e cilindrada, além de se acostumar com todas as características positivas e negativas que o modelo tem. Se gostar da motocicleta, o próximo passo em direção a nova *Ténéré* será pequeno. Boa sorte! (Motociclismo Magazine, São Paulo, n° 156, p. 64, dez. 2010)

Para que haja confiança, é preciso que haja também um encontro, um ponto de acesso, mas que não necessariamente ocorre de forma pessoal, face a face. É um encontro sem rosto entre o leigo e o sistema perito. Contrariando a impessoalidade que o relacionamento com um sistema abstrato pressupõe (no caso, o relacionamento do leitor- sujeito com a revista-instituição moderna) o leitor sente-se à vontade o suficiente para chamar os profissionais-peritos da Motociclismo Magazine de “amigos”. Há aqui algo emblemático. Essa proximidade leitor/revista assemelha-se a um compromisso com rosto, de uma pessoa que busca estreitar laços e, para tal, deixa evidências de mecanismos de interação pessoal.

No ponto de acesso chamado “cartas conselho”, tanto enunciador quanto enunciatário buscam encontrar-se através de um esforço mútuo, implícito nas sutilezas da linguagem, na busca de sensibilizar o outro. É claro que o leitor necessita de uma competência maior para fazê-lo, visto que se trata do elo mais frágil desta relação. No entanto, é evidente que os responsáveis pela seção têm a preocupação minuciosa em bem atender a seus “clientes”, porque as cartas são o elo mais forte entre leitores e enunciadores. Por conseguinte, estes devem ser impecáveis em suas respostas, pois carregam em suas palavras todos os valores que a revista constrói junto ao seu público: “Esta é uma das principais razões pelas quais os indivíduos nos pontos de acesso se esforçam tanto para se mostrar confiáveis: eles proporcionam o elo entre confiança pessoal e do sistema.” (GIDDENS, 1991, p.117)

Se relacionar-se é revelar-se ao outro, entende-se que conhecer – ainda que minimamente - o outro seja um pré-requisito para adquirirmos confiança neste. Se



conquistar a confiança do outro pressupõe mostrar-se a ele, isso significa que relacionar-se num ambiente de confiança mútua implica tornar-se, de alguma forma, “vulnerável” frente ao outro: entregar-se. “Relacionamentos são laços baseados em confiança, onde a confiança não é pré-dada, mas trabalhada, e onde o trabalho envolvido significa um processo mútuo de auto-revelação.” (GIDDENS, 1991, p.123)

Confiar em alguém de quem se é amigo é algo mais lógico do que revelar-se para outro alguém que é... (O que é ele mesmo, para mim)? Seria estranho confiar em alguém que me é estranho, com quem não tenho um relacionamento de troca, de afetos. É esse estranhamento que o conhecimento com rosto busca combater, retirando vestígios de dúvida, incerteza e “perigo” para dar lugar à segurança. O conhecimento sem rosto ainda seria insuficiente para atingir esse propósito. “O oposto de ‘amigo’ já não é mais ‘inimigo’, nem mesmo ‘estranho’; ao invés disto é ‘conhecido’, ‘colega’, ou ‘alguém que não conheço’.” (GIDDENS, 1991, p.121). O fato de não existir laços de amizade entre duas partes não necessariamente implica a ausência total de confiança entre elas; mas se pudermos unir as duas coisas – confiança e amizade -, o pacote fica muito mais atraente e vantajoso para ambos os lados.

*Motociclismo* inicia sua resposta utilizando, como vocativo, o nome do enunciatário: Kleverson. O leitor deu um importante passo rumo à aproximação e recebeu em troca a personalidade, notável desde o princípio da resposta. Kleverson poderia ter recebido como resposta um “caro leitor”. E por que não foi assim? É de bom tom demonstrar a satisfação em ter o *Kleverson* como leitor (“que bom que está acompanhando nossas matérias”), bem como respeitar o ponto de vista deste que, acentua: “embora a *Honda XRE* tenha vencido, estou seduzido pela nova *XTZ 250 Ténéré*”. O fato de a primeira motocicleta supracitada ter vencido o teste realizado pela revista não foi decisivo na escolha de Kleverson, pois a outra - que também foi contemplada pela matéria - o *seduziu*. Respeitar a escolha do leitor é imprescindível, aliás. Até porque, no meio motociclístico – assim como em muitos outros -, existe uma grande tensão de forças entre funcionalidade e passionalidade; há um jogo de controvérsias, desejos e ponderações entre esses dois aspectos que movem as escolhas dos motociclistas. Às vezes, ganha a razão, mas podemos ousar dizer que, na grande maioria das vezes, a emoção é quem dá a palavra final.

Com o mesmo olhar de cachorro vendo frango de padaria começa a corrida do motociclista em busca de sua primeira esportiva. Afinal, o



que vamos fazer se a moto é uma escolha emocional? (Motociclismo Magazine, São Paulo, n° 153, p.62, set. 2010)

A sugestão de comprar uma moto semelhante à *Yamaha Ténéré 250* – a *Yamaha Lander 250* – para testar o “novo estilo e cilindrada” é o ponto central da perícia nesta carta conselho. Esta foi a solução proposta pela revista e na qual o leitor *não tinha pensado*, ou por falta de competência, ou pela vontade de entrar em conjunção com a competência da revista, através da seção Correio.

Paixão, entusiasmo, expectativa e frenesi evidentes. A carta do leitor a seguir apresenta emoções “à flor da página”, numa mistura esclarecedora para a hipótese do jornalismo especializado como um sistema perito radicalizado.

Olá pessoal! Estou vendo de comprar uma moto, aliás, minha primeira grande moto! Acompanhando vocês conheci a *Daytona 675*, mas surgiram inúmeras dúvidas, pois são muitas notícias sobre a marca! Então venho solicitar informações sobre seguro, índice de roubo em São Paulo e se compensa esperar para comprar a nacional ou comprar a importada? Desculpem as perguntas, mas é que a ansiedade é grande... mas acho que vocês entendem isso! Obrigado pessoal! Continuem com essa competência, contaminando mais e mais pessoas para o mundo das duas rodas! Até mais! (Motociclismo Magazine, São Paulo, n°154, p.58, out. 2010)

A compra da primeira motocicleta esportiva realmente encheu de afetos esse leitor de *Motociclismo*. As perguntas feitas em sequência, uma após outra, sem trégua, são capazes de deixar os leitores mais afoitos sem fôlego. Aliás, quiçá essa tenha sido a intenção do leitor-escritor – mas aí já seria uma afirmação de cunho duvidoso. A empolgação vista a olhos nus é de uma alegria completamente passional, externada da maneira mais simples e espontânea possível: sem fingimento, sem censura, sem “vergonha”, transparente. O momento de tirar dúvidas também é o momento do “desabafo”, de compartilhar uma felicidade que não cabe dentro de si. É maravilhoso poder fazê-lo para alguém que compreende e compartilha das mesmas emoções e sentimentos inerentes aos motociclistas apaixonados. Daí as perguntas, as exclamações, o desejo de ouvir e de ser ouvido pela *Motociclismo*. Os conselhos pedidos, num primeiro momento, parecem estar em segundo plano, em vista do comportamento “afoito” do leitor que comemora a sua escolha por uma *Daytona 675*<sup>6</sup>. Ele, inclusive, se desculpa pelos “transtornos”: “Desculpem as perguntas, mas é que a ansiedade é grande... mas acho que vocês entendem isso! Obrigado pessoal!”. Mais além das

---

<sup>6</sup> Motocicleta da marca inglesa *Triumph*, que existe desde 1887.





perguntas, está a gratidão por ter conhecido - por meio da revista - a *motocicleta da sua vida*. Em face disso, o leitor-escritor recorre novamente a *Motociclismo*, a fim de adquirir as tantas competências que julga necessárias para consumir o desejo de unir-se a sua “primeira grande moto”.

O agradecimento final do leitor é emblemático: “Continuem com essa competência, contaminando mais e mais pessoas para o mundo das duas rodas!”. A competência à qual o leitor-escritor se refere é aquela a que ele próprio se rendeu, no momento em que decidiu escrever uma carta para compartilhar sua alegria, pedir um conselho, tirar uma dúvida, ofertar um elogio. Essa competência que o leitor atribui à revista é uma construção conjunta e, na seção Correio, tal relação dialógica fica em evidência, mais do que em qualquer outra parte da revista. A consideração final do leitor é uma demonstração de que, para ele, a publicação tem cumprido seu papel de *seduzir* novos adeptos do motociclismo como estilo de vida. Mecanismos para tal sedução é o que não faltam na seção Correio. Mais especificamente, na modalidade de “cartas conselho”.

Antes de mais nada, quero parabenizar a revista pelas matérias comparativas do *Alpen Masters* e das novidades para 2011. Fiquei totalmente apaixonado pela *Shadow Phantom*, mas estive em concessionárias da Honda e eles ainda não têm informações sobre se a moto chegará aqui e quando. Escrevo também porque gostaria de fazer uma viagem, passando pela Argentina e pelo Chile. Já dei entrada no pedido de Carteira de Habilitação Internacional e vou tomar todas as vacinas necessárias. A questão agora é saber se minha moto, uma *Yamaha Fazer 250 LE*, aguenta andar o tanto que andarei. Não pretendo forçar muito o motor, mas ela não tem uma cilindrada alta e é uma *city*, talvez inadequada para uma viagem longa. Além disso, quais equipamentos seriam imprescindíveis para a viagem? Será minha primeira viagem mais longa, quero tomar todos os cuidados. (Motociclismo Magazine, São Paulo, nº155, p.62, nov. 2010)

Um grande projeto exige uma boa preparação, planejamento, recursos... Enfim, é necessário ter em mente o que fazer e o que levar antes de partir rumo a uma aventura como a que o leitor-escritor acima deseja vivenciar. Para não cair em possíveis “armadilhas do destino”, é preciso lançar mão de um conselheiro confiável e amigo, experiente, que ajude a tomar as melhores decisões pré-viagem. Nesse caso, o leitor utilizou a revista como esse suporte, esse perito amigo, passaporte para uma viagem segura, mas emocionante. Não é vantagem aqui ser pego pelo “elemento surpresa” desagradável. As surpresas devem ser apenas as boas, as experiências prazerosas, as paisagens maravilhosas, as paradas, inesquecíveis. Daí a importância de recorrer ao sistema perito. “Com relação à moto, fique tranquilo, porque a *Fazer 250* é uma moto



extremamente robusta, confiável e que tira de letra uma viagem dessas.” Essa é parte da resposta da revista quanto à utilização da motocicleta em questão, um dos conselhos solicitados na carta. Um alívio para o leitor-enunciador de *Motociclismo Magazine*, que poderá seguir em paz rumo à empreitada, certo de que sua máquina dará conta do recado – pois a *revista amiga* assim o diz.

Consciente da limitação de seu conhecimento e da extensão do conhecimento do outro, o leitor recorreu, então, ao sistema perito que julgou ser o mais adequado para solucionar seu dilema. Se a um lado falta a informação plena, existe a outra ponta do processo que pode converter dúvida em luz, preenchendo a lacuna que antes estava vazia. “Diz-se que a confiança é ‘um dispositivo para se lidar com a liberdade dos outros’, mas a condição principal de requisitos para a confiança é a falta de informação plena.” (GIDDENS, 1991, p.40)

Sim, a falta de informação plena pode ser uma das razões que guiam a nossa ‘crença’ em sistemas ou profissionais peritos, porque, nesse caso, não nos restaria alternativa mais viável a seguir. Esse conceito de confiança segundo Giddens agora parece ser algo contraditório ao velho ditado: “não se confia naquilo que não se conhece”. Fora os tênues “ambientes” dos pontos de acesso, não se conhecem muitas coisas a respeito do sistema perito alheio. Isso significa que, na maior parte do tempo, confiamos, (quase) inconscientemente, naquilo que não conhecemos. Se conhecêssemos, não necessitaríamos de profissionais; não precisaríamos ir ao médico quando doentes, ou contratar um arquiteto para desenhar a planta da casa, ou um engenheiro civil para fazer os cálculos estruturais. Muito menos lançaríamos mão de um experiente pedreiro para concretizar a teoria. Os sistemas peritos alheios nos são desconhecidos, não por completo – visto que o simples conhecimento da existência deles já nos tira da ignorância total -, mas não costumamos questioná-los no dia a dia. Às vezes, não questionamos nem mesmo quando temos tempo hábil para fazê-lo, pois os sistemas abstratos são fáceis de serem *crystalizados*. Somente nos predispomos a refletir sobre eles quando nos questionamos sobre tais – o que pode nunca acontecer – e poucas (ou nulas) vezes nos deparamos com situações nas quais colocamos em cheque aqueles sistemas peritos que são parte da nossa confiança ontológica<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Para ver mais sobre o assunto, ler Anthony Giddens, “As Conseqüências da Modernidade” (1991), onde o autor traça um perfil mais detalhado das relações pessoais que fazem a criança sentir-se em ambientes de segurança.



Um dos elementos chave para lograr a confiança do outro é a cordialidade. É necessário romper as barreiras de possíveis resistências iniciais ou simplesmente demonstrar a amistosidade que, geralmente, é retribuída com a almejada confiança. “Quando ela não pode ser controlada por códigos normativos fixos, a confiança tem que ser ganha, e o meio de fazê-lo consiste em abertura e cordialidade demonstráveis.” (GIDDENS, 1991, p.123). As cartas do leitor de *Motociclismo*, principalmente as da modalidade conselho, são exemplos pungentes de autorevelação, estreitamento de laços, onde ambas as pontas são tensionadas: em uma extremidade há um leitor que expõe seu problema, sua dúvida, sua “fragilidade”; um sujeito que admite não deter conhecimentos de determinada ordem e que, por isso, recorre àqueles que teriam em mãos o poder de ajudá-lo. De um lado, o “humilde aprendiz”, do outro o “sábio ancião” que ofertará aquilo que tem de mais precioso: a perícia.

“Um ‘bom amigo’ – alguém cuja benevolência é disponível mesmo em tempos difíceis – é o substituto nos dias de hoje para o ‘honorável companheiro’.” (GIDDENS, 1991, p.121). Um companheiro é um confidente, alguém com quem se partilha um problema e de quem se espera ouvir palavras de alento, ou ainda uns “puxões de orelha”, se necessário. Um companheiro-amigo é alguém de quem se espera, em determinadas horas, um conselho. Assim como o leitor-amigo espera ter em seus “amigos da *Motociclismo*” a chave da resposta para seus questionamentos.

A metáfora do aprendiz e do ancião pode ter uma veia mística, graciosa, parecendo, até mesmo, exagerada. A impressão que se pode ter ao considerá-la é que há um enorme “abismo” entre os representantes diretos desses dois personagens (o leitor e o sistema perito, respectivamente), mas não é bem assim. Há outra questão pertinente à confiança que ainda deve ser pontuada. Como já dissemos anteriormente – a cerca da linha teórica aqui utilizada – existem relações de compromisso com rosto e sem rosto. As relações com rosto pressupõem uma interação pessoal, na qual os indivíduos interagem diretamente com outros indivíduos e não com estruturas - como é o caso dos compromissos sem rosto. As relações com rosto são mais gratificantes, segundo as palavras do próprio Giddens (1991); mais humanas – apesar de as instituições também serem compostas por pessoas. Falar à revista “humanizando” o relacionamento é um sinal da busca pelo sentimento gratificante de falar com e para pessoas e não simplesmente com/para uma “empresa”. Falar a uma estrutura exige do leitor um



preparo psicológico diferente do falar impessoal de um bate papo com amigos que a seção de cartas supõe “e a confiança em sistemas abstratos não é psicologicamente gratificante como a confiança em pessoas o é.” (GIDDENS, 1991, p.116). *Correio* é o chamar pelo nome, a intimidade de uma troca de ideias entre velhos conhecidos; sem cerimônias, sem regras, sem formalidades, com confiança. Enviar uma correspondência para a revista implica afetos: um querer comunicar-se, identificar-se, com liberdade, nada imposto, voluntário, despertado pelo remetente. Um querer interagir, ser parte daquilo que, em algum momento, foi evocado pelo enunciador e recebe um retorno do destinatário.

Do ponto de vista jornalístico, não se pode esperar da seção de cartas uma extensão das matérias e reportagens que ocupam a maior parte das páginas da revista. Em *Correio*, ocorre uma interação que outras seções não permitem. A unilateralidade da informação não é a regra: a ordem é dar voz ao leitor, que tem opiniões – muitas vezes pertinentes à revista e aos demais leitores -, tem histórias para contar, sugestões para dar, conselhos a pedir, críticas a fazer e elogios a oferecer. O espaço proporciona uma riqueza de debates e diálogos, mesmos que estes sejam editados – afinal, existe um veículo de comunicação por trás de tudo isso. No entanto, tal fato não retira da seção seu status de espaço democrático de construção e intercâmbio de saberes construídos em conjunto. Basta observar a pluralidade de vozes que buscam fazer-se entender – ou ao menos propõem debates.

Nessa perspectiva, entende-se que as histórias contadas pelos receptores em diferentes cartas, se considerando essa uma proposta dos meios de comunicação de proporcionar novos vínculos, o espaço das cartas se constitui num lugar capaz de desencadear uma prática significativa, em que o meio não é pensado como um canal através do qual se transmitem conteúdos, mas como espaço no qual diferentes atores desempenham diferentes papéis, produzindo o sentido em conjunto, quando o receptor assume a função de agente co-produtor do discurso jornalístico. (KROTH, MORAES, DELLAZZANA, 2010, p.8)

O vão aberto pelas cartas permite a entrada de muitos sentimentos, emoções, afetos. Dentre eles, consideramos que o mais importante seja a confiança. A própria iniciativa de manter esse canal aberto com os leitores já pressupõe uma espécie de “atitude digna de confiança”. A certeza de ser ouvido e considerado por aqueles que detêm nas mãos o poder da comunicação jornalística impressa - em folhas coloridas, repletas de informação, desejos e sonhos – é emocionalmente importante para quem compra, lê e consome *Motociclismo*. Enxergar sua opinião impressa, ponderada, respondida,



elogiada pode, até mesmo, ser “lisonjeiro” para o enunciatório. Não é uma questão de publicidade – “querer aparecer” -, mas de opinião, relevância, inteligência, cooperação. É muito menos “ vaidade”. Faz parte de um sentimento que une os motociclistas que, bem mais que um veículo de transporte, enxergam a motocicleta como um jeito de viver a vida. A revista acaba tornando-se parte desse *way of life*, pois se constrói perante os leitores como um veículo de respaldo e confiança embarcada, capaz de despertar “pseudocolunistas” em *Correio* - um ambiente misto de segurança e perícia.

Através da seção de cartas, a revista promove este encontro “face a face” – ou cria um simulacro deste encontro -, mesmo que os leitores não saibam exatamente com quem estão falando. Fala-se com *Motociclismo*, que é uma instituição, um sistema perito, mas que se comporta nesse espaço em especial (a seção *Correio*) como se não o fosse. É como falar diretamente com uma “pessoa”. E não uma pessoa qualquer: uma pessoa perita no assunto. E melhor: uma pessoa amiga, confiável, disposta a ajudar ou, ao menos, propor uma solução ao problema exposto. Na verdade, sabe-se que é uma pessoa quem responde, mas não exatamente quem ela é. E isso nem importa tanto assim, no fim das contas. Há uma estrutura maior do que ela.

Outro bom termômetro da aceitação de uma publicação é a quantidade de leitores que escrevem. A maioria dos suplementos de automóveis possuem uma seção destinada às dúvidas dos leitores. E, no Caderno de Automóveis, por exemplo, a quantidade de cartas que chega é tão grande, que é impossível acreditar que o nosso único atrativo sejam (as ainda cobiçadas) ‘tabelas de preços’. (PATI,2006, p. 37)

Segundo Raul Fernandes Junior, diretor de redação de *Motociclismo Magazine*, são mais de 100 cartas recebidas, todos os meses, pela redação, dentre correspondência tradicional e eletrônica (e-mail). “Sim, recebemos cartas tradicionais. A maioria vem do interior do Brasil ou até mesmo de presídios”, disse o diretor em entrevista<sup>8</sup>. Interessante notar que a revista seja esse meio de comunicação ainda valorizado e notar que as cartas ainda não foram esquecidas. E isso não é motivo de espanto, mesmo na era das máquinas, onde a comunicação mediada por computador impera. Estamos tratando de um veículo segmentado, feito para um público específico. O suporte de papel pode chegar a qualquer canto do país, vencendo possíveis barreiras físicas e tecnológicas. Tem poder de encantar os leitores pelo contato físico, tátil, impossibilitado pelos meios virtuais.

---

<sup>8</sup> Entrevista realizada por e-mail em 10 de fevereiro de 2011.



## REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CAVALLARI, Douglas e BIANCHINI, Alexandre (Org.). **Na Rebimboca da Parafuseta**: os caminhos da imprensa automobilística no Brasil. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/download/324AZL003.pdf>>. Acesso em 10 fev. 2011.

DELLAZZANA, A. L.; MORAES, A. L. C.; KROTH, M. E. **Cartas aos leitores**: a intervenção do receptor no processo de *accountability* midiático. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 11, 2010, Novo Hamburgo. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0885-1.pdf>>. Acesso em 20 out. 2010.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GORZ, André. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablume, 2005.

JÚNIOR, Jarbas Ayala dos Santos. **Jornalismo automotivo**: a modernidade, a era do efêmero e a indústria automobilística no segmento televisivo. Belo Horizonte, 2007.

MACIEIRA, Fausto. **Motocicleta, a evolução das máquinas que conquistaram o mundo**. São Paulo: Alaúde, 2009.

MACLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2005.

MARINHO, Karla Azevedo Ribeiro. **Homem-máquina**: o imaginário ciborgue construindo sociabilidade. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 3, 2009, São Paulo. Disponível em: <[http://www.abciber.com.br/simpósio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/1\\_redes/eixo1\\_art29.pdf](http://www.abciber.com.br/simpósio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/1_redes/eixo1_art29.pdf)>. Acesso em 20 dez. 2010.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'Água, 2001.

SIMÕES, Geraldo Tite. **O mundo é uma roda**: crônicas de moto, viagens e viagens de moto. São Paulo: Ed. do autor, 2006.