

PROCESSOS MIDIÁTICOS E PRODUÇÃO DE SENTIDO

MAURO DE SOUZA VENTURA
(ORG.)

**PROCESSOS
MIDIÁTICOS E
PRODUÇÃO DE
SENTIDO**

CONSELHO EDITORIAL ACADÊMICO
Responsável pela publicação desta obra

Mauro de Souza Ventura
Danilo Rothberg
Juliano Maurício de Carvalho
Maria Teresa Miceli Kerbauy
Ana Sílvia Lopes Davi Médola
Adenil Alfeu Domingos
Marcelo Magalhães Bulhões
José Carlos Marques

MAURO DE SOUZA VENTURA
(ORG.)

**PROCESSOS
MIDIÁTICOS E
PRODUÇÃO DE
SENTIDO**

**CULTURA
ACADÊMICA**

Editora

© 2011 Editora UNESP

Cultura Acadêmica

Praça da Sé, 108

01001-900 – São Paulo – SP

Tel.: (0xx11) 3242-7171

Fax: (0xx11) 3242-7172

www.culturaacademica.com.br

feu@editora.unesp.br

CIP – Brasil. Catalogação na fonte
Sindicato Nacional dos Editores de Livros, RJ

P956

Processos midiáticos e produção de sentido / Mauro de Souza
Ventura (org.). - São Paulo : Cultura Acadêmica, 2011.

194p.

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7983-193-5

1. Comunicação - Aspectos sociais. 2. Comunicação de massa
- Aspectos sociais. I. Ventura, Mauro de Souza.

11-7807.

CDD: 302.23

CDU: 316.77

21.11.11 01.12.11

031633

Este livro é publicado pelo Programa de Publicações Digitais da Pró-Reitoria de Pós-Graduação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP)

Editora afiliada:



Asociación de Editoriales Universitarias
de América Latina y el Caribe



Associação Brasileira de
Editoras Universitárias

SUMÁRIO

- Introdução –
Sociedade, cultura e ciência na análise da mídia 7
Mauro de Souza Ventura
- 1 Quatro ambivalências epistemológicas
em Teoria da Comunicação 11
Luís Mauro Sá Martino
- 2 A pesquisa em televisão e vídeo:
um panorama da produção científica no
NP Comunicação Audiovisual da Intercom 29
Ana Sílvia Lopes Davi Médola
- 3 A notícia: o storytelling informativo na era híbrida 47
Adenil Alfeu Domingos
- 4 A cidadania nos jornais *Folha de S. Paulo*
e *O Estado de S. Paulo*:
os enquadramentos do caso Geisy Arruda 67
Murilo César Soares e Noemi Correa Bueno

- 5 A revista *Ocas*” diante da exploração urbana 85
Maximiliano Martin Vicente e Verônica Maria Alves Lima
- 6 Mídia, ciência e educação:
a trajetória do jornalismo científico no Brasil 105
Claudio Bertolli Filho
- 7 Caso Fukushima: polêmica discursiva
em revistas de divulgação científica 123
Elizabeth Moraes Gonçalves
- 8 Criticabilidade e processos de
legitimação no jornalismo cultural 141
Mauro de Souza Ventura
- 9 O que é o esporte? As contribuições
seminais de Johan Huizinga e Roger Caillois
ressignificadas por Roland Barthes 157
José Carlos Marques
- 10 Jornalismo, meio ambiente
e o conceito de sustentabilidade 173
Pedro Celso Campos

INTRODUÇÃO

SOCIEDADE, CULTURA E CIÊNCIA NA ANÁLISE DA MÍDIA

*Mauro de Souza Ventura*¹

Compreender as dimensões socioculturais e de produção de sentido nos processos de elaboração, veiculação e recepção da comunicação midiática por meio de contribuições teóricas oriundas das ciências da comunicação e da linguagem. Assim poderia ser sintetizada a proposta desta coletânea, que reúne artigos ligados às linhas de pesquisa “Processos midiáticos e práticas socioculturais” e “Produção de sentido na comunicação midiática”, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp).

Os dez trabalhos aqui publicados têm como fio condutor a análise da mídia em seus diferentes aspectos e podem ser classificados em três grandes linhas de ação: mapeamentos teórico-metodológicos, análises específicas de notícias e estudos sobre as diferentes especializações da comunicação midiática.

Os dois artigos que abrem a coletânea apoiam-se em abordagens teórico-metodológicas: o primeiro, de autoria de Luís Mauro Sá Martino, estuda questões epistemológicas ligadas à disciplina Teoria da Comunicação; enquanto o artigo seguinte, de Ana Sílvia Lopes Médola, faz um diagnóstico do panorama atual das pesquisas em te-

1 Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC/Unesp e organizador da coletânea.

levisão e vídeo, identificando as instituições que abrigam tais estudos e os enfoques da produção científica dos pesquisadores que integram o núcleo de pesquisa Comunicação Audiovisual da Intercom.

Em seu estudo exploratório sobre o storytelling informativo, Adenil Alfeu Domingos busca demonstrar que a estrutura da notícia na web recupera o conceito de narrativa em sua acepção primordial, já que, “em seu nível profundo aborda uma problemática existencial humana”. Na sequência, Murilo César Soares e Noemi Correa Bueno examinam reportagens veiculadas nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* sobre o caso do assédio de colegas à estudante universitária Geisy Arruda. Os dados são estudados por meio da análise do enquadramento e a partir das formulações teóricas de Pierre Bourdieu sobre a construção de gênero reproduzida subjetivamente por meio do jornalismo.

Em “A revista *Ocas*” diante da exploração urbana”, Maximiliano Martin Vicente e Verônica Maria Alves Lima refletem sobre o processo excludente da urbanização brasileira e as alternativas inclusivas emanadas desse processo, tomando como estudo de caso essa conhecida publicação impressa, produzida pela Organização Civil de Ação Social (*Ocas*), uma organização cujo objetivo geral é oferecer uma alternativa de renda para a população em situação de rua e/ou de risco social.

A divulgação científica é objeto de dois artigos: Claudio Bertolli Filho aprofunda o conhecimento sobre as questões e problemas básicos da prática do jornalismo científico ao analisar a cobertura de assuntos de ciência e tecnologia do caderno *FolhaCiência*, recentemente rebatizado como *Ciência*, do jornal *Folha de S. Paulo*. O estudo de Elizabeth Moraes Gonçalves apresenta o resultado de uma análise de matérias veiculadas nas revistas *Scientific American Brasil*, *Pesquisa Fapesp* e *Superinteressante* relacionadas ao acidente nuclear ocorrido em março de 2011 na estação Daiichi, de Fukushima, no Japão.

Fecham este livro três estudos sobre as relações da mídia com a cultura, o esporte e o meio ambiente. No primeiro deles, Mauro de Souza Ventura estuda a crítica cultural praticada na atualidade a

partir dos critérios e valores que vinculam os posicionamentos dos agentes do campo cultural a fatores como consagração e hierarquia das legitimidades. Em seguida, José Carlos Marques propõe uma leitura do esporte na atualidade (e na mídia) com base em texto pouco conhecido do francês Roland Barthes, num diálogo com as obras do holandês Johan Huizinga e do também francês Roger Caillois, autores de interpretações originais sobre o papel do esporte na sociedade moderna. Por fim, Pedro Celso Campos reflete sobre a contribuição que a mídia pode dar ao debate público sobre os problemas ambientais.

Como foi dito inicialmente, esta coletânea propõe uma reflexão sobre alguns dos aspectos socioculturais e de sentido manifestos na comunicação midiática, encarando-a como lugar de produção, veiculação e recepção de processos e produtos simbólicos. Trata-se, com efeito, de resultados de pesquisa que, embora explorem diferentes caminhos metodológicos e operadores cognitivos, apresentam significativa unidade, seja em relação ao objeto de estudo (a mídia), seja em função do recorte interdisciplinar adotado, que é uma das características norteadoras do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC/Unesp. Esperamos, por fim, que essa iniciativa seja compartilhada pela comunidade científica.

1

QUATRO AMBIVALÊNCIAS EPISTEMOLÓGICAS EM TEORIA DA COMUNICAÇÃO

*Luís Mauro Sá Martino*¹

De acordo com o Inep, uma das agências do governo responsáveis pela educação superior, existem atualmente em funcionamento 456 cursos de Publicidade e Propaganda, 361 de Jornalismo, 127 de Relações Públicas, 30 de Rádio e TV, 27 de Cinema e 3 de Editoração. Dessa maneira, há pouco espaço para se duvidar de que a Comunicação está, de fato e de direito, vinculada à esfera do ensino superior. Quando se pensa que cada um desses 1.004 cursos forma pelo menos trinta a quarenta alunos por ano – a estimativa é necessária porque o Inep fornece apenas o número de vagas oferecidas em cada universidade, não o de estudantes –, temos entre 30 e 40 mil novos profissionais de comunicação a cada ano no país.

Se é lícito pensar que a ideia de “curso superior” implica algo mais do que ensinar aos alunos técnicas e fórmulas para escrever ou dizer-lhes qual botão apertar, é possível imaginar que essas 40 mil pessoas tiveram algum tipo de formação teórica na área, e, presumivelmente, cursaram ao menos um semestre da disciplina denominada Teoria da Comunicação.

Há várias perguntas que podem ser feitas a partir dessa afirmação. Uma delas, que se tentará delinear – não responder – neste texto,

1 Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cáspér Líbero.

é discutir as condições de formação do estatuto epistemológico dessa disciplina ou, antes, desse conjunto de saberes intitulado Teoria da Comunicação, em um curso que apenas nos anos 1960 encontrou espaço pleno entre os saberes universitários, mesmo no exterior.

Este texto é sequência de um estudo prévio a respeito do que se entende por Teoria da Comunicação tal como apresentada nos quinze livros de autores brasileiros que levam esse título (Martino, 2008, 2009). Analisando as escolas e autores apresentados em cada um, foi possível identificar uma coincidência temática de apenas 23,25% – ou seja, o consenso sobre o que é Teoria da Comunicação estende-se por menos de um quarto do total de ideias e conceitos que podem ser incluídos nessa disciplina.

Neste texto, utilizando o mesmo *corpus* da literatura acadêmica, o objetivo é delinear algumas das razões dessa disparidade doutrinária. Esse delineamento passa pela observação de quatro ambivalências da Teoria da Comunicação: o lugar disperso da “teoria” nos cursos de comunicação, a ambivalência doutrinária, a pluralidade dos objetos e os limites do que é “interdisciplinar”. Para evitar sobreposição e repetições, foram escolhidos os trechos mais representativos para evidenciar cada tema em pauta.

Pertencem ao objeto de estudo desta pesquisa, em ordem de publicação:

- GOMES, P. *Tópicos de teoria da comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2001 (primeira edição em 1997).
- RÜDIGER, F. *Introdução à teoria da comunicação*. São Paulo: Edicon, 1998.
- MELO, J. M. *Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- POLISTCHUK, I.; TRINTA, A. R. *Teorias da comunicação*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- HOHFELDT, A. et al. *Teorias da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- MALDONADO, A. E. *Teoria da comunicação na América Latina*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

- SANTOS, R. E. *As teorias da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- MARTINS, L. *Teorias da comunicação no século XX*. Brasília: Casa das Musas, 2005.
- COSTA, R. et al. *Teoria da comunicação na América Latina*. Curitiba: UFPR, 2006.
- VILALBA, R. *Teoria da comunicação*. São Paulo: Ática, 2007.
- FERREIRA, G.; MARTINO, L. *Teorias da comunicação*. Salvador: UFBA, 2007.
- MARTINO, L. C. (org.). *Teorias da comunicação: muitas ou poucas?* Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

Vale assinalar que, dessas obras, apenas *Teorias da comunicação* (Hohfeldt et al., 2002) comporta um capítulo voltado às questões epistemológicas, enquanto *Teorias da comunicação*, de Ferreira e Martino (2007) e *Teorias da comunicação: muitas ou poucas?* (Martino, 2007) são dedicadas exclusivamente a esse debate. Os demais autores parecem seguir um caminho diferente, no sentido de apresentar as ideias de maneira crítica mais do que dedicar espaço à discussão sobre o que é Teoria da Comunicação – não que esse espaço não exista, mas é consideravelmente menor.

Este texto não tem a pretensão de resolver essas questões, mas propor sua articulação como questões de pesquisa decorrentes da observação empírica das indefinições a respeito do que é Teoria da Comunicação. A ideia não é observar o campo “de fora”, com a ilusão de objetividade. Ao contrário, é como participante nos mesmos questionamentos que se pretende compreender o que acontece. Entende-se que situar o debate é um caminho para se pensar respostas.

A ambiguidade da teoria nos cursos de comunicação

Quando se reúne um corpo de doutrinas, métodos, ideias e conceitos sob um mesmo nome, quando esse corpo é elevado ao status

de disciplina acadêmica – portanto, ocupando uma posição de destaque em uma instância legítima de reconhecimento simbólico e de consagração intelectual – e a esse corpo se dedicam livros, encontros, grupos de trabalho e de pesquisa, é razoável que se desenvolva uma crença na existência desse corpo – o que implica a formação de um espaço próprio de reflexão e elaboração pensado como um *Campo da comunicação* (Craig, 1999, p.123; Lopes, 2001).

Mas, como questiona Kellner (1995, p.163), onde começa/termina a Teoria da Comunicação? A legitimação ocorre pelo procedimento e o processo autoriza-se a si mesmo. A crença na existência de uma disciplina pode ser o resultado tautológico e aceito desse processo de autolegitimação. Há indicações de que o campo da Comunicação tenha passado por um desenvolvimento histórico baseado na ilusão de sua própria existência em termos autônomos, e assim a interdisciplinaridade exibida como trunfo epistemológico e instância consagradora de um reconhecimento baseado na singularidade seria apenas uma justificativa para legitimar em uma instância metodologicamente válida essa trajetória histórica (Severin; Tankard, 2003, p.14). “Um campo do conhecimento define-se não apenas a partir dos objetos e das temáticas que merecem uma reflexão mais profunda, mas sobretudo a partir de olhares e de perguntas que lançamos sobre os fenômenos sociais que, a rigor, perpassam variados campos de saberes” (Barbosa, 2002, p.73). Criados nos Estados Unidos, os cursos de Comunicação tinham como tarefa garantir a legitimidade institucional de um tipo de saber digno de ter uma teoria específica.

Vale acrescentar que os estudos europeus de comunicação depararam com um problema semelhante ao subordinar a Comunicação às condições de uma análise ora política, ora semiótica, mas quase nunca a partir do próprio ato comunicativo. E, focando o caso brasileiro, Taschner (1983, p.15) aponta a “carência de material didático” nacional nos cursos de comunicação.

Essa ausência, no entanto, parece estar ligada a outra questão, dessa vez de caráter epistemológico:

Qual o “saber” buscado e construído por nós, pesquisadores da comunicação? Se as práticas comunicativas permeiam as múltiplas dimensões da vida social e atravessam todas as demais práticas, e nosso objeto de estudo diz respeito – e é indagado – por inúmeros outros campos de conhecimento dentro do vasto espectro das ciências sociais e das humanidades, qual é a especificidade de um possível saber ou uma abordagem comunicacional dos fenômenos? (França, 2004, p.13)

Venício Lima (1991, p.160) aponta “uma relação inversa entre a expansão institucional da área e o desenvolvimento teórico. A comunicação passou a ser entendida e definida em termos das profissões e do espaço institucional que ocupa nas universidades e não de forma teórico-conceitual”. Em outro texto, o mesmo pesquisador (1983, p.86) destaca que a formação teórica em Comunicação teve seu início a partir da aglutinação ao redor de práticas profissionais, de um lado, e necessidades políticas de controle sobre essa categoria profissional, de outro.

Dessa maneira, a pesquisa em Comunicação, motivada por questões profissionais ou políticas, desenvolveu-se rápida e desordenadamente, sem tempo para a constituição de um corpo teórico e doutrinário específico.

A delimitação rigorosa do objeto, a obtenção e análise de dados universalmente observáveis e empiricamente controláveis, a experiência de laboratório para testar hipóteses, o estreitamento necessário do universo em discussão e a fragmentação do saber foram as características fundadoras do campo de investigação em Comunicação e assim permanecem até hoje (Dahlgren, 2004). Os periódicos que divulgam os dados desse tipo de ciência são cheios de tabelas, gráficos, detalhadas descrições do objeto e resultados derivados de investigações tão minuciosas quanto restritas em abrangência.

Assim, a comunicação interpessoal é geralmente reservada aos estudos de psicologia e teoria do comportamento, enquanto as pesquisas na Mass Communication Research são elaboradas por sociólogos ou, em alguns casos, psicólogos sociais (Blumer, Katz, Berelson, 1974; Habermas, 1976, p.133; Merton, 1957, p.439; Heisler, Discenna, 2001, p.149). Esse modelo anglo-saxão, inicialmente apli-

cado no Brasil, encontrou uma situação dupla: cursos de comunicação organizados no cruzamento de uma matriz prática norte-americana acompanhada de uma crítica europeia.

No mesmo sentido, Alberto Efendy Maldonado (2004, p.42) aponta a existência de um paradoxo entre o crescimento das pesquisas em Comunicação na América Latina a partir dos anos 1980 e o pouco desenvolvimento no debate das questões epistemológicas, teóricas e metodológicas. O autor credita isso à complexidade das temáticas, à pouca tradição de pesquisa científica da área e à atitude dos cientistas sociais de considerar o campo “pouco merecedor” de preocupações epistemológicas.

Alguns dos próprios livros intitulados *Teoria da comunicação* questionam essa ambiguidade: “A comunicação constitui valorativamente um tema de importância consensual, cujo conteúdo no entanto está longe de ter sido esclarecido quando se passa à sua definição teórica” (Rüdiger, 1998, p.10).

Melo (1999, p.12) credita esse desenvolvimento multidisciplinar a dois fatores. De um lado, a “contingência temporal, ou seja, a indisponibilidade de massa crítica suficiente de comunicólogos ou midiólogos no Brasil” e, de outro, à “reprodução de experiências que já haviam sido testadas em outras quadraturas com resultados satisfatórios”.

É preciso, desde logo, advertir para o fato de que o campo da comunicação é difuso quanto à sua natureza epistemológica. Tanto pode ser recortado enquanto campo científico (ciências sociais aplicadas) quanto pode ser encarado como um conjunto de segmentos prático-corporativos, composto por profissionais de comunicação (jornalistas, radialistas, publicitários, relações-públicas, cineastas, apresentadores, produtores etc.), ou ainda como um campo do “saber político” das instituições direta ou indiretamente implicadas na gestão ou no controle dos *mass media*. (Martins, 2005, p.5)

Essa indefinição epistemológica se reflete na composição curricular dos cursos de comunicação e na razão de ser de sua existência. Desprovido das fronteiras da tradição que por vezes funcionam

como garantia de legitimidade, o campo da Comunicação é alvo constante de dúvidas sobre a necessidade de sua existência – a infundável querela sobre a necessidade do diploma para as habilitações é uma de suas faces visíveis. “Daí a situação extremamente *sui generis* da Comunicação como um campo bem desenvolvido no lado institucional sem nada dever às teorias mais desenvolvidas, salvo uma única coisa: as teorias” (Martino, 2007, p.39).

A indefinição doutrinária

A produção de textos sobre Comunicação é subsidiária de métodos, teorias e conceitos de outros campos de conhecimento. Em estudo sobre os últimos cinquenta anos de pesquisa em Comunicação nos Estados Unidos, Bryant e Miron (2004, p.665) constatam, com ampla base empírica, que “uma considerável porção das teorias da comunicação utilizadas na pesquisa são derivadas da psicologia e da sociologia, com importantes contribuições do direito e da política”. Aos olhos do crítico, esse tipo de definição mostra uma contradição nos termos, a saber, a enunciação da ambivalência do campo ocorre em sua própria definição.

Essa ambivalência está presente quase que como condição essencial do campo da Comunicação.

“A partir de muitas posições intelectuais, ideológicas e geográficas, a multiplicação de propostas de reformulação teórica e prática dos estudos de comunicação manifesta uma insatisfação generalizada com o estado atual do campo e a urgência de repensar seus fundamentos e reorientar seu exercício” (Fuentes Navarro, 1999, p.114).

Isso se apresenta nos livros pertencentes ao *corpus*:

A comunicação é um conceito amplo e complexo que pode ser estudado das mais diferentes formas e sob a luz de diversas perspectivas teóricas.[...] Seu objeto é interdisciplinar e tem despertado um interesse crescente em diversas áreas do conhecimento. (Costa et al., 2006, p.7)

O elemento doutrinário de cada campo funda-se, sobretudo, na autossuficiência de definir quem ou o que pertence ou não pertence ao domínio epistemológico dessa ciência. A classificação de um campo do saber está vinculada à possibilidade de definir uma diferença específica em relação aos outros campos, mesmo quando guarda elementos gerais em comum.

Parece que apenas a partir da metade da década de 1990 o campo da Comunicação se estrutura de maneira a reconhecer uma trajetória autônoma e reivindicar para si autores de outros campos que foram, pela proximidade epistemológica ou de estudos, incorporados ao debate. Como observa um dos livros que formam o *corpus* desta pesquisa: “A Comunicação pode ser observada como uma jurisdição teórica, no interior da qual se alinham temas e teses, comportando definições e conceitos operatórios” (Polistchuk; Trinta, 2002, p.59).

Essa disparidade entre o que pertence ou deixa de pertencer à Teoria da Comunicação, seja como disciplina, seja como campo do conhecimento, área do saber ou qual outro nome se utilize, é a parte mais externa do problema. Trata-se, na realidade, de encontrar um estatuto epistemológico claro *a partir* do qual seria possível identificar o princípio de uma Teoria da Comunicação.

O objeto múltiplo

“Uma das principais características da área tem sido uma acentuada imprecisão em relação à definição do seu objeto de estudos. Qualquer encontro entre especialistas em Comunicação nos revelará um profundo desacordo sobre questões básicas” (Lima, 1983, p.86). Nesse sentido, a discussão sobre o objeto da Comunicação pode ser dividida em duas vertentes: de um lado, os que veem a Comunicação como um campo interdisciplinar sem objeto definido – e nisso reside sua qualidade; de outro, procura-se localizar o objeto, seja na comunicação como prática social ou nos *media*, de maneira restrita. Essa pluralidade leva a “questionar a necessidade de um ‘local próprio’ à comunicação, enquanto uma disciplina insular que seleciona

uma única dimensão do real em detrimento da complexidade deste” (Santos, 2005, p.163).

Por um lado, defende-se que o objeto é múltiplo, plural, e que a característica fundante da Comunicação é justamente a inexistência de um objeto único. Assim, haveria um ponto de flutuação nas concepções sobre Comunicação que teriam como elemento principal a multiplicidade. “Contrariamente a uma visão que considera que a comunicação não tem um objeto, porque ou ele é amplo/estrito demais, pressupomos que a sua riqueza deriva-se de seu caráter inexato e complexo.[...] Sua especificidade é a de transbordar fronteiras” (Santos, 2006, p.115).

Assim, a singularidade da comunicação seria não ter singularidade. No entanto, esse paradoxo se desfaz quando essa postura é compreendida vendo-se a comunicação como o elemento de articulação central das práticas sociais.

Martins (2005) faz uma distinção ao apontar que muitos estudos dados como pertencentes à área de comunicação na verdade destinam-se à compreensão da chamada “esfera informacional”, centrada nos meios de comunicação, em contraposição a uma “esfera comunicacional”, descrita pelo autor como “dialógica e emancipatória”. Mas é possível questionar, por exemplo, se não há um conceito expandido de “mídia”, no qual se incluiria, por exemplo, o corpo, em lugar de uma leitura “textocêntrica” da comunicação.

Isso pode ficar claro em dois exemplos retirados dos livros do *corpus* desta análise: em (a) José Marques de Melo propõe a definição pelo *meio*, enquanto em (b) Polistchuk e Trinta preconizam a análise das interações humanas:

(a) o estudo sistemático de todos os meios, formas e processos de informação ou de comunicação social; (Melo, 1999, p.19)

(b) Comunicação compõe o processo básico para a prática das relações humanas, assim como para o desenvolvimento da personalidade individual e do perfil coletivo. (Polistchuk; Trinta, 2002, p.62)

Essa indefinição do objeto remete a um problema recorrente: para um objeto múltiplo, múltiplos métodos e conceitos, múltiplas serão as análises e teorias. Por exemplo, Potter, Cooper e Dupagne (1997, p.23) listam os métodos usados nas pesquisas em Comunicação. Os dois textos mostram uma oscilação constante entre métodos quantitativos, oriundos das ciências naturais, e uma abordagem qualitativo-interpretativa dos fenômenos comunicacionais.

A Teoria da Comunicação é uma área que, pela pluralidade de enfoques e objetos que comporta, torna difícil qualquer tentativa de sistematização. De inegável vocação interdisciplinar – de certo modo justificada pela onipresença do fenômeno comunicacional na constituição da cultura e nas práticas da vida social –, a Teoria da Comunicação pode ser entrecortada tanto pelo prisma de seus temas preferenciais quanto pelo ângulo de suas matrizes teóricas. (Rocha; Coelho, 2004, p.7)

Isso, de saída, já renova o paradoxo: por que existe uma disciplina curricular chamada Teoria da Comunicação se fazer “teoria” no campo da Comunicação exige saberes oriundos de mais de uma disciplina? A ideia de ultrapassar as fronteiras serve ao mesmo tempo como pressuposto epistemológico e justificação política do campo. Sem objeto definido, só resta à Comunicação se apresentar como “interdisciplinar”, converter essa característica em vantagem e extrair dela o máximo de lucro simbólico, entendido como o prestígio específico na hierarquia decorrente da autonomia relativa dos campos do saber.

A pluralidade interdisciplinar

Como sugere Locker (1994), a transformação de uma área do saber em uma disciplina específica é uma maneira de aglutinar poderes e forças em torno de um grupo de discussões comuns. Assim, o conhecimento alocado sob o domínio de um método específico garante o monopólio dos discursos e das práticas derivadas ao grupo reconhecido como representante dessa disciplina ou socialmente autorizado a falar em seu nome. Os critérios de formação do saber acadêmico e

a própria noção de campo como um conjunto de forças demonstram isso. Não obstante, as “disciplinas tradicionais, o modo como as universidades dividiram o conhecimento e alocaram o poder estão sob ataque” (Locker, 1994, p.137). Assim, constituindo-se em um campo multidisciplinar, a Comunicação parece ter condições de assumir a vanguarda metodológica de reintegração de conhecimentos e saberes:

Portanto, é possível deduzir que a maior riqueza do “pensamento comunicacional” não esteja na caracterização de um objeto próprio, mas na sua interdisciplinaridade. (Martins, 2005, p.5)

Ou, dito de outra maneira:

a *pesquisa em comunicação* assume a natureza de um campo interdisciplinar de estudos, envolvendo não só as investigações linguísticas, educacionais, jornalísticas, cibernéticas etc. – ou seja, as pesquisas próprias das Ciências da Informação –, mas englobando também as iniciativas em outras áreas das ciências humanas – sociológicas, psicológicas, históricas, antropológicas etc. (Melo, 1999, p.20)

Ou ainda:

Mais do que uma “interciência”, o campo de estudos da comunicação se oferece como território de busca multidisciplinar, isto é, um terreno fértil para o intercâmbio teórico-metodológico que, longe de descaracterizá-lo, reproduz, por sua existência e sua assiduidade, a mo-
vência própria à Comunicação. (Polistchuk; Trinta, 2002, p.66)

No entanto, há duas questões relacionadas: em primeiro lugar, apesar disso, a Comunicação não deixa de ser um espaço de embate entre saberes e poderes (e uma análise dessas relações não pertence ao escopo deste texto); em segundo, essa mesma perspectiva esbarra em paradoxos que, aparentemente, desgastam a proposta.

Há, pois, uma extensão enorme de fenômenos associados à palavra comunicação. Isso, se por um lado, tem como aspecto positivo desqualificar a ideia de disciplinaridade, por outro lado cria uma dependência

de outros saberes, o que foi historicamente um dos maiores entraves à própria autonomização do campo. (Barbosa, 2002, p.74)

A ideia de interdisciplinaridade e o esforço para sua adesão, no dizer de Luiz Martino (2001, p.78), é o “testemunho paradoxal tanto da sobrevivência quanto da superação de um problema que estranhamente resta pouco abordado, senão intacto: o problema da definição do objeto de estudo dessa disciplina”. Na mesma linha, Everardo Rocha (1995, p.54) aponta a perspectiva interdisciplinar como um “complicador transparente” nos estudos de comunicação.

É possível questionar se o fato de um mesmo objeto ser estudado por diversas ciências o torna interdisciplinar (Martino, 2005, p.46). A pluralidade de aspectos de um fenômeno permite seu estudo por qualquer ciência. Não é isso, portanto, que justificaria uma abordagem para além de uma única disciplina. A Tabela 1.1 indica alguns desses elementos referentes às ambivalências apontadas:

Tabela 1.1

| | Definição de Comunicação | Objeto de estudo da Comunicação | Métodos / disciplinas de estudo | O que é Teoria da Comunicação |
|---|---|--|--|--|
| <i>Tópicos de teoria da comunicação, Pedro Gilberto Gomes</i> | Interação humana – fenômeno social | Estudar a interação humana mediada | Plural | Estudo dos processos de interação humana |
| <i>Teoria da comunicação na América Latina, Costa et al.</i> | Não define | Não define | Interdisciplinar | Não define |
| <i>Teoria da comunicação, José Marques de Melo</i> | Opta por “informação” para definir a interação mediada entre indivíduos | Interação humana que acontece na circulação de informações, incluindo meios técnicos | Interdisciplinar | Prefere Teoria da Informação para definir o estudo |

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|--|---|
| <i>As teorias da comunicação</i> , Roberto Elísio dos Santos | Interação humana | As interações entre seres humanos | Interdisciplinar | Estudo dos processos de interação humana em sentido amplo |
| <i>Teorias da comunicação</i> , Antonio Hohfeldt et al. | Discussão do tema | Discussão do tema | Discussão do tema | Discussão do tema |
| <i>Introdução à teoria da comunicação</i> , Francisco Rüdiger | Interação humana – fenômeno social | Interação humana mediada | Plural / Interdisciplinar | Estudo dos processos de interação humana |
| <i>Teorias da comunicação no século XX</i> , Luiz Martins | Não define | Meios técnicos | Plural / Vinculado a outras disciplinas ou ao elemento técnico | Estudo dos meios técnicos de comunicação |
| <i>Teorias da comunicação</i> , Ilana Polistchuk e Aloízio R. Trinta | Interação humana; processo de construção simbólica | Interação humana | Interdisciplinar | Estudo das interações humanas mediadas |
| <i>Teoria da comunicação</i> , Rodrigo Vilalba | Processo simbólico | Relações humanas | Interdisciplinar | Estudo das relações humanas |
| <i>Teoria da comunicação na América Latina</i> , Alberto Efendy Maldonado | Não define | Não define | Interdisciplinar / Transdisciplinar | Não define |

Indefinições finais

A ausência de uma definição tem uma consequência na prática acadêmica: qual fronteira decide o que é um trabalho de Comunicação? Ou, ainda, quais conteúdos devem pertencer a um programa de Teoria da Comunicação (Martino, 2011)? Afinal, “boa parte daquilo que se publica em nossos periódicos de Comunicação poderia, sem grandes dificuldades, ser catalogado dentro da área dos *cultural studies*” (Felinto, 2007, p.45).

Outros autores apontam essa indefinição no aparecimento de uma área independente chamada “teoria”, que ocupa um vasto espaço nas Ciências Humanas sem especificamente pertencer a nenhum (Eagleton, 1987; Culler, 2007; Venn, 2007) ou, como Santaella (2001, p.15) recorda, sobre a atividade em uma agência de fomento à pesquisa, a lista de disciplinas e campos relacionados à Comunicação “mais se parecia a uma enumeração caótica”. E conclui: “muitas vezes, tínhamos que julgar projetos, nitidamente interdisciplinares, que suscitavam fortes dúvidas quanto à sua inserção ou não na área de Comunicação”.

O objeto não é definido, o método tampouco. Os métodos de análise são igualmente importados de outras ciências – etnografias da audiência ou de produção, análises estruturais da mensagem, teorias políticas, de recepção, de percepção (Hardt, 1999). Uma alternativa epistemológica é a percepção de que forma os atos comunicativos como elementos articuladores centrais das relações humanas nas interações comunicativas colocam a Comunicação – e isso elimina a multiplicidade do objeto afirmando o processo, não o modo – como centro a partir do qual a prática será explicada (Marcondes Filho, 2005; Martino, L. C., 2007, p.8; Martino, L. M., 2007, p.10).

A questão permanece em aberto. Afinal, “a emergência de um campo de conhecimento abrange, assim, uma rede epistemológica marcada por zonas de consenso, conflito e negociações” (Ferreira, 2003, p.118). Seja olhando as questões relativas à Teoria da Comunicação em seus eixos internos (objeto, método, epistemologia) ou externos, como um campo de forças em conflito no qual agentes bus-

cam uma definição legítima das práticas e saberes, os cursos e disciplinas de Comunicação permanecem no diálogo aberto – para ter algo a dizer aos 40 mil alunos de Comunicação formados anualmente.

Referências bibliográficas

- BARBOSA, M. Paradigmas de construção do campo comunicacional. In: HOHFELDT, A. et al. *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- BARROS FILHO, C.; MARTINO, L. M. S. *O habitus na comunicação*. São Paulo: Paulus, 2003.
- BELTRÁN, L. R. Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal. *Comunicação e Sociedade*, São Paulo, Cortez/Intercom, n.6, p.7, 1981.
- BLUMER, J.; KATZ, E. BERELSON, B. *The uses of mass communications: current perspectives on gratifications research*. London: Sage, 1974.
- BRYANT, J.; MIRON, D. Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication*, v.54, n.4, p.665-85, dez. 2004.
- CAMPBELL, J. Theory after the PostModern Condition. *Organization*, n.10, p.505, 2003.
- COSTA, R. et al. *Teoria da comunicação na América Latina*. Curitiba: UFPR, 2006.
- CRAIG, R. Communication Theory as a Field. *Communication Theory* v.9, n.2, mai. 1999.
- CULLER, J. *Literary Theory*. Oxford: Oxford University Press, 2007.
- DAHLGREN, P. Theory, Boundaries and Political Communication. *European Journal of Communication*, n.19, p.7, 2004.
- DEMERS, D. Communication Theory in the 21st Century: Differentiation and Convergence. *Mass Communication and Society*, v.3, n.1, p.1-2, 2000.
- EAGLETON, T. *Literary Theory*. Londres: Verso, 1987.
- ECO, U. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- FELINTO, E. Patologias no sistema da comunicação: ou o que fazer quando seu objeto desaparece. In: FERREIRA, G.; MARTINO, L. C. *Teorias da comunicação*. Salvador: UFBA, 2007.

- FERREIRA, J. Campo acadêmico e epistemologia da comunicação. In: LEMOS, A. et al. (orgs.). *Mídia.br*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- FRANÇA, V. R. V. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, M. et al. *Comunicação, representação e práticas sociais*. Rio de Janeiro: Ideias e Letras/PUC-RJ, 2004.
- FUENTES NAVARRO, R. La investigación de la comunicación en América Latina. *Comunicación y Sociedad*. Universidad de Guadalajara, n.36, jul.-dez. 1999.
- HABERMAS, J. The analytic theory of science and dialects. In: ADORNO, T. W. et al. *The positivist dispute in german sociology*. Londres: Heineman, 1976.
- HARDT, H. Shifting paradigms: descentring the discourse of mass communication research. *Mass Communication quarterly*, n.2, p.3-4, 1999.
- HEISLER, J.; DISCENNA, T. Teaching Metatheoretical Beliefs in Communication Theory. *Communication Teacher*, v.19, n.2, p.44-7, 2001.
- KELLNER, D. "Media Communications vs. Cultural Studies: Overcoming the Divide". *Communication Theory*, v.2, n.1, 1993.
- LIMA, V. Profissões e formação teórica em comunicação. *Intercom*, n.62-3, 1991.
- _____. Repensando as teorias da comunicação. In: MELO, J. M. *Teoria e pesquisa em comunicação*. São Paulo: Intercom/Cortez, 1983.
- LOCKER, K. The Challenge of Interdisciplinary Research. *Journal of Business Communication*, v.2, n.31, p.139, 1994.
- MALDONADO, A. E. América Latina berço de transformação comunicacional no mundo. In: MELO, J. M.; GOBBI, M. C. *Pensamento comunicacional Latino-Americano*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista, 2004.
- MARCONDES FILHO, C. Apresentação. In: LUHMANN, N. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005.
- MARTINO, L. C. *Teorias da comunicação: muitas ou poucas?* Cotia: Ateliê, 2007.
- _____. Apontamentos epistemológicos sobre a fundação e a fundamentação do campo comunicacional. In: CAPPARELLI, S. et al. *A comunicação revisitada*. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- _____. Interdisciplinaridade e objeto de estudos da comunicação. In:

- FAUSTO NETO, A. et al. *O campo da comunicação*. João Pessoa: UFPB, 2001.
- MARTINO, L. M. A disciplina interdisciplinar: uma análise de 31 programas de ensino de teoria da comunicação. *XVI Congresso Brasileiro de Comunicação da Região Sudeste*. São Paulo, FECAP, mai. 2011.
- _____. *Teoria da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- _____. A ilusão teórica no campo da comunicação. *Famecos*, Porto Alegre, n.38, jun.-ago. 2008.
- _____. *Estética da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- _____. *Comunicação: troca cultural*. São Paulo: Paulus, 2005.
- MARTINS, L. *Teorias da comunicação no século XX*. Brasília: Casa das Músicas, 2005.
- MELO, J. M. Introdução. In: MELO, J. M.; BRANCO, S. C. *Pensamento comunicacional brasileiro*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista, 1999.
- MERTON, R. K. *Social Theory and Social Structure*. New York: Free Press, 1957.
- MIIKE, Y. Asian Contributions to Communication Theory. *Media Research*, n.3, p.4, 2007.
- MORAGAS, M. Las ciencias de la comunicación en la “sociedad de la información”. *Revista Dia-Logos de la Comunicación*. n.49, out. 1997.
- MORSE, J. Theory innocent of Theory Smart. *Quality Health Research*, n.12, p.295, 2002.
- OLSEN, S. The moment of theory. *Critical Quarterly*, v.49, n.4. 2007.
- POTTER, W. J., COOPER, R. e DUPAGNE, M. The Three Paradigms of Mass Media Research In *Mainstream Communication Journal*. *Communication Theory*. v.3, n.4, nov. 1993.
- ROACH, C. Cultural imperialism and resistance in media theory. *Media Culture Society*, n.19, p.47, 1997.
- ROCHA, E. *A sociedade do sonho*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- _____; COELHO, M. C. De projetos, armadilhas e objetos: notas em Teoria da Comunicação. In: FAUSTO NETO, A. et al. (orgs.) *Brasil: comunicação, cultura e política*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1994.
- SANTAELLA, L. *Comunicação e pesquisa*. São Paulo: Hacker, 2001.

SANTOS, T. C. Teoria da comunicação e suas interconexões com o corpo e com a cultura. *Comunicação Midiática*, n.6, 2006.

_____. Teorias da comunicação: caminhos, buscas e intersecções. *Famecos*, Porto Alegre, n.28, dez. 2005.

SEVERIN, W. e TANKARD, J. *Communication Theories*. Londres: Longman, 1992.

TASCHNER, G. A pesquisa sobre jornalismo impresso. In: MELO, J. M. (org.). *Pesquisa em comunicação no Brasil: tendências e perspectivas*. São Paulo: Intercom/Cortez, 1983.

VENN, C. Cultural theory and its futures. *Theory Culture Society*, n.24, p.49, 2007.

2

A PESQUISA EM TELEVISÃO E VÍDEO: UM PANORAMA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO NP COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL DA INTERCOM

Ana Sílvia Lopes Davi Médola¹

Uma das características dos estudos audiovisuais é a diversidade em todos os níveis de observação dos objetos, tornando bastante complexa e muitas vezes imprecisa uma proposta de inventariar e caracterizar o trabalho de pesquisa em torno desse segmento midiático. Em uma visão geral é possível afirmar que a investigação científica brasileira em torno da produção cinematográfica, televisiva e videográfica tem se complexificado não apenas em função das perspectivas teórico-metodológicas de análise, mas principalmente pela diversidade dos objetos e dos contextos comunicacionais nos quais estão inseridos. Diante do caráter dinâmico dos meios de comunicação, os projetos de caracterização e tipologização dos conteúdos e formatos colocados em circulação na contemporaneidade, neste caso os audiovisuais, são bastante desafiadores. Os conteúdos passam a circular em suportes convergentes, alocados em sistema multiplataforma, desdobrando-se em hibridizações de formatos e novos modos de produção e fruição.

Ainda que possamos identificar uma vigorosa produção teórica, sobretudo no que diz respeito aos estudos de cinema, a complexificação dos processos comunicacionais nas últimas décadas aponta para a necessidade de atentar para novas questões e aprofundar re-

¹ Livre-docente em Comunicação Televisual e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp).

flexões em torno dos meios audiovisuais, notadamente após a introdução dos suportes digitais.

Na comunidade científica brasileira as investigações mais sistemáticas voltadas especificamente aos estudos de televisão e vídeo são relativamente recentes, tendo registrado maior impulso somente a partir dos anos 1980. Isso porque, mesmo sendo a televisão um dos meios mais relevantes no sistema de comunicação do país desde sua implantação, há de se registrar que durante muito tempo prevaleceu, entre boa parte dos intelectuais e acadêmicos, certa visão ideológica e em boa medida elitista em relação à televisão, impedindo considerá-la um objeto de pesquisa científica digno de atenção.

Entretanto, a força da televisão como meio de comunicação de maior alcance em termos de audiência e a incontestável influência dos seus conteúdos na vida sociocultural, política e econômica da sociedade brasileira impuseram-se como fenômenos a serem considerados para melhor compreender as construções simbólicas e seus efeitos na sociedade. Do mesmo modo, o surgimento do videocassete entre os anos 1970 e 1980 impôs-se como um fenômeno a ser observado, tendo em vista o fato de inaugurar novas perspectivas expressivas, bem como novas formas de consumo de produtos audiovisuais no cotidiano das pessoas. A popularização do vídeo como dispositivo midiático causou impacto nos mais diversos segmentos, prestando-se a variadas maneiras de utilização. Das novas possibilidades de experimentação no âmbito das artes aos sistemas de vigilância, as alterações provocadas pelo vídeo na produção audiovisual não admitiam o não reconhecimento de mais esse fenômeno comunicacional.

Diante disso, quando nos referimos aos estudos de televisão e vídeo no país, há que se considerar que foi a partir das duas últimas décadas do século XX que as pesquisas nessa área tornaram-se mais sistemáticas e presentes de forma institucional nos ambientes acadêmicos e em espaços como os congressos da Intercom. Por meio do Grupo de Trabalho de Televisão e o Grupo de Trabalho de Cinema e Vídeo, que funcionaram até o ano 2000, muitos pesquisadores tiveram nesse contexto a possibilidade de debater as ideias em torno da produção audiovisual.

Com a reestruturação dos Grupos de Trabalho (GTs) da Intercom para Grupos de Pesquisa (GPs), no ano 2000, houve uma junção das três formas de produção audiovisual em um único Núcleo de Pesquisa: o NP Comunicação Audiovisual. Nas normas regimentais dos GPs da Intercom, o artigo 1º, que trata da definição, esclarece a mudança e define a função dos GPs:

Os Grupos de Pesquisa (GPs) são uma instituição da Intercom, resultantes da reestruturação dos Grupos de Trabalho (GTs), realizada no ano 2000, e da criação das Divisões Temáticas (DTs), realizada em 2008, com a finalidade de reunir pesquisadores interessados em temáticas dotadas de legitimação acadêmico-profissional ou que representam objetos demandando elucidação teórico-metodológica, visando estabelecer o diálogo e fomentar a pesquisa, contribuindo para troca efetiva de conhecimentos e para a evolução do conhecimento em comunicação no Brasil. (Regimento GPs Intercom, 2001)

A criação do NP Comunicação Audiovisual foi, portanto, resultante do agrupamento de temas dos Grupos de Trabalho vigentes até o ano 2000 e que se ocupavam da pesquisa em cinema e vídeo e televisão. Durante os nove anos dessa primeira década do século XXI, o NP Comunicação Audiovisual abrigou os debates em torno dos conteúdos manifestados por sons e imagens em movimento nos mais diferentes dispositivos, do cinema à internet, da televisão ao DVD, sob uma considerável diversidade de pontos de observação e enfoques teóricos. Também é notável a variedade de produções analisadas, dos programas jornalísticos presentes nas programações televisivas até as produções videográficas “caseiras”, passando pela videoarte e a hipermídia, refletindo as poéticas da contemporaneidade, conforme veremos mais adiante.

Entretanto, a expressiva quantidade e a diversidade das pesquisas em audiovisual demandaram uma readequação, uma retomada da subdivisão do núcleo tendo em vista o crescimento da produção acadêmica voltada aos dispositivos audiovisuais. Assim, em 2009 foi aprovado pela direção científica da Intercom o desmembramento do NP Comunicação Audiovisual em dois GPs: “Cinema” e “Te-

levisão e Vídeo”, de modo que o Congresso Anual da Intercom de 2010 estabelece um novo ciclo de estudos na Divisão Temática voltada ao Audiovisual.

Para subsidiar as estratégias de atuação do recém-criado GP “Televisão e Vídeo”, pretendemos, neste trabalho, realizar um mapeamento das abordagens teórico-metodológicas nas análises da produção televisual e videográfica no NP Comunicação Audiovisual da Intercom, durante os congressos nacionais realizados na primeira década deste século. A partir de um levantamento numérico² de alguns indicadores – portanto não se trata de uma coleta de dados exaustiva –, espera-se obter um panorama das pesquisas voltadas especificamente para televisão e vídeo, identificando os enfoques da produção científica dos pesquisadores e as instituições que abrigam tais estudos. Quando nos referimos ao mapeamento das abordagens teórico-metodológicas presentes no NP Comunicação Audiovisual da Intercom, estamos procurando focar os processos de análise de fenômenos comunicacionais que dizem respeito à produção televisual e videográfica, nos seus gêneros e formatos, sejam de informação ou entretenimento, suas formas de inserção social, suas interfaces com o cinema e as mídias digitais.

A ementa desse novo grupo compreende os estudos de televisão e vídeo, bem como suas relações com outros meios, a partir de diferentes perspectivas teóricas e metodológicas, de modo a abrigar as reflexões sobre os processos de produção, circulação e consumo de programas televisivos e produções em vídeo. Acolhe as investigações sobre a história e a contribuição desses meios nas formas de representação simbólica e as transformações que incidem sobre a televisão e o vídeo relacionadas aos fluxos comunicacionais globalizados e em plataforma convergente. Prevê refletir sobre o impacto dos dispositivos infoeletrônicos nas formas de interação social promovidas pela TV e vídeo, bem como os desdobramentos políticos,

2 A coleta dos dados foi realizada com a colaboração de Terezinha de Jesus Boteon, coordenadora do Núcleo de Documentação e Pesquisa em Audiovisual da Unesp – campus de Bauru.

econômicos e culturais. A estética das manifestações audiovisuais em vídeo e televisão na contemporaneidade, marcada por conteúdos interativos, formatos híbridos, imersivos, móveis, pervasivos e interoperáveis são questões atuais, assim como o desenvolvimento da televisão digital e o contexto de transmediação.

Diante desse escopo, estão entre as metas do grupo que se constituiu identificar os enfoques da produção científica dos pesquisadores de modo a estreitar o intercâmbio de conhecimento e contribuir para subsidiar as políticas de comunicação nessa área voltadas ao desenvolvimento mais democrático da comunicação audiovisual.

Tabelas e alguns números: uma aproximação inicial

Envolvendo a dimensão teórica e metodológica desses estudos, dividimos esta exposição em duas etapas. Na primeira, vamos mapear quantitativamente os trabalhos desde 2001 até 2009. A partir desse diagnóstico numérico, procuraremos identificar os principais focos de pesquisa na área, verificando inicialmente o número de estudos relativos a cada meio, interpretando, posteriormente, as tendências dos enfoques teóricos e as temáticas depreendidas da compilação dos resumos e palavras-chave dos estudos sobre TV e vídeo. Num segundo momento identificaremos os pesquisadores, descrevendo brevemente a comunidade acadêmica envolvida com os estudos dessa área e as instituições a que pertencem.

A observação da produção científica sobre televisão e vídeo nesses nove anos de atividades no NP Comunicação Audiovisual revela uma série de vetores que podem pautar uma eventual tentativa de classificação, capaz de evidenciar recorrências nos percursos dos pesquisadores participantes do NP. Dos critérios quantitativos às filiações teórico-metodológicas que sustentam as análises, ocorrem variações as quais, de forma isolada, mas relevante, não se encaixam nas classificações, ainda que bastante complacentes. Entretanto, a busca pela compreensão dos modos de produção e consumo audiovisual constitui ponto comum de investigação de diferentes pesqui-

sadores e de linhas de estudos comunicacionais decorrentes de diversas filiações teóricas.

Partindo de um levantamento quantitativo, verificamos no Quadro 2.1 um total de 313 trabalhos apresentados nos nove anos de atividade do NP, deixando evidente em termos numéricos a trajetória de desenvolvimento da pesquisa em torno das manifestações cinematográficas, televisivas e videográficas no país. Os números também revelam o interesse crescente em torno desses objetos, demonstrando que o total de *papers* quase triplicou ao longo do período, pois de 21 trabalhos aceitos em 2001, passaram a 57 oito anos depois. Se até 2004, a participação estava abaixo de trinta trabalhos, 2005 e 2006 ultrapassaram essa marca e em 2007 e 2008 o grupo teve de lançar mão de mais sessões paralelas durante os encontros nacionais para poder acolher as 45 participações. Em 2009, foi registrado o maior número de trabalhos aceitos, totalizando 57, ou seja, um crescimento de quase 30% em relação ao ano anterior. Assim, no período de funcionamento do NP Comunicação Audiovisual, nessa primeira década do século XXI, houve a participação média anual de 34 trabalhos selecionados.

Quadro 2.1. NP Comunicação Audiovisual – total de trabalhos apresentados

| ANO | TRABALHOS ACEITOS Cinema, TV e vídeo |
|--------------|--|
| 2001 | 21 |
| 2002 | 24 |
| 2003 | 28 |
| 2004 | 28 |
| 2005 | 31 |
| 2006 | 34 |
| 2007 | 45 |
| 2008 | 45 |
| 2009 | 57 |
| TOTAL | 313 |

A visualização quantitativa total dos trabalhos aceitos, quando relacionados ao número dos específicos em cinema e em TV e vídeo, revela a forte presença dos estudos de cinema em relação às duas outras formas de expressão audiovisual. De um total de 313 trabalhos, 163 – ou seja, pouco mais da metade – dizem respeito aos estudos de televisão e vídeo reunidos, sendo o cinema, portanto, o objeto de maior interesse da pesquisa, reafirmando a sedimentação do campo. No Quadro 2.2, podemos verificar que nos anos de 2002, 2003, 2006 e 2007 houve uma presença maior de TV e vídeo em relação ao cinema. Importante enfatizar que é o conjunto de trabalhos em TV e vídeo em relação ao cinema. Isso evidencia a supremacia dos estudos de cinema nos nove anos de funcionamento do NP.

Quadro 2.2. NP Comunicação Audiovisual – total de trabalhos: cinema, TV e vídeo

| ANO | TRABALHOS ACEITOS Cinema, TV e vídeo | CINEMA | TV E VÍDEO |
|--------------|--|---------------|-------------------|
| 2001 | 21 | 10 | 11 |
| 2002 | 24 | 8 | 16 |
| 2003 | 28 | 10 | 18 |
| 2004 | 28 | 14 | 14 |
| 2005 | 31 | 18 | 13 |
| 2006 | 34 | 11 | 23 |
| 2007 | 45 | 15 | 30 |
| 2008 | 45 | 23 | 22 |
| 2009 | 57 | 41 | 16 |
| TOTAL | 313 | 150 | 163 |

Devemos lembrar, entretanto, que as fronteiras entre os dispositivos cinematográfico, televisual e videográfico não estão sempre tão delimitadas, havendo em determinados textos análises realizadas a partir das inter-relações que os dispositivos estabelecem entre si, articulando ora cinema e televisão, ora cinema e vídeo, ou ainda tele-

visão e vídeo. Sob a designação de “audiovisual”, muitos dos objetos pertencentes originalmente tanto ao universo do cinema quanto da televisão, ou então das mídias digitais, podem no contexto de convergência estar manifestados nos variados dispositivos de circulação. Isso é um obstáculo para o propósito de elaborar classificações. Tentando vencer tal desafio, ainda que parcialmente, buscamos neste trabalho recuperar, a partir dos resumos dos textos registrados nos anais dos Congressos Nacionais da Intercom, o que de mais significativo permeou o debate no NP Comunicação Audiovisual, especificamente sobre os estudos de televisão e vídeo, e as interfaces estabelecidas entre ambos e em relação ao cinema.

O Quadro 2.3 vai nos mostrar a predominância da televisão como objeto de análise em relação ao vídeo, seja nos trabalhos focados apenas no meio ou naqueles que estabelecem uma relação com o cinema. Dos 163 trabalhos, é notável a reduzida abordagem que articula vídeo com outras mídias audiovisuais, registrando apenas duas ocorrências em TV e vídeo, e seis em cinema e vídeo. Entretanto, se considerarmos a produção videográfica no âmbito das mídias digitais, observamos que a presença das pesquisas sob essa denominação passam a estabelecer uma relação um pouco mais equilibrada em relação à TV.

Quadro 2.3. Total de trabalhos apresentados

| NP | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Total |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Audiovisuais | | | | | | | | | | |
| Televisão | 6 | 6 | 6 | 5 | 7 | 13 | 19 | 14 | 7 | 83 |
| Vídeo | 1 | 5 | 6 | 3 | 3 | 3 | 6 | 2 | 1 | 30 |
| TV e vídeo | - | - | 1 | - | - | - | - | - | 1 | 2 |
| TV e cinema | 1 | 3 | 1 | 5 | 1 | 4 | 3 | - | 5 | 23 |
| Vídeo e cinema | - | - | 2 | - | - | 1 | - | 3 | - | 6 |
| Mídias digitais | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 20 |
| Total/Ano | 11 | 16 | 18 | 14 | 13 | 23 | 31 | 22 | 16 | 163 |

Para além dos números, a análise dos resumos evidencia a forte presença da pesquisa empírica, como forma primeira de aproximação e desenvolvimento dos estudos, focada sobremaneira em estudos de caso, envolvendo um veículo, um produto ou uma forma de consumo. Em relação ao vídeo, os estudos de caso são pontos de partida para avaliar os processos de hibridismo e as rearticulações da imagem eletrônica nas manifestações contemporâneas. Colocado muitas vezes como elemento central das mutações pelas quais o audiovisual passou nas últimas décadas, principalmente em função dos avanços tecnológicos que incidiram sobre os suportes eletrônicos, o vídeo é objeto de interesse por sua apropriação no campo das artes e pelas contaminações estéticas sobre as redes de comunicação nos contextos digitais. Nesse sentido, as experiências em videoarte e as relações entre vídeo e internet, pautam as reflexões sobre comunicação e arte. A popularização do vídeo digital e sua influência na configuração/reconfiguração de formatos e circuitos de exibição motivam pensar as obras videográficas contemporâneas tanto em escrituras domésticas como no diálogo intermídia no âmbito das poéticas digitais com seus regimes de imersão e agenciamento do interator nas áreas de realidade virtual. Já na perspectiva da inserção do vídeo nos sistemas midiáticos o videoclipe é sem dúvida o formato que mais suscita análises.

Com um total de 83 trabalhos voltados aos estudos de televisão, esse meio constituiu objeto central de enfoque não apenas estético, voltado à verificação do seu potencial específico enquanto suporte, em função da característica diferenciadora da transmissão ao vivo. A noção do “fluxo televisivo” de Raymond Williams (1975) perpassa diferentes trabalhos não somente enquanto característica tecnológica, mas principalmente como elemento determinante na organização das produções televisivas e suas formas de inserção cultural. A poética da transmissão em tempo real é reiterada como um elemento constitutivo da estética televisiva, caracterizando o meio televisivo.

As análises de conteúdo dos programas de televisão incidem em diferentes gêneros e formatos, entre os quais os jornalísticos, com

ênfase nos processos de construção da percepção do gênero e os regimes de visibilidade colocados em situação comunicativa. O telejornalismo é analisado em seus aspectos comunitário, regional, global e nas suas estruturas de representação e construção simbólica do dizer verdadeiro.

A diversidade de gêneros e formatos disponíveis nas grades de programação das emissoras reverbera na diversidade de programas de entretenimento analisados. Das minisséries nacionais e estrangeiras à *soap opera* brasileira juvenil como *Malhação*, dos programas educativos, religiosos, culturais aos humorísticos, o recorte mais presente é o da análise de conteúdo. Nesse sentido, observamos que diversificada também são as teorias e metodologias para a análise de conteúdo.

O Quadro 2.4 é representativo para a realização de um mapeamento das pesquisas e para a análise das tendências observadas no decênio. Também com base na consulta dos resumos e palavras-chave dos *papers* de televisão e vídeo procuramos identificar os recortes teóricos adotados. Certos de que uma compilação dessa natureza incorre em margem de erro e consciente disso, advertimos para o fato de que o objetivo é traçar um panorama, ou seja, oferecer uma visão geral das filiações teóricas mais evidentes, as quais deram sustentação às análises. Conseguimos identificar quinze linhas teóricas presentes nos *papers*, conforme o Quadro 2.4, lembrando que nos textos onde não foi possível identificar um determinado aporte teórico, utilizamos a categoria “outros” para não incorrer em desvios.

Observando detalhadamente os números nota-se a supremacia das teorias voltadas aos estudos da manifestação audiovisual. Compõem esse espectro o que denominamos como “linguagem e estética”, “teorias da enunciação”, “teoria da imagem”, “teoria da narrativa”, “teoria dos gêneros”, “semiótica” e “análise do discurso”. Dos 163 trabalhos, aproximadamente 90 enfocam questões relativas à expressividade dos objetos televisuais e videográficos, o que demonstra a forte tendência de estudos voltados à compreensão das estratégias de comunicação a partir dos discursos.

As questões de linguagem e estética, tradução intersemiótica e enunciação perpassaram as discussões propostas nesses textos. O trabalho de investigação realizado por Arlindo Machado, coordenador do NP Comunicação Audiovisual nos primeiros anos de seu funcionamento, exerceu grande influência sobre muitos pesquisadores preocupados com questões de linguagem dos produtos audiovisuais. Seu primeiro *paper* apresentado em 2001, intitulado “O sujeito no ciberespaço”, tinha por objetivo:

verificar o que deve mudar na teoria da enunciação a partir da consideração das novas formas de produzir e consumir mensagens audiovisuais introduzidas pelos meios eletrônicos e digitais. Será interessante, nesse sentido, retomar as técnicas de imersão, experimentadas em espetáculos pré-cinematográficos, como os panoramas do século XIX, e verificar como elas são retomadas nos atuais videogames e nos dispositivos de realidade virtual. (Machado, 2007)

Dessa matriz, resultaram percursos de pesquisa voltados à análise do desenvolvimento das narrativas em hipermídia, investigações sobre as estratégias de leitura das produções interativas. Note que esse debate presente no início da década se desdobra nos anos subsequentes em livros e outras produções dos participantes do núcleo.

Quadro 2.4. Natureza da pesquisa – teórica

| Teorias | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Total |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| Linguagem e estética | 4 | 5 | 7 | 5 | 3 | 3 | 6 | 4 | 3 | 40 |
| Teoria da enunciação | 1 | 2 | - | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | 07 |
| Teoria da imagem | 1 | 2 | - | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | - | 12 |
| Teoria dos gêneros | 1 | 1 | - | 2 | 1 | 3 | 4 | 2 | 1 | 15 |
| Teoria da narrativa | - | 1 | 1 | - | - | 1 | - | 1 | 1 | 05 |

| | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Teorias do jornalismo | 1 | 1 | - | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 13 |
| Semiótica | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | - | 1 | 12 |
| Análise do discurso | - | - | - | - | - | - | 2 | - | - | 2 |
| Estudos de recepção | 1 | - | - | - | 1 | - | 2 | - | - | 4 |
| Filosofia da imagem | - | 1 | 3 | 1 | - | 1 | - | - | 2 | 8 |
| Economia política | - | - | 4 | 1 | 1 | 4 | 3 | 1 | - | 14 |
| Sociologia da com. | - | - | 1 | - | - | 1 | 1 | 3 | 2 | 08 |
| História – TV e vídeo | - | - | - | 1 | - | 1 | - | 1 | 1 | 04 |
| Estudos de audiência | - | 1 | - | - | - | 1 | 1 | - | - | 03 |
| Estudos culturais | - | 1 | - | - | - | - | - | 1 | 2 | 04 |
| Outros | - | - | 1 | - | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 12 |
| TOTAL | 12 | 16 | 18 | 14 | 13 | 23 | 30 | 22 | 17 | 163 |

Em termos teóricos e deslocados do eixo voltado aos estudos de linguagem, destacam-se duas outras correntes: “Teorias do jornalismo” e “Economia política da comunicação”.

Nos estudos de jornalismo, identificamos enfoques, por exemplo, a partir da teoria do enquadramento, dos usos e gratificações, dos estudos de recepção na perspectiva das mediações. Tratam-se, na maioria, de trabalhos cujas perspectivas teóricas procuram compreender os mecanismos de apropriação dos conteúdos por parte da audiência e os seus desdobramentos no âmbito sociocultural, econômico e político.

Expressivos também são os números referentes à economia política da comunicação. Ainda que muitos dos trabalhos assim classificados neste levantamento não declarem a adoção de tal constructo teórico como instrumento de análise e observação, optamos por inserir

nessa rubrica os textos voltados à investigação dos sistemas de poder e as tensões implicadas na inserção de um meio de comunicação no cenário socioeconômico e político nacional ou internacional. O Quadro 2.4 deixa evidente, portanto, uma classificação bastante maleável, mas que aponta a presença de distintas formulações reflexivas em torno dos processos de comunicação audiovisual televisiva e videográfica, fornecendo material teórico-conceitual de importância considerável.

Os pesquisadores em TV e vídeo: origem e participação

O quadro a seguir mostra, por regiões do país, as instituições que abrigam os pesquisadores participantes do NP. Consideramos oportuno relacionar nominalmente tais instituições para que seja possível apreender a diversidade de universidades e faculdades isoladas nas quais a televisão e o vídeo despertam interesse científico. O mapeamento dos 163 trabalhos revela que ao longo desses anos participaram pesquisadores de 48 instituições de ensino superior de diferentes regiões brasileiras, representando também parte dos programas de pós-graduação em Comunicação.

Quadro 2.5

INSTITUIÇÕES – Região Sudeste

1. Universidade de São Paulo – USP
 2. Universidade Estadual Paulista – Unesp
 3. Universidade de Campinas – Unicamp
 4. Universidade Católica – SP – PUC-SP
 5. Universidade Metodista de São Paulo – Umesp
 6. Faculdade Cásper Líbero
 7. Universidade Paulista – Unip
 8. Universidade de Marília – Unimar
 9. Universidade Senac – SP
-

-
10. Faculdade Santa Marcelina – SP

 11. Faculdades Integradas de Itapetininga

 12. Universidade São Marcos – SP

 13. Centro Universitário de Votuporanga

 14. Universidade Cruzeiro do Sul – Unicsul

 15. Centro Universitário FIAM/FAAM

 16. Faculdades Integradas de Fernandópolis

 17. Faculdade Campos Elíseos – FCE

 18. Universidade Ibirapuera de Bragança Paulista – SP

 19. IMES – Catanduva – SP

 20. Faculdades Integradas de Fernandópolis

 21. Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

 22. Universidade Federal Fluminense – UFF

 23. Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

 24. Universidade Salgado de Oliveira – RJ

 25. Universidade Católica – MG – PUC-MG

 26. Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG

 27. Universidade Federal de Uberlândia – UFU

 28. Centro Universitário UMA – MG

 29. Centro Universitário do Leste – Unileste-MG

INSTITUIÇÕES – Região Sul

-
1. Universidade Católica – RS – PUC-RS

 2. Universidade Católica – PR – PUC-PR

 3. Universidade Vale dos Sinos – Unisinos

 4. Universidade Federal do Pampa

 5. Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

 6. Universidade Tuiuti do Paraná – UTP

 7. Universidade do Estado de Santa Catarina

 8. Universidade de Caxias do Sul – UCS
-

INSTITUIÇÕES – Região Nordeste

1. Universidade Federal de Pernambuco – UFPE
2. Universidade Católica de Pernambuco – Unicap
3. Universidade Federal da Bahia – UFBA
4. Universidade Federal do Maranhão – UFMA
5. Universidade Federal de Alagoas
6. Universidade Estadual de Santa Cruz

INSTITUIÇÕES – Região Centro-Oeste

1. Universidade de Brasília – UnB
2. Universidade Federal de Goiás – UFG
3. Universidade Federal do Tocantins – UFTO
4. Faculdade Objetivo Rio Verde – GO – Iesriver

INSTITUIÇÕES – Região Norte

1. Universidade da Amazônia – Unama

A região Sudeste concentra de forma incontestável o maior número de instituições, com 60,4% do total. São 29 instituições distribuídas da seguinte forma: 20 no Estado de São Paulo, 4 no Rio de Janeiro e 5 em Minas Gerais. Em termos de porcentagem, a região Sul fica com 16,7%; o Nordeste participa com 12,5%; Centro-Oeste, 8,3%; e apenas 2,1% da região Norte. Tais números indicam claramente o desequilíbrio na distribuição dos centros de produção e circulação de conhecimento nessa área.

A proposta de constituição de um núcleo de pesquisa depende em grande medida da constância do trabalho e da participação de seus membros, ainda que haja uma flutuação, muitas vezes necessária para a renovação dos debates. Nesse sentido, o NP Comunicação Audiovisual contou com um núcleo de sustentação importante, responsável por produções relevantes como edição de livros desses autores, a criação de grupos de discussão na internet e a introdução da revista eletrônica *NAU*. O Quadro 2.6 relaciona os pesquisadores que contribuíram com suas reflexões para o avanço da pesquisa em televisão e vídeo nesse decênio.

Quadro 2.6. NP Comunicação Audiovisual – participação dos pesquisadores

| NOME | INSTITUIÇÃO | NÚMERO DE PARTICIPAÇÕES | ANO |
|-------------------------|-------------|-------------------------|---------------------------------------|
| Christine Mello | SENAC-SP | 6 | 2002/2003/ 2005/2006/ 2007/2008 |
| Yvana Fechine | UNICAP/UFPE | 6 | 2002/2003/ 2004/2006/ 2007/2008 |
| Ana Carolina Temer | UFU/UFG | 5 | 2001/2004/ 2005/2007/2008 |
| Alexandre Figueirôa | UNICAP | 5 | 2002/2003/ 2004/2006/2009 |
| Luiza Lusvarghi | ECA/USP | 5 | 2004/2005/ 2006/ 2007/2008 |
| Thiago Soares | UFBA | 5 | 2004/2005/ 2006/2007/2008 |
| Almir Rosa | ECA/USP | 3 | 2001/2002/2003 |
| Cristina Teixeira Melo | UFPE | 3 | 2001/2002/2006 |
| Francisco Machado Filho | FIFE | 3 | 2006/2007/2008 |
| Ivana Bentes Oliveira | UFRJ | 3 | 2005/2008/2009 |

Também cabe registrar a contribuição de outros dezoito participantes que apresentaram trabalhos em dois dos nove anos de existência do NP. São eles: Arlindo Machado (PUC-SP), João Freire Filho (UFRJ), A. Brasil (PUC-MG), Valério Brittos (Unisinos), V. S. Lima (UCS), R. R. Longhi (PUC-SP), Eduardo Antonio de Jesus (PUC-MG), Fernanda Guimarães Gulart (UFMG), Lucimara Rett (Unesp), Vilma Soares Lima (Unicsul), Misaki Tanaka (Imes), Ana Sílvia Médola (Unesp), João Elias Nery (Unesp), Nancy Betts (Senac-SP), Letícia Passos Affini (Unesp), Verônica

Dantas Meneses (UFT), Tania Siqueira Montão (UNB) e Igor Sacramento (UFRJ).

Do ponto de vista da recorrência de pesquisadores em todas as edições do NP, observa-se um movimento de ampliação da rede de trabalho, com diversidade de instituições e regiões.

Considerações finais

Os números aqui apresentados traduzem um pouco da trajetória da produção focada no vídeo e na televisão e motivam algumas reflexões sobre o que podem ser consideradas demandas nos estudos desses objetos. Em que pese o crescimento considerável do volume de trabalhos expostos e das perspectivas teóricas e metodológicas que iluminaram tais objetos ao longo da última década nos encontros do NP, a área resente a falta de redes de diálogo mais amplas, com vistas a articular linhas de investigação em projetos integrados capazes de oferecer respostas aos reais questionamentos pertencentes ao atual estágio de conhecimento. A pesquisa realizada de forma fragmentada impede muitas vezes o aprofundamento das análises.

Assim, a constituição do GP “Televisão e Vídeo” poderá considerar a possibilidade de adoção de ações no sentido de intensificar a interlocução entre seus membros, de forma mais sistemática, delimitando e privilegiando questões de pesquisa pouco exploradas. Esperamos, a partir desse diagnóstico, subsidiar a reflexão indicando as carências e as ações que devem ser propostas para fazer avançar o conhecimento teórico-conceitual em torno das investigações em televisão e vídeo.

Atualmente, a dimensão tecnológica que engloba a indústria midiática tem produzido reflexos significativos nas dimensões cultural, social, política e econômica. Convergência é talvez a palavra que melhor caracteriza o impacto das lógicas numéricas nos dispositivos de comunicação. Compreender as implicações dessas tecnologias de informação e de comunicação na esfera audiovisual, na qual estão englobados os conteúdos televisivos e videográficos, auxilia na

identificação das alterações estruturais em curso nos processos de comunicação e pode contribuir para subsidiar o desenvolvimento de ações voltadas ao interesse coletivo de democratização do acesso à informação, à arte e à cultura.

Referências bibliográficas

- INTERCOM. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/arquivos/np07.htm>>. Acesso em: 10 dez. 2011.
- MACHADO, Arlindo. *O sujeito na tela: modos de enunciação no cinema e no ciberespaço*. São Paulo: Paulus, 2007.
- WILLIAMS, Raymond. *Television: technology and cultural form*. Nova York: Schoken Books, 1975.

3

A NOTÍCIA: O STORYTELLING INFORMATIVO NA ERA CÍBRIDA

Adenil Alfeu Domingos¹

Chamamos, metaforicamente, a comunicação moderna na mídia de *orobórica*, porque ela se fecha em 360 graus, deixando de ser mão única. Para Henry Jenkins (2008, p.27), estamos vivendo na era da cultura de convergência.² Na informação midiada moderna, três redes se fundiram de modo categórico: as redes on e off-line direcionadas pela rede de neurônios da mente humana. Esta determina o sentido ideológico das mensagens que correm nas duas primeiras. Nesse contexto, o jornalista atual é um sujeito que precisa executar uma série de instrumentos da web, mesmo sem ser expert em nenhum deles, para interagir com sua audiência. Ele precisa ser um eficiente usuário dessas ferramentas, suficientemente capaz de se servir de qualquer mídia, a ponto de fazer, em seu trabalho, o cruzamento delas, com o objetivo de informar diferentes audiências, em diferentes mídias e plataformas. A web recupera a antiga forma de narrar através da oralidade teatralizada, encenada, deixando

1 Livre-docente em Semiótica da Comunicação e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp).

2 “Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam. [...] define transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando.” (Jenkins, 2008, p.27).

audiências (tribos) atentas e cheias de curiosidade. À medida que o storyteller das tribos primordiais narrava, ele percebia a reação dos seus ouvintes e podia, assim, mudar a entonação da voz, acrescentar nuances ao narrado, adaptar sua linguagem a diferentes públicos, ou para o mesmo em diferentes ocasiões. A mesma história, portanto, era contada de diferentes maneiras ao sabor do recebedor dela.

A notícia na web faz essas exigências da audiência multimídia. O objetivo do jornalista, hoje, é conquistar e fidelizar o maior número de sujeitos como seu seguidor. Ele sobrevive, em grande parte, das histórias de vida que narra e nem tanto dos furos de reportagem, já que a informação está no ar. A web democratizou o ato de narrar e ser narrado. Permitiu a todos os seus usuários a escolha de ser informante ou informado, de se satisfazer com o dito ou nele se intrometer e modificar. O clima dialógico proporcionado pelas novas tecnologias desmonta desconfiças, desfaz preconceitos e reavalia certos hábitos e costumes, além de promover trocas de dados, respeitando a verdade de cada um. Assim, aparecem os *prosumers*,³ produtores e consumidores de informação, leigos ou profissionais, em intensa interação. Em blogues de jornalistas, leitores são sujeitos participativos, pois eles também produzem informação, complementando dados e dando opiniões⁴ ao jornalista profissional.

Nunca houve tanta facilidade para ouvir e contar histórias, cheias de humanismo, como na web, em geral, eivadas de emoção. O jornalismo clássico, por causa do espaço exíguo e alto custo da folha do jornal, como suporte da informação impressa, era obrigado a dar informações parciais, selecionando entre centenas de notícias diárias as tidas como de interesse geral. Essa escolha, porém, era o ponto de vista de uma equipe de redação ou da ideologia de um jornal. Na internet, esse problema foi solucionado, não havendo limites para a pro-

3 TOFFLER, A. *A terceira onda*. São Paulo: Record, 2001.

4 Até mesmo pesquisadores e cientistas estão escrevendo livros por meio desse sistema de interação, sem praticamente servir-se de bibliotecas. É o caso de Chris Anderson (2006), com seu livro *Cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Anderson, a partir de um texto em seu blogue, entrou em interação com os interessados pelo assunto e o resultado foi esse livro que se tornou conhecido em muitos países.

dução e veiculação da informação. Assim, o storytelling informativo tornou-se uma narrativa em que o herói e o narrador são o homem comum e não propriamente o profissional, que não desaparece de vez de cena, mas precisou adaptar-se às novas maneiras de informar.

Os sentidos dos seres humanos estão recebendo sempre novas extensões, como as recentes imagens cinematográficas em 3D na chamada realidade aumentada. Nas transmissões de jogos esportivos, o olho mecânico da câmera viaja sobre o factual, captando até as emoções dos heróis do espetáculo; o zoom e o *slow motion* focalizam detalhes dos fatos incapazes de serem notados pelo olho humano. Esses, entre outros recursos, mostram que os sentidos humanos não são mais soberanos como filtros dos factuais. A percepção do fato passou a ter o olho mecânico como auxiliar e, desse modo, as novas tecnologias acoplaram-se aos sentidos humanos e formaram complexas entidades narradoras. A maioria das imagens virtuais suplantou a imagem percebida pelos sentidos humanos em termos de textura e beleza estética. Formas e coloridos ganham poder de persuasão e êxtase como um hiper-real, impondo-se ao real, como poder maior de atração. A tecnologia possibilita, cada vez mais, a manipulação da imagem e a informação manipulada é tomada como verdade, mesmo quando são construções virtuais. Assim, o homem está perdendo os limites entre fantasias, virtuais e reais, pois todos esses signos são objetos existentes como signos que são.

Novos modos de narrar: o storytelling visual

A linguagem verbal predominou na comunicação jornalística até o final do século XX, por causa de sua facilidade de reprodução, armazenamento e veiculação. Modernamente ela passou a conviver com as imagens (ícones/índices/símbolos) do não verbal – fotos, vídeos, desenho – com tanta veemência que os redatores dos jornais diminuem, mas aumentam os designers dos seus departamentos de arte. As novas tecnologias facilitaram a produção, reprodução, veiculação e armazenamento de imagens. Elas encantam sinestesi-

camente os leitores e não entram apenas pela visão, pois recuperam experiências passadas dos leitores como as gustativas, por exemplo, ao apresentar a foto de um sanduíche, como o faz o McDonald's. O fascínio de imagens dos storytellings armazenadas em vídeos, como no YouTube, tornam-se, de repente, motivo de curiosidade de milhares de internautas no mundo inteiro, pois o hibridismo verbal/não verbal começa a dar à informação uma quase linguagem universal. Ferramentas como o Twitter e o PowerPoint produzem uma comunicação pílula, ou uma informação diagramática muito bem adaptada a uma era de tempo real da informação, com rapidez absoluta, em que se diz o máximo com o mínimo de palavras.

Nem as artes escaparam do investimento das novas tecnologias, já que a Web Arte no écran mostra novas possibilidades de produção e interação entre autor e público.⁵ Todos esses fatores promovem o *boom* da narrativa na modernidade,⁶ com novas maneiras de representar e informar a vida, tanto como notícia ou como texto de arte e ficção na web.

A notícia assim produzida terá aqui o nome de storytelling jornalístico. Entende-se que as transformações acontecidas no storytelling, desde o ato mágico de uma voz centralizar atenções, nas tribos em

5 O pintor nova-iorquino David Kassin, por exemplo, desenhista de 33 anos, apostou no iPad e adotou o tablet da Apple como sua mais recente ferramenta de trabalho, em vez de telas e pincéis. Como retratista ele utiliza um aplicativo chamado Brushes. O programa pode ser encontrado na Apple Store por, aproximadamente, R\$ 13. O trabalho de Kassin ganhou destaque na web depois que o comediante britânico Stephen Fry, um fã da Apple, publicou em seu Twitter um vídeo no qual o artista aparece trabalhando em um retrato. Há pouco, David Hockney passou a usar o iPhone e o smartphone, conforme revelou em entrevista ao jornalista Lawrence Weschler, da *New York Review of Books*.

6 Em 1.2.2010, Fabiana Rewald publica na *Folha de S.Paulo*, um artigo intitulado "Romance virtual" e mostra que comunidades virtuais como "Nossos romances adolescentes" são incubadoras de jovens autores de storytelling, os quais recuperam a oralidade dos primeiros contadores de histórias da humanidade e publicam seus livros em sites de relacionamento, em capítulos que são lidos e comentados pelos outros participantes - quase todos eles escritores - em uma narrativa interativa e multimídia. Ela assegura que mais de 3 mil adolescentes escrevem livros inteiros dessa forma, trocando o simples bate-papo, pelo ato de produzir romances virtuais. Assim, os jovens melhoram seus conhecimentos gramaticais e ortográficos da língua, criam um estilo novo e sonham em ser profissionais.

torno de uma fogueira, até o uso das ferramentas da internet, em torno da eletricidade, foram midiaticizadas por tecnologias diferentes, em épocas diferentes, mas que conservaram como pano de fundo a procura de revelar problemas da existência humana. O storytelling sempre foi a tentativa de explicar o homem, com todos os seus anseios e angústias, na sua luta pela sobrevivência. Ao sentir a necessidade de entender a si mesma e o seu entorno para sobreviver, a humanidade gera informação e tecnologia. A narrativa da notícia, em nível de superfície, mostra episódios da vida cotidiana de homens identificáveis; em nível profundo, porém, traz temas que perpassam a história da humanidade, como o da violência, por exemplo.

Storytelling: a emoção feita de signos

Com as plataformas da web 2.0, não há mais polo passivo na interação de comunicação, no qual todos podem criar, compartilhar, comentar, discutir fatos. O storytelling informativo pode se condensar em um único signo, como simples cena congelada em uma foto, ou se expandir em longos relatos como tem acontecido ultimamente na mídia, com os casos de crimes hediondos que viram suítes extensas de narrativas que despertam emoção, comovem toda uma coletividade, geram comentários, atraem e fidelizam audiências, por longo espaço de tempo. Em geral, muito além dos seus apelos estéticos que cedem espaço ao conteúdo, essas narrativas são funcionais por envolverem grandes audiências consternadas e sequiosas de justiça. Esses factuais se tornam histerias coletivas sem espaços físicos determinados e geram cadeias de informação de modo orobórico: um sujeito narrador do factual ativa o pensamento do outro, desencadeando uma circularidade infinita de informações e comentários sobre esse factual, e, desse modo, novas narrativas são encadeadas à primeira. Essa sequência se dá hoje de modo multimidiático. Assim, os storytellings não são apenas factuais informados de um sujeito para outro, pois eles passam a pertencer à alma de uma coletividade. A narrativa deixa de ser individual e passa a ser coletiva.

Peirce⁷ assegurou que não há pensamento humano que não seja feito de signos. Todo storytelling é um signo maior feito de signos menores. Por meio do storytelling, o homem dá uma direção sinequista⁸ ao seu pensamento, o que lhe permite aprimorar sua sobrevivência, já que a tecnologia torna o homem criador e criatura ao mesmo tempo das narrativas e das suas técnicas de veiculação. No storytelling informativo a ação dos signos, ou semiose, é gerada em um factual interpretado pelo homem. O signo, como notícia primeira, gera outros signos, e esse processo se expande sem limites definidos, principalmente na web. Um storytelling pode ganhar novas linguagens e suportes, passar de uma mídia para outra, criando o chamado *transtorytelling multimidiático*. Tudo isso reforça a ideia de que a semiosfera está em constante metamorfose e expansão no universo, até mesmo na era da cultura de convergência.

O storytelling, desde sua origem, é uma arma de conhecimento de mundo, na luta da humanidade para sobreviver. Por se servir do seu entorno para se aprimorar, a mente humana seria, assim, apenas uma espécie de usina que manipula a matéria-prima – os factuais naturais ou sociais cotidianos. O sujeito narrador transforma esse factual em linguagens para que sejam informados a outrem, dando-lhe um ponto de vista ideológico, antropomórfico. Cada mente humana, por ter experiência ímpar ao relatar uma narrativa de um factual a outra pessoa, agrega ao relatado essas experiências. Assim, aumenta a defasagem existente entre representante e representado, e a narrativa vai perdendo identidade, mas ganhando novas nuances. Sabe-se, hoje, que todo raciocínio, até mesmo o lógico, todo conhecimento e toda

7 “Todo pensamento se dá em signos, na continuidade dos signos.” (Santaella, 2001, p.32). O signo pode ser condensado em um sinal de trânsito, como no diagrama, ou expandido, como nos romances.

8 Para Peirce, matéria e mente são diferentes somente em grau; não há fronteiras entre eu, outro e mundo, pois todos participam da mesma consciência. A isso ele denomina sinequismo; assim, também, não há separação entre real e virtual, uma vez que ambos fazem parte de um único Real. Para aprofundamento, sugiro o artigo “Sinequismo, humano e interatividade”, de Renato T. Bressan, apresentado no GT4 – Comunicação e Tecnologias Digitais, do XII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação – Celacom, 2008 e à disposição na internet.

epistemologia só se darão por meio da falibilidade dos signos usados pelo homem em seus discursos e seus storytellings serão sempre incompletude, falíveis. Como todos os pensamentos serão construções de linguagens inferenciais e abstrativas, qualquer storytelling é um signo sempre insatisfatório, até mesmo quando ele atinar para alguma determinação tida como factual, como na linguagem científica.

A verdade sempre está em processo para a semiótica e, por isso, não há verdade absoluta. Nem mesmo o storytelling informativo, que sai do factual e nele procura sua confirmação, deixa de ser um ponto de vista apenas sobre esse factual. Nessa disputa entre informar de modo frio ou mais humanizado, modernamente, há a sobrepujança por causa da emoção que a relação entre os polos de comunicação exige. Como a certeza, a exatidão e a universalidade absolutas estão cada vez mais sendo relativizadas,⁹ ao homem que procura informação restou satisfazer primeiro a sua emoção. Embora informar seja relatar algo desconhecido do informado, os problemas cotidianos são repetitivos: mudam algumas ações, os heróis, o tempo e o espaço do noticiado, mas permanecem as temáticas seculares, quase todas já relatadas nas parábolas bíblicas. A verdade da informação deve ser o que há de consensual, em um dado momento, das informações feitas por um conjunto de sujeitos midiadores, mas que jamais será a verdade absoluta. Assim, a verdade, como processo de produção e interpretação da notícia, é quase um contrato de veridicidade entre a fonte informadora e a informada. Diante dessas constatações, descobre-se que o storytelling midiático na internet está muito próximo do retorno à oralidade, sendo um meio mais humano para transmitir qualquer informação. Nessa nova versão, predomina a linguagem objetiva, mas ela se aproxima cada vez mais da linguagem do cotidiano. Aliás, a verdade do texto artístico tem sido vista como uma verdade mais contundente do que a notícia do factual, pois a primeira extrapola tempo e espaço, e os personagens se tornam abstrações e índices universais que revelam a problemática do Homem – e não

9 “Há três coisas que nunca devemos esperar através do raciocínio, a saber: certeza absoluta, exatidão absoluta e universalidade absoluta.” (Peirce, C. P., 1931-74, v.1, §141).

de um homem, de modo específico, como ocorre na informação do jornal clássico, com a notícia nua, quase despida de humanismo.

Paradoxalmente, o storytelling e o homem são criadores e criaturas em interfaces. Aquele é a encarnação da essência deste e este é agente e paciente daquele. Se a produção da tecnologia modifica o meio e amplia as capacidades humanas, ela também obriga o cérebro a adaptar-se ao meio e, assim, o homem evolui. O storytelling, desse modo, coloca em xeque os contornos clássicos – que diferenciam a notícia que relatava um fato real, tendo a vida humana como pano de fundo – e o romance de ficção – tido como produto do imaginário e que relataria um fato ficcional da vida. Prova-se aqui o que se diz, citando os romances ou livros-reportagem baseados na investigação, misto de notícia e de ficcionalidade. Em termos de semiose, este obrigatoriamente é baseado naquele, mas, aquele também pode ter suas raízes fincadas no ficcional e até metaforizar expressões.

A arte não é alheia à vida e os storytellings quebram os limites estreitos entre realidade e ficção para centralizar-se na tentativa de entender o Homem como humanidade. Aprende-se a imaginar novos mundos quando se ouve os storytellings, comparando ou os agregando ao nosso. É na alteridade que o homem constrói sua identidade. Conhecer as narrativas de vida do Outro é um meio de o leitor ampliar seus horizontes. Imita-se o Outro na vida real vendo o que se narrou em qualquer mídia off ou on-line driven, ou até mesmo os heróis dos video games, animês e mangás, os ora chamados *cosplay*.¹⁰ Para esses jovens, a única regra é que as fantasias fiquem fiéis aos modelos dos desenhos originais e, desse modo, a separação entre real e ficcional praticamente desapareça.

A disputa da atenção: do arauto ao internauta

Onde há superabundância de informação, há pobreza de atenção. Vivemos, portanto, a era da disputa da atenção do Outro. Na

10 Abreviatura de *costume player* – pessoas que se vestem como os heróis das narrativas.

sala de aula, por exemplo, o professor compete com toda a mídia e internet que impõe diariamente um agendamento de temas – agenda *setting* – às suas audiências e, entre elas, estão os alunos. Hoje, uma nova ciência está ganhando espaço, principalmente no Marketing: a Economia da Atenção,¹¹ que tem por objetivo estudar a atenção como mercadoria a ser disputada no mercado. A descoberta de Salmon (2008) é que aquele que tiver a melhor história para contar é quem vai ocupar o espaço na mente do Outro. Dono desse poder, o narrador tende a criar hábitos nos outros, como nos storytellings da publicidade e da propaganda. Esse princípio está presente em todos os storytellings que a mente humana produz.

Possivelmente, as paredes das cavernas com seus desenhos ancestrais podem ter sido lousas naturais, onde um storyteller, além de contar uma história de caça, desenhava aos ouvintes as façanhas de heróis caçando para sobreviver. Essa forma primordial de criar histórias, servindo-se de hibridismos de linguagem, jamais desapareceu. A Igreja percebeu que a imagem comunicava ideias abstratas com mais contundência do que o simples verbal e criou uma simbologia em seus dogmas, tida, até hoje, como realidade advinda de personalidades superiores, ditando verdades absolutas feitas de crenças. A internet como plataforma permite que o storytelling seja veiculado em ambiente on-line, de modo dinâmico, com um leque imenso de conteúdos que se atualizam a cada clique de um internauta em seu computador. Já se viu aqui a forma que os websites alteraram a forma como as pessoas consomem notícias e informações em plataformas e linguagens diferentes. A comunicação baseada na informação, a web 1.0, feita de sites que publicavam conteúdos de forma digital, de modo semelhante ao que a mídia impressa já faz, acoplou-se, hoje, às maneiras de narrar das comunidades da web 2.0. A mídia moderna e sua audiência descobriram que a internet era meio de interação e de prestar serviços. Por esse modo de pensar, a própria internet deixou de ser simples rede de redes, para ser uma plataforma de plataformas, com programas das chamadas mídias

11 Conforme Adler e Firestone, 2002, p.51-6.

sociais, gestando informações. A internet tornou-se local de encontros onde se envolvem *prosumidores* contando suas histórias.

Desde os primórdios, o homem aprendeu que ter voz é ocupar um espaço social servindo-se do discurso como uma arma de luta. Não ter esse poder de se colocar como voz ativa é ser dominado e influenciado pelo Outro. O arauto ou mago atuava em seu meio porque tinha uma voz mais potente que as demais, ou seja, por falar em nome de uma entidade superior, assim como o religioso fala em nome de Deus. O tipo clássico de narrador, portanto, era um ser privilegiado, desde as reuniões tribais em torno das fogueiras até o século passado, com a invenção do microfone. Com a chegada da internet, esse poderio está se modificando em parte. Ela trouxe uma infinidade de narradores e de informação que está fazendo nascer uma nova mercadoria: a atenção do Outro. A era da internet não só democratizou o poder de narrar como se tornou um meio eficaz de influenciar o outro. A web promete uma atenção quase infinita para qualquer um que pode se promover contando a sua história, dando relevo a seus aspectos positivos e escondendo, sempre que possível, seus aspectos negativos.

Assim, até as pessoas passaram a ser mercadorias à venda, como nos sites de relacionamento. Essas novas formas de interação comunicativa – como a webcam, por exemplo – dirimem barreiras temporais e espaciais, dando ao encontro virtual ares de conversa cotidiana e esses sites substituem as antigas maneiras de flerte e namoro, permitindo o encontro de pessoas em qualquer lugar do planeta, embora com riscos decorrentes da possibilidade de se falsear detalhes – usando fotos e nomes enganosos, por exemplo. Todos podem contar a sua história a seu bel-prazer e agregar fotos intencionalmente produzidas. Esse é o princípio do MSN,¹² um dos sites de relacionamento que mais atraem a atenção do Outro efetivamente.

12 Microsoft Service Network (MSN) – passou a sobreviver ao oferecer a oportunidade de as pessoas entrarem em contato imediato com o Outro; por permitir infinito número de navegantes, o site está no ar veiculando anúncios de produtos das maiores empresas do mundo.

A internet com a web 2.0, portanto, é uma mídia interativa que modificou a relação entre fonte emissora e receptora da informação,¹³ por ter aumentado a oferta da mercadoria informação, mesmo a públicos-alvo específicos. Desse modo, a mídia da informação já não pode ignorar esse novo meio de comunicação que está exigindo uma nova maneira de informar mais democrática e plurivocálica, tanto de produção como de recepção. Os arautos dos primórdios da informação com tabuletas, letreiros que predominaram até a Idade Média, seguidos pela panfletagem pós-Gutenberg até os jornais da modernidade, estão recebendo esse novo investimento no processo de interação: as novas tecnologias e plataformas que modificam o conceito de notícia feita de lide e texto em forma piramidal, e como comunicação de mão única e direta estão se tornando narrativas dialogadas.

Storytelling e o jornalismo da web 2.0

Há uma visão do jornalista como um comunicador endeusado, praticamente, desinteressado de seu público, capaz de revelar a verdade do a quem doer. Além disso, a informação tende a ser vista como um espelho da realidade, traduzida na ideia da fotografia e sua “reprodutibilidade técnica”. As notícias são como são porque os factuais assim as determinavam. Essa ideia de objetividade da informação, como se o fato se revelasse a si mesmo, hoje, nem mesmo o senso comum entende como uma dominante no jornalismo. Rompeu-se o conceito de que noticiar é falar uma verdade incontestável. Se a web, por um lado, fragmentou a massa em comunidades de interesses comuns, por outro criou oportunidades para a transmissão mais eficiente de mensagens para um público-alvo específico sem a necessidade da presença física dos intercomunicadores.

13 Segundo Evan Schwartz, os consumidores da web não ficam sentados diante de um anúncio invasivo, por não encararem esse tipo de opção. Não se trata de optar por sair (virar a página, mudar de canal), e sim optar por entrar ou não, para ver o material oferecido (In: Adler; Firestone, 2002).

Mark Briggs (2007), tratando desse tema relacionado ao jornalismo, demonstra que ferramentas como My Space, Flickr, Ohmynews, Wikipedia, entre outras, alteraram a forma pela qual as pessoas consomem notícias e como a informação se mostra com um novo significado para os jornais. A mudança de base deve-se ao fato de que o editor da web passou a criar plataformas em vez de conteúdos, e o usuário é quem cria os conteúdos para essas plataformas. Os leitores não são mais receptores passivos de mensagens. Eles criam, compartilham e comentam factuais, e o jornalista prepara os meios para que esse público construa seus storytellings informativos, permitindo que a notícia se sirva deles, assim como ocorre no YouTube, por exemplo. O storytelling informativo, desse modo, é um diálogo entre informantes e informados, e a notícia deixa de ter o tom de palestra.

O jornalismo da era da web 2.0 já está inteirado de que contar uma boa história é fundamental para a sobrevivência do próprio jornal off-line. Os webjornais afinam com a premissa das ideias de Salmon (2008)¹⁴ em seu livro sobre storytelling, que afirma estarmos vivendo a era das narrativas, em que a emoção compete com a cognição e o estético, dando certa prioridade à primeira. No mundo retórico, em que o fundamental é chamar e manter a atenção do outro, o eu social que predomina é o dramático, como se o homem estivesse vivendo em um mundo de alegorias, representações em que arte e vida perdem também seus contornos. Ele exige não só o exercício retórico da reflexão sobre a forma de desempenhar um papel, mas também de observar o comportamento dos outros de modo empático. Esse outro ao se tornar herói, adjuvante ou vilão amplia nossos horizontes e nos ajuda a compreender melhor a vida.

Aliás, a ideia clássica de um ser humano como narrador do storytelling tradicional era um olho divino diante do seu entorno e não um ser a ele integrado, como acontecia com os grandes escritores de literatura. Também o jornalista se sentia uma espécie de olho divino, onipresente e onipotente, criador de mundos reais por meio de

14 SALMON, Christian. *Storytelling: la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península, 2008.

seus discursos. O storyteller, no entanto, é hoje um homem comum que faz a representação do próprio homem, ou seja, de si mesmo e de outros seres, dentro de um contexto sociocultural. Nesse novo mundo em rede entre a vida real e a virtual, criar mundos ficcionais ou colocar o factual em uma notícia é informar dialogicamente uma audiência que não aceita ser sujeito passivo de uma informação linear, já que ele também quer interagir e opinar sobre o que foi informado em um texto qualquer.

O advento da web colocou em xeque as teorias do jornalismo que tratavam da notícia com a autonomia narradora dos profissionais da informação. O monopólio do poder e saber informar, do como e o que informar, do poder de seleção e a construção da informação, bem como o direito de ser informante e informado, ganham hoje a concorrência dos não profissionais que colocam suas informações de vida na web. A teoria do *gatekeeper* – em que um profissional da imprensa determinava o que deve ou não ser a informação diária –, a teoria organizacional de imprensa – em que um profissional da informação, em uma redação da mídia off-line,¹⁵ organizava e determinava uma pauta diária a ser informada a um público específico – e o poder político da mídia construído em torno de um partido ideologicamente escolhido, entre outras possibilidades de poder, estão perdendo essa centralidade. Hoje, a informação está no ar e todos podem ser informantes e narrar o mundo com mais democracia.

Além disso, a regra de que o factual deveria construir a realidade seletiva diária do jornal impresso, feita de informações selecionadas, em processos de interação social entre os profissionais do campo jorna-

15 Em termos de marketing, a função da TV, do rádio, das revistas, dos jornais, banners e e-mails é atrair o consumidor; e a da mídia digital é converter, fidelizar e engajar esse consumidor. Essa é a base do modelo de comunicação “on-line driven, off-line supported”. Adaptamos essa relação para o storytelling informativo, entendendo que o leitor da notícia é um consumidor desse produto e que não basta mais só atraí-lo, mas também conquistá-lo e fidelizá-lo em interações constantes. Não basta mais querer ser ouvido: é preciso ouvir. Não basta uma notícia interessante para o sucesso de uma agência, pois planejamento e inteligência digital são fundamentais. Histórias autênticas são facilmente propagadas pelos consumidores. Por isso, é preciso estar atento aos storytellings que circulam em todos os setores da vida.

lístico – como a reportagem, que ocorria com a consulta a diversas fontes para produzir notícias –, adquire hoje mais uma fonte de informações: a mídia on-line driven,¹⁶ que interage com as informações dadas na mídia off-line. Trata-se de produzir narrativas de fatos dados em um fluxo contínuo de interação circular, ou seja, em 360 graus, entre todas as vias de informação. O ato da oralidade do storytelling clássico reaparece hoje nos storytellings informativos/persuasivos, recuperando origens tribais de comunicação. Se a narrativa do homem primordial era uma arma para a sua sobrevivência, os storytellings modernos recuperam sua forma retórico-dialógica nas redes midiáticas. O campo ideológico do polo jornalístico profissional interage hoje com o campo do polo informacional não profissional, e ambos podem demonstrar suas ideologias. Por vezes, este é audiência daquele, e vice-versa. Audiências e produtores de storytelling se encontram em planos não só polifônicos, mas também dialógicos, em que o informado passa a ser informante, e este passa a ser aquele, de modo circular. Esse complexo sistema coloca sujeitos em interatividade comunicacional, transitando com facilidade entre esses polos e tendo a oportunidade de decidir o quer fazer. Assim, cada um pode ter mais consciência do seu poder de escolha e de liberdade de pensamento e atuação.

Os storytellers da era da tecnologia não estão preocupados com formas ou gêneros de storytelling. Eles nem mesmo atinam para as diferentes linguagens em hibridismo, usadas em muitas plataformas de interação na web. É que a necessidade de informar e ser informado com rapidez, em tempo real, suplantou o burilamento verborágico e as figuras poético-esteticistas, criando conteúdos com uma linguagem mais cotidiana, como já vimos aqui. As novas tecnologias permitiram ao jornalista usar métodos diferentes para inteirar-

16 Fala-se hoje de literacia midiática, que diz respeito a conhecer todos os tipos de mídia: televisão, cinema, rádio, música, quer sejam impressos ou na internet. Essas diferentes formas e plataformas de acesso devem ser uma competência fundamental para todos na sociedade atual. São mídias off-line: outdoors, banners, displays, *search engines*, eventos, marketing direto, TV, rádio, jornal impresso, revista, entre outros.

-se dos fatos, veicular informações e manipular dados, dando-lhes, assim, novas habilidades.

Como o cérebro é maleável e está em constante transformação, as novas tecnologias lhe impuseram novas maneiras de narrar utilizando variados suportes e linguagens, alterando, desse modo, até mesmo as relações sinápticas do cérebro,¹⁷ como acontece normalmente a cada nova experiência do ser humano – em geral toda vez que ele se inteira de qualquer nova tecnologia. A leitura no écran deixa de ser linear para ter pontos de entrada do olhar, em lugares onde haja, por exemplo, imagens não lineares, que não podem ser lidas sequencialmente – em contraposição à linguagem verbal, que traz a articulação sequencial, lida de cima para baixo e da esquerda para a direita.

A notícia em forma de storytelling pode trazer, por exemplo, um vídeo com depoimentos de modo interativo e assíncrono. Ele pode ser exibido em qualquer instante do dia e até mostrar informações repetidas para preencher espaços de tempo nas mídias on-line. Construído na web de modo virtual, o storytelling midiaticizado, portanto, faz que informantes e informados percam a noção de espaço, território e tempo dessa interação de comunicação. Essa perda se dá não só na leitura, como também na produção e veiculação da informação, como se tudo estivesse ocorrendo em tempo real, em um aqui e agora, o que é quase impossível, pois o informado na mídia geralmente é programado antes.

17 Partindo da teoria da seleção natural de Darwin, Gerald Edelman propõe uma nova epistemologia da mente: a teoria do Darwinismo Neural. Haveria seleção no desenvolvimento de informações que levam à formação dos repertórios primários; destes, por meio de seleção na experiência, formam-se os secundários; e, por fim, tem lugar a sinalização reentrante, realizada entre mapas neurais. Ele explica, assim, os fenômenos da mente humana, inclusive a consciência, de modo neurocientífico, em uma teoria fisicalista. Mente e consciência promovem vantagens adaptativas ao organismo que as possui e, por isso, não são meros epifenômenos. Assim, a espécie humana e seu conhecimento são produtos de um processo evolutivo. À luz da evolução, a espécie humana seria, ela própria, um produto evolutivo e, desse modo, esse processo evolutivo imporia limites à cognição e à experiência humana. Por esse princípio, entendemos que o storytelling é um produto natural que, concomitante e naturalmente, produziu o pensamento consciente e intencional do homem enquanto ele produzia o storytelling (Ver Rocha de Almeida; El-Hani. *Episteme*, 2006, p.335-56).

O storytelling informativo na web 2.0 não faz uma simples interação entre informador/informante como nas conversas tribais aos pés das fogueiras. A velha interface tête-à-tête do narrador/audiência passou, em grande parte, a ser mediada por ferramenta na internet, mas ambas se assemelham muito. Diferentes plataformas – como os blogues – passaram a abrigar meios de relacionamentos sociais para veicular storytelling. Hoje a mídia jornalística precisa monitorar sua audiência e participar com ela de conversas on-line. As plataformas da web fornecem uma maneira de conversar, por exemplo ao criar um padrão de como escrever um blogue; o *podcasting* veiculou o áudio, transformando os antigos downloads estáticos, dando novos contornos aos diálogos com hibridismo de linguagem, chegando até as narrativas do marketing viral e, depois, a todo relacionamento on-line. Assim, a epopeia de um herói ou de um povo perde os limites pessoais para gerar a verdadeira epopeia do homem, a qual denominamos aqui de *wikiciberepopeia*.¹⁸

18 “Wiki” está sendo usado aqui como termo técnico, que descreve a maneira rápida de construir conhecimento, de forma coletiva, em certos ambientes disponibilizados na internet, os quais se servem das ferramentas de software, mecanismos embutidos como infraestrutura na internet, que permitem a agregação rápida de novos conteúdos fornecidos, formando hipertextos com o poder de hiperlinkagens, criados pelos usuários do ambiente. É uma maneira coletiva e colaborativa de construção de conhecimento em um espaço acessível por meio da rede mundial de computadores, para o conjunto de ferramentas e mecanismos que possibilitariam a inclusão rápida, de forma imediata, desses conhecimentos ao ambiente; “ciber” relaciona-se às transformações de mundo criado também a partir da operação das tecnologias da informação e comunicação, resultantes da interação permanente entre o homem e a tecnologia e vice-versa; “epopeia” se deve à relação com o significado de narrativas heroicas da antiguidade, de extensão variável, como uma coleção de feitos e fatos históricos, de um ou de vários indivíduos, reais, lendários ou mitológicos que se eternizaram em narrativas seculares e tradições ancestrais, as quais foram preservadas, ao longo dos tempos pela oralidade ou pela escrita, e agora fazem parte da história dos homens. A abertura do ato de poder ser o herói da história a qualquer voz que queira tornar-se narrador das suas aventuras deu origem a uma nova epopeia, a da humanidade, pois ecologicamente a alma individual descobre ser parte de um todo muito maior: a alma humana que sobrevoa e permanece como nível profundo de todos os storytellings, como um mergulho profundo na problemática existencial. O que se transforma é apenas o nível de superfície, quando, então, as diferentes tecnologias atuam na produção do storytelling.

Balanço geral

Os storytellings informativos, portanto, estão à disposição de todos na internet, ou seja, no ar. O jornalismo tem sido visto como forma de conhecimento, uma prática profissional ou retórica social. Dentro dessa retórica, modernamente, nós o entendemos como meio produtor de storytellings a serem colocados à venda. O jornalista narra factuais e não propriamente ficções, dentro de determinados contextos.

Viu-se aqui que o factual é sempre o gerador do storytelling, pois a ficção não é senão uma distorção do real. O conceito de storytelling, desse ponto de vista, ultrapassa o simples conceito de gênero para refletir a problemática existencial humana. Ele sempre foi uma arma para que o homem informasse e fosse informado dos acontecimentos, e pudesse sobreviver, de modo direto ou não. A notícia, como produto do trabalho do jornalista, é destinada a orientar uma audiência e, assim, está também relacionada à sobrevivência humana.

Além disso, diferentes teorias buscaram situar a notícia como agente do processo de construção da realidade cotidiana. Mais do que informar um factual, o trabalho jornalístico produz marcos interpretativos, tanto no polo gerador quanto no polo recebedor da mensagem. Na construção do storytelling noticioso, o jornalista não utiliza apenas um factual como única fonte de informação na sua relação com o mundo, pois informar depende de um conjunto de operações complexas, como a coleta de dados, redação, edição e veiculação dos factuais, ou seja, a notícia não deixa de ser uma construção da realidade a ser informada.

O jornalismo como storytelling trataria não só da *realidade construída*, mas também seria resultado de um processo de construção, pois o jornal se estabeleceu e evoluiu no tempo, ganhando feições próprias, principalmente com a mudança das tecnologias de comunicação em cada momento histórico da evolução humana. Isso não significa que esse storytelling seja uma *ficção*, no sentido de *criação do factual*. No momento, esse storytelling já não é mais o que foi e não podemos imaginar o que ele se tornará. Ele aparece socialmente objetivado, integrando o mundo da vida cotidiana, da mesma forma

que outras instituições, como a família, o Estado, a religião etc. Por isso, pode e deve ser estudado como tal. O factual desse storytelling é tido como signo do real que passa a lhe dar um sentido, como tributário de um olhar antropocêntrico que se coloca sobre o real.

Assim, a notícia, como fenômeno que trata do social e do natural de modo conjunto, depende de uma complexa articulação entre a matriz social, a experiência dos indivíduos e o factual em si mesmo. O storytelling informativo de um fato, porém, jamais deixará de ser uma *construção*.

O palco do storytelling informativo é a vida cotidiana em que diferentes atores, amadores ou profissionais participam da construção de um enredo em que a humanidade está se apresentando continuamente. Hoje, os narradores desse enredo podem ser tanto os jornalistas profissionais como não profissionais, tendo como complemento as novas tecnologias.

O texto noticioso do jornal é um storytelling que nasce de um factual. No caso do ficcional, do maravilhoso ou até da mentira, o factual é um real distorcido pelo imaginário humano, que se apresenta no storytelling como um existente, em termos da semiótica de Peirce. O storytelling de factual ficcional traz um objeto existente que deve ser visto como uma possibilidade de real que não se atualizou fora do imaginário humano, mas que poderia ter sido atualizado. Pode ser até que ele traga possibilidades futuras dessa atualização. As notícias, interpretações e comentários de factuais também são storytellings à venda.

Referências bibliográficas

- ADLER, P. R.; FIRESTONE C. M. *A conquista da atenção*. São Paulo: Nobel, 2002.
- ANDERSON, C. *Cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BRESSAN, R. T. *Comunicação e tecnologias digitais*, XII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação – Celacom,

2008. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/Cela-com-2008-GT.htm>>.
- BRIGGS, M. *Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar – um guia de cultura digital na era da informação*. Maryland: Knight Foundation, 2007.
- JENKINS, H. *Cultura de convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- PEIRCE, C. S. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. In: HARTSHORNE, C.; WEISS, P.; BURKS, A. (ed.) Cambridge: Harvard University Press, 1931-74, 8v.
- REWALD, F. “Romance virtual”. *Folha de S. Paulo*, 1 fev. 2010. Disponível em: <http://www.pueridomus.br/noticias/2010/livro/romance_virtual.pdf>.
- ROCHA DE ALMEIDA, A. M.; EL-HANI, C. N. Darwinismo neural: uma extensão metafórica da teoria da Seleção Natural. *Episteme*, Porto Alegre, v.11, n.24, p.335-56, jul.-dez. 2006.
- SALMON, C. *Storytelling: la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península, 2008.
- SANTAELLA, L. *Matrizes da linguagem e pensamento*. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- TOFFLER, A. *A terceira onda*. São Paulo: Record, 2001.

4

A CIDADANIA NOS JORNAIS *FOLHA DE S. PAULO* E *O ESTADO DE S. PAULO*: OS ENQUADRAMENTOS DO CASO *GEISY ARRUDA*

*Murilo Cesar Soares*¹

*Noemi Correa Bueno*²

Para Bourdieu, o jornal constitui uma das instituições de alto crédito social, detentor, portanto, de um poder simbólico capaz de interferir na formação/consolidação do *habitus*. Para o autor, *habitus* é um sistema de predisposições, estruturas que funcionam como princípios geradores e organizadores de práticas e representações, sendo adquiridos pelas pessoas durante a socialização. Segundo Bourdieu, o jornalismo (como algumas outras instituições de alto crédito social, por exemplo a igreja e a escola) reforça a dominação masculina ao promover um *habitus* que implementa a violência simbólica contra as mulheres. Isso ocorre, conforme o autor, porque o jornalismo reinsere na história a relação entre os sexos com uma visão naturalista e essencialista, retirando das mulheres seu papel de agentes históricos, pois o inconsciente dos próprios jornalistas ainda é formado por um *habitus* androcêntrico. Ou seja, apesar de em muitos casos não haver a intenção explícita de reforçar as desigualdades de gênero, os jornalistas reproduzem a dominação masculina, inculcada inconscientemente nos sujeitos, contribuindo para a perpetuação dessas (Bourdieu, 2003).

1 Livre-docente em Sociologia e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp).

2 Professora tutora à distância da Universidade Anhanguera-Uniderp. Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp).

Segundo Bourdieu, a construção do gênero é reproduzida subjetivamente, por meio de instâncias objetivas que naturalizam relações que são históricas, sociais e culturais. É nessa situação que reside a violência simbólica, a qual, para se realizar, precisa do assentimento dos dominados. Por isso, a necessidade de estruturas objetivas que reproduzam a dominação de maneira sutil e natural, de modo que os princípios androcêntricos sejam internalizados por todos os sujeitos, inclusive pelas próprias mulheres. Dentre essas estruturas, apresenta-se o jornalismo.

Por sua vez, movimentos feministas e de mulheres contemporâneos têm lutado por novas representações midiáticas de gênero, alegando que as atuais não condizem com a realidade feminina brasileira, colaborando para a formação de estereótipos e papéis preconceituosos em relação à mulher. Nesse sentido, reivindicam maior visibilidade midiática das mulheres como trabalhadoras, especialistas e intelectuais, além de um espaço nos meios para a divulgação e discussão dos ideais, das reivindicações, conquistas e mudanças femininas.

De acordo com esses movimentos, a ausência desses fatores (representação das mulheres como trabalhadoras e especialistas, por exemplo) favorece a reprodução de estereótipos de gêneros que influenciam a subjetividade da população e acabam por afetar a autoestima das próprias mulheres, que utilizam as representações midiáticas como parâmetros e valores. O trecho do documento abaixo resume essa questão:

o meio de comunicação produz e controla cabeças, corações, mentes e bolsos em todo mundo. Neste sentido, acaba entrando definitivamente em todas as casas e em nossas vidas na construção da nossa subjetividade. [...] É a voz mais socialmente aceita a apresentar a imagem dos fatos e dos valores e isso nos preocupa. Este é um poder concedido às pessoas que o exercem com fins comerciais, sem parar pra pensar na responsabilidade social que este poder carrega. Não queremos mostrar simplesmente a nossa versão dos fatos, mas o mínimo que podemos esperar é que retrate a diversidade da sociedade em todas as suas dimensões, e que todas as pessoas encontrem nela seu espaço, já que a comunicação

é uma via de duas mãos. Não podemos só ler e assistir: a comunicação está inscrita entre os direitos humanos e todos devem ter o direito de participar. (Observatório do Direito à Comunicação, 2008)

A conhecida frase de Simone de Beauvoir de que “não se nasce mulher, torna-se mulher”, propôs originariamente a ideia de que a mulher não é definida biologicamente, mas se constrói cotidianamente, por meio de suas funções, vivências sociais e representações, inclusive as representações midiáticas. Por isso, na época contemporânea, após a consolidação dos direitos de profissionalização e de voto, um segmento do feminismo e do movimento de mulheres volta-se para uma nova pauta de reivindicação: o significado, a produção e veiculação das identidades e representações midiáticas das mulheres. Afinal,

a individualização do trabalho não provocou igualdade nas relações entre homens e mulheres, nem a inversão na estrutura de poder. A independência econômica feminina não representou o término das desigualdades entre homens e mulheres porque elas não se resumem à esfera econômica e material. Estão presentes na cultura, nas ideias, nos símbolos, na linguagem, no imaginário, enfim, formam um conjunto de representações sociais que impregnam as relações. (Priore, 2001, p.563)

O jornalismo também está englobado nessa crítica e constitui uma das bases sobre as quais se constitui a relação hierarquizada entre homens e mulheres, pois pode produzir e veicular bens simbólicos por meio de representações, linguagens e palavras autorizadas, reforçando ou questionando a relação desigual entre os sexos. Assim, o jornalismo – como instituição que constrói sentidos – possui função importante na constituição e perpetuação das identidades de gênero.

Além disso, o jornalismo ocupa um espaço central na divulgação de temas e acontecimentos e desempenha uma importante função de tornar públicos assuntos sobre os quais os sujeitos provavelmente irão discutir e refletir, possuindo um papel importante de mediação,

de integração do sujeito ao contexto mundial (aproxima a audiência de fatos que seriam inacessíveis no espaço e tempo por outro dispositivo). Construtor de representações sobre a sociedade, criando hábitos, costumes e comportamentos, não apenas reflete identidades e relações sociais que circulam no cotidiano, mas também participa do processo de legitimação delas ao produzir discursos que influenciam as relações coletivas, a memória e os processos de construção de representações sociais (Vizeu Júnior, 2006).

Dessa forma, o estudo da representação da mulher no jornalismo não deve considerar apenas a hipótese de sua exclusão dos meios, mas a existência ou não de perspectivas sobre a mulher que considerem os confrontos, as tensões e dissonâncias das relações de gênero na contemporaneidade. Há a necessidade de expressar a pluralidade de perspectivas, como escreve Young:

A representação e o reconhecimento de vozes e perspectivas distintas aparecem interligados na defesa de mecanismos institucionais que permitam que os membros de grupos oprimidos e que se encontram em desvantagem possam organizar-se de modo a alcançar uma percepção do seu poder como coletividade e um entendimento de suas experiências e interesses no contexto mais amplo da sociedade em que se inserem; tenham voz e possam expressar suas percepções de como as políticas propostas os afetam, além de propor políticas em contextos institucionais em que suas perspectivas sejam necessariamente levadas em consideração; e, por fim, tenham poder de veto em relação a políticas que os afetem diretamente. (Young apud Biroli; Miguel, 2009, p.14)

A presença e a confrontação entre diferentes perspectivas são fundamentais para obtenção de pluralidade e representatividade, pois cada ponto de vista é parcial em relação ao campo social. Por isso, ao ignorar determinadas perspectivas, por exemplo, o jornalismo apaga o que essas trajetórias têm de significativo; ou seja, na medida em que veicula determinados aspectos da realidade social como se abrangessem a totalidade, o jornal torna, de certa maneira, invisíveis as demais versões, pois se autocaracteriza como imparcial, apresentando aquilo que relata como visão objetiva da realidade social.

Assim, neste trabalho, representação é entendida não apenas como reflexo de uma realidade, mas também como um processo de constituição de sentidos, de identidades e de relações. Essa construção ocorre igualmente no jornalismo, que possui poder de legitimação de um fato/acometimento/grupo. Por isso, ao representar a mulher, o jornalismo pode romper, construir, projetar e consolidar identidades sociais de gênero.

A partir dessas formulações, este artigo analisa as representações construídas sobre a então estudante Geisy Arruda em notícias relacionadas ao ocorrido no dia 22 de outubro de 2009 e seus desdobramentos. Nessa data, a universitária foi hostilizada por cerca de setecentos alunos de sua faculdade, a Uniban, com a alegação de que utilizava um vestido curto e tinha atitudes “provocativas” em relação aos colegas. A agressão começou com ofensas e xingamentos por alunos que cercaram a sala em que ela se encontrava, ameaçando-a de estupro. Geisy Arruda precisou deixar a universidade escoltada por policiais que utilizaram spray de pimenta para conseguir passar entre os estudantes que gritavam ofensas. Tratou-se, a nosso ver, de um caso de violação dos direitos civis da estudante, os quais compõem os direitos da cidadania. Após a divulgação do acontecimento pelos meios de comunicação, a Uniban ainda expulsou a aluna, alegando que ela havia desrespeitado o ambiente acadêmico. Ao ser divulgada a decisão, a opinião pública, organizações da sociedade civil, representantes do governo e os meios de comunicação passaram a criticar a universidade que, diante da repercussão negativa, revogou a expulsão de Geisy.

Nossa análise procura relacionar o papel de dois jornais em relação aos direitos da estudante, examinando os enquadramentos dos textos veiculados sobre o caso, no período de 30 de outubro de 2009 (data em que houve a primeira divulgação do caso pela imprensa) a 20 de novembro de 2009, nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*. Nosso intuito é o de verificar a pertinência das considerações de Bourdieu, bem como a adequação da crítica dos movimentos feminista e de mulheres contemporâneos de que os meios reforçam a dominação masculina.

Neste trabalho, apresentamos uma análise de enquadramento das matérias do período, focalizando apenas como a estudante foi referida nos textos jornalísticos. Por meio de uma análise de enquadramento é possível fazer inferências sobre sentidos implícitos nos textos, além de afirmações interpretativas das matérias e, conseqüentemente, sobre suas inclinações retóricas implícitas e representações resultantes. Essa análise consiste em uma abordagem analítica que objetiva interpretar as mensagens jornalísticas na qualidade de representações instauradas pelas escolhas realizadas no decorrer da elaboração dos textos.

Análise de enquadramento

De acordo com Entman (apud Porto, 2004), o enquadramento consiste em uma maneira de organizar um texto, selecionando alguns aspectos de uma realidade apreendida, tornando-os mais salientes na escrita e promovendo uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o ocorrido. Assim, o enquadramento consiste em uma ideia central organizadora que molda a percepção do ocorrido, oferecendo mais visibilidade a determinados elementos e aspectos em detrimento de outros, por causa do padrão de seleção, apresentação, ênfase e interpretação utilizado pelos jornalistas ao organizarem suas representações discursivas.

Para Robert Hackett (apud Porto, 2004), os meios podem desenvolver importantes papéis ideológicos não somente por causa do grau de “objetividade” presente, mas também pela limitação da matriz ideológica utilizada. Essa matriz é composta por regras e conceitos ativados – consciente ou inconscientemente – pelos jornalistas, dirigindo interpretações e avaliações dos leitores/espectadores/ouvintes. O enquadramento aplicado no relato jornalístico constitui, justamente, um dos fatores que regem sua produção; por isso, sua análise é um instrumento apropriado para examinar a construção moral e intelectual realizada pelos meios.

O enquadramento trata da capacidade dos meios de produzirem e disseminarem tacitamente uma interpretação do mundo, por intermédio de uma retórica implícita, presente na estrutura da matéria jornalística (Soares, 2007). Ao repetir determinadas palavras e imagens em detrimento de outras, o enquadramento torna algumas ideias mais salientes e outras invisíveis. Por isso, os enquadramentos podem ser definidos não apenas pelo que incluem, mas também pelo que omitem, afinal, as omissões de definições de problemas, explicações, avaliações e recomendações podem ser tão determinantes e tão capazes de induzir as leituras como as inclusões.

Assim, a análise de enquadramento permite ressaltar o caráter construído da mensagem, revelando sua inclinação implícita em textos jornalísticos, que, por sua natureza, são tidos como relatos objetivos dos acontecimentos e não interpretações. A análise de enquadramento pode ser, portanto, utilizada na pesquisa do jornalismo, a fim de revelar como a organização da mensagem e as preferências ressaltadas e omitidas em cada conjunto de texto registraram as tendências de cada meio.

Neste artigo, que faz parte de uma pesquisa maior, vamos analisar apenas as representações construídas sobre a aluna Geisy Arruda, avaliando se elas favorecem, se são contrárias ou neutras em termos de enquadrar a ação dos estudantes como manifestação de intolerância e violência de gênero. As expressões que destacam a estudante como vítima caem no primeiro caso; as que colocam a estudante como provocadora da situação recaem no segundo caso; e as expressões meramente descritivas foram consideradas neutras em relação aos enquadramentos.

Enquadramentos da estudante no jornal *Folha de S.Paulo*

O jornal *Folha de S.Paulo* citou a protagonista do acontecimento majoritariamente como “estudante/aluna” (97 casos); “Geisy” (73); “Geisy Arruda” (33); “20 anos” (23); “hostilizada” (23); “Miche-

le” (nome fictício – 22); “vítima” (17 ocorrências, sendo que em 5, Geisy é tida como fonte), “estudante/aluna Geisy Arruda” (17); “jovem” (17); “moça” (17) e “puta” (11).

Foram encontradas nos textos da *Folha* 65 expressões informativas e 27 opinativas favoráveis à compreensão da estudante como vítima de intolerância e violência. Dessas, destacaram-se as expressões “agredida” (6 casos); “hostilizada” (23), “vítima” (17) e “xingada” (8).

As vozes favoráveis ao entendimento de que se tratou de um caso de intolerância pertenciam à redação (72), aos leitores (11), a Geisy (5), ao jornal *El País*, à ministra de política para mulheres, Nilcéa Freire, ao deputado Vicente P. Silva e à União Nacional dos Estudantes – UNE. A expressão “vítima” (com 17 ocorrências) teve Geisy como fonte cinco vezes e a própria redação oito vezes; as 23 ocorrências da expressão “hostilizada” partiram da própria redação. Nota-se, portanto, que a voz que predominou foi a da redação, que trouxe 78% das expressões sobre Geisy favoráveis ao enquadramento do acontecimento como manifestações de intolerância e violência. A maioria das expressões favoráveis à compreensão como caso de violência e intolerância partiram da redação da *Folha* e da própria Geisy.

Em relação às expressões sobre Geisy contrárias ao enquadramento do acontecimento como manifestação de intolerância e violência, houve 21 ocorrências em textos informativos e 26 em opinativos, ou seja, esse enquadramento predominou nos textos em que há maior diversidade de ideias e de pontos de vista, em comparação com os textos não opinativos, que foram mais denotativos do acontecimento. A redação foi responsável por empregar ou reportar 23 das expressões consideradas contrárias ao enquadramento de intolerância; os estudantes por treze; os leitores, oito; docente da Uniban, uma; a Uniban, uma; e um cidadão, uma.

As expressões contrárias consistiram de falas de alunos universitários, justificando a agressão ao acusar a colega e xingá-la. Vale ressaltar que, nesse caso, o uso da expressão “puta” (onze ocorrências) para a agressão remete a um preconceito em relação à profis-

sional do sexo, rebaixando essa mulher a um status inferior, de tal forma que a violência e ameaça contra ela seriam justificáveis. Todas as onze ocorrências do termo tiveram alunos como fontes.

Das expressões contrárias, dezoito destacaram o traje ou a sensualidade de Geisy, dezesseis a caracterizaram negativamente, oito apontaram questões em que foi favorecida por causa do acontecimento e cinco indicaram a responsabilidade de Geisy pelo ocorrido – “afirma ter ‘parcela de culpa’ no episódio”, “assumiu parte da culpa do tumulto”, “fez por merecer os insultos”, “não foi só ela quem errou” e “queria mexer com eles”. Inclusive, em duas dessas cinco expressões, a redação afirma que a própria Geisy se reconheceu como parte responsável e, em uma delas, que a aluna tinha a intenção de provocar.

Assim, verificou-se que houve uma ênfase nas falas sobre a vestimenta e a sensualidade de Geisy, em vez de se salientar a situação da aluna no ocorrido. A voz que predominou nesse sentido foi a da própria redação (quando as falas não são atribuídas a fontes), que optou por descrever os trajes da estudante, em vez de salientar a violência que ela sofreu (nesse caso, nota-se a seleção e a escolha por abordar a roupa, enquanto se poderia destacar a situação e, conseqüentemente, a agressão sofrida pela jovem). Já a segunda voz que predominou nesse sentido foi a dos colegas, que justificaram suas ações por meio de críticas e julgamentos à aluna, de maneira a tentar elucidar que a “punição foi merecida”.

Além disso, as expressões como “vai virar garota-propaganda de lingerie”, “sondada para posar nua”, “sondada para participar de um anúncio de lingerie” e outras do gênero, classificadas no estudo como contrárias, enfatizaram os benefícios e vantagens que Geisy teria tirado da situação, afastando o foco do assédio praticado e minimizando, portanto, a gravidade da violência, já que, por meio dela, a aluna teria podido criar oportunidades que provavelmente lhe seriam impossíveis sem o acontecimento.

As expressões neutras em relação ao enquadramento de violência e intolerância foram a maioria nos textos da *Folha*. Destas, verificou-se que 289 apareceram em textos informativos e 136 em

textos opinativos. Assim, no total, em relação à apresentação de Geisy contaram-se 425 expressões consideradas neutras (75,3%), 92 favoráveis (16,3%) e 47 contrárias (8,4%) ao enquadramento do caso como manifestação de intolerância e violência. Esses dados podem ser visualizados no Quadro 4.1.

Quadro 4.1. Enquadramentos da *Folha de S. Paulo* favoráveis, desfavoráveis e neutros em relação à interpretação de que houve intolerância e violência, com base nas expressões referentes à estudante

| Enquadramentos | Valores absolutos | | | Valores relativos | | |
|--|-------------------|---------|-------|-------------------|---------|-------|
| | Opin. | Inform. | Total | Opin. | Inform. | Total |
| Favoráveis à interpretação de que não houve intolerância e violência | 26 | 21 | 47 | 4,6% | 3,7% | 8,3% |
| Favoráveis à interpretação de que houve intolerância e violência | 27 | 65 | 92 | 4,8% | 11,5% | 16,3% |
| Neutros | 136 | 289 | 425 | 24,1% | 51,2% | 75,3% |

O uso das fontes foi determinante da caracterização da aluna nos textos, pois os alunos, a Uniban e os docentes da universidade se manifestaram exclusivamente contrários ao enquadramento de intolerância, enquanto Geisy se posicionou favorável a essa interpretação, de forma consistente, nas reportagens. Essas expressões demonstram que o posicionamento antagônico na definição do acontecimento depende dos tipos de atores envolvidos. As demais vozes (redação e leitores) se dividiram entre expressões contrárias, favoráveis e neutras, não assumindo exclusivamente uma posição.

Representações de Geisy no jornal *O Estado de S. Paulo*

As expressões utilizadas com maior frequência pelo jornal *O Estado de S. Paulo* para se referir a Geisy Arruda foram “ela” (9 ocorrências), “Geisy Arruda” (11), “20 anos” (12), “estudante/aluna Geisy Arruda” (14), “estudante/aluna” (43) e “Geisy” (49), sendo todas categorizadas como neutras em relação ao enquadramento do fato como manifestação de intolerância e violência. Não houve expressão considerada favorável ou contrária com mais de três ocorrências, situando, portanto, *O Estado*, numa posição mais neutra que a *Folha*.

As expressões sobre Geisy favoráveis ao enquadramento de violência e intolerância apareceram 24 vezes. Dessas, dezesseis estavam presentes em textos informativos e oito em textos opinativos. A maioria (21 casos) das expressões é da própria redação e somente em três ocorrências houve citação da fonte: um pesquisador da USP, o jornal *New York Times* e uma que abrangeu a opinião de três movimentos (feminista, sindical e estudantil), sendo que as reportagens não usaram nenhum dos envolvidos como fonte.

O Estado de S. Paulo não utilizou os alunos como fonte sobre Geisy, diferentemente do que ocorreu no jornal *Folha de S. Paulo* (no qual os alunos foram a segunda voz que mais se pronunciou desfavoravelmente, com treze ocorrências). Por isso, *O Estado* apresentou bem menos expressões contrárias ao enquadramento de violência (5 ocorrências) que a *Folha* (47).

Das expressões contrárias ao enquadramento de intolerância e violência, três indicaram a responsabilidade de Geisy pelo ocorrido (“assume parte da responsabilidade do caso”, “foi responsável”, “pivô do caso”) e duas focaram o traje que vestia no dia do acontecimento. Dessas cinco expressões, duas estavam presentes em textos opinativos e uma possuía a Uniban como fonte.

Também em *O Estado de S. Paulo* as expressões neutras foram as que apresentaram maior frequência: foram contabilizadas 178 expressões neutras em relação ao enquadramento do ocorrido como

intolerância e violência, sendo 153 veiculadas em textos informativos e 25 em opinativos. Como ocorreu com as expressões favoráveis e contrárias, houve um predomínio da voz da própria redação em detrimento das fontes utilizadas (apenas 12 expressões foram originadas de fontes consultadas). Os dados dos enquadramentos de *O Estado* referentes a Geisy Arruda encontram-se no Quadro 4.2.

Quadro 4.2. Enquadramentos de *OESP* favoráveis, desfavoráveis e neutros com relação à interpretação de que houve intolerância e violência, com base nas expressões referentes à estudante

| Enquadramentos | Valores absolutos | | | Valores relativos | | |
|------------------------------------|-------------------|---------|-------|-------------------|---------|-------|
| | Opin. | Inform. | Total | Opin. | Inform. | Total |
| Não houve intolerância e violência | 2 | 3 | 5 | 1,0% | 1,4% | 2,4% |
| Houve intolerância e violência | 8 | 16 | 24 | 3,9% | 7,7% | 11,6% |
| Neutros | 25 | 153 | 178 | 12,1% | 73,9% | 86% |

Como o jornal *O Estado* não utilizou falas de envolvidos no ocorrido como fontes sobre a aluna Geisy (ao contrário da *Folha de S. Paulo*), a maioria das vozes foi da própria redação (91,3%) e as demais foram de movimentos femininos, sindicais e estudantis, de pesquisadores, assessores de ONGs, advogados, antropólogos, leitores, procuradores e do jornal *New York Times*. Essa procedência qualificada favorece a compreensão do evento como uma questão de direitos civis da cidadania em geral e não como algo restrito apenas a percepções particulares dos envolvidos.

Comparação das coberturas

Ao compararmos os textos dos jornais, verificamos que, em ambos, as expressões sobre Geisy foram predominantemente neutras, seguidas de favoráveis ao enquadramento de intolerância. Na *Folha de S. Paulo* 75,3% das expressões foram neutras, 16,3% favoráveis e 8,4% contrárias a ter havido intolerância. Em *O Estado de S. Paulo*, 86% foram neutras 11,6% favoráveis e 2,4% contrárias ao enquadramento de intolerância e violência. Com isso, destaca-se que, em relação às representações da personagem central da história, *O Estado* tendeu mais à neutralidade que a *Folha* e trouxe menos expressões contrárias ao enquadramento de intolerância. Esse fato pode ser atribuído, principalmente, à utilização pela *Folha* de falas de estudantes, onde havia termos como “puta” e expressões que salientaram o traje e a sensualidade da jovem, desviando o foco da violência de gênero para a transgressão de um código de vestimenta. Assim, um dos fatores que explicam essa maior porcentagem é a opção pelo uso de determinadas fontes, como estudantes e a instituição universitária.

O que caracteriza particularmente as reportagens da *Folha* é a maior frequência das fontes: a Uniban se referiu a Geisy dez vezes, os alunos 22 vezes, enquanto esta falou de si mesma apenas cinco vezes. Nesse caso, percebeu-se que a universidade falou sobre Geisy o dobro de vezes que a própria estudante, enquanto os colegas falaram mais que o quádruplo, repercutindo diretamente no enquadramento dado ao caso pela *Folha de S. Paulo*.

Ainda em relação às expressões sobre a aluna, foram ressaltados termos como “vai virar garota propaganda de lingerie”, “sondada para posar nua”, “sondada para participar de um anúncio de lingerie” e outras que foram classificadas como contrárias a um enquadramento de intolerância, pois enfatizam os supostos benefícios e vantagens que Geisy tiraria da situação, minimizando, portanto, a gravidade da violência sofrida, já que, por meio dela, a aluna poderia galgar oportunidades que provavelmente lhe seriam impossíveis.

Em contraste com as expressões negativas, a *Folha de S. Paulo* também apresentou um percentual um pouco maior de expressões

favoráveis ao enquadramento de intolerância e violência. Ou seja, a *Folha* abriu mais espaço a manifestações polarizadas, enquanto *O Estado* adotou textos mais equilibrados, ou mais “centrados”.

No entanto, se compararmos os percentuais, veremos que em *O Estado* há uma proporção de quase quatro vezes mais expressões favoráveis ao enquadramento de que houve intolerância do que contrárias a esse enquadramento, em contraste com o que acontece na *Folha*, onde essa diferença é de apenas duas vezes. Esses resultados podem ser conferidos no Quadro 4.3.

Quadro 4.3. Comparação entre os enquadramentos dos dois jornais, favoráveis, desfavoráveis e neutros com relação à interpretação de que houve intolerância e violência contra Geisy Arruda, tomando como referência as expressões sobre a estudante

| Enquadramentos | <i>Folha de S.Paulo</i> | <i>O Estado de S. Paulo</i> |
|---|-------------------------|-----------------------------|
| Favoráveis a que houve intolerância | 16,3% | 11,6% |
| Favoráveis a que não houve intolerância | 8,4% | 2,4% |
| Neutros | 75,3% | 86% |
| TOTAL | 100% | 100% |

Na *Folha de S.Paulo*, a voz principal utilizada para descrição de Geisy foi a da redação (444), seguida pela do leitor (52), de alunos (22), da imprensa internacional (18) e da Uniban (10), sendo que Geisy somente foi mencionada cinco vezes para falar de si mesma. Sua descrição variou segundo a fonte. Para a universidade, Geisy é mencionada como aluna que tem interesse em ser atriz, deixando subentendido que talvez isso justifique sua exposição aos meios de comunicação. Para os alunos, ela foi comparada a uma profissional do sexo, por um xingamento que as estigmatiza, como mulheres que “não tem valor moral”. No caso da própria estudante, ela se definiu como vítima do acontecimento e da decisão da Uniban em expulsá-la.

Já *O Estado de S. Paulo* não utilizou muitas fontes externas para descrever ou avaliar a aluna. A voz que mais se destacou foi a da própria redação (191), seguida pela da Uniban (5), da ONG Plan (2) e de um procurador (2). Apenas uma expressão das fontes pode ser considerada contrária (“foi responsável”, emitida pela instituição de ensino superior), enquanto as demais foram classificadas como neutras. O jornal não enfatizou nem a vestimenta, nem as situações de vantagens que a aluna obteria com o caso para descrevê-la, havendo um predomínio de expressões neutras.

Em ambos os jornais, as vozes dos sujeitos envolvidos no acontecimento (redação, Geisy, Uniban e alunos) foram determinantes para definir o enquadramento do texto, uma vez que apresentaram perspectivas diferentes sobre a estudante. Geisy tendeu a ser favorável, enquanto a Uniban e os alunos foram contrários ao enquadramento de intolerância e violência e, portanto, a utilização ou não dessas fontes repercutiu diretamente no enquadramento dado pelos jornais.

Considerações finais

Este trabalho procurou examinar como o jornalismo retratou a questão dos direitos da cidadania, por meio de textos que representaram uma mulher envolvida numa situação de hostilidade coletiva, num caso de intolerância e violência de gênero, resultado de valores androcêntricos impregnados na sociedade brasileira (inclusive na universidade). A pesquisa realizada sobre a representação da aluna Geisy Arruda nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, constatou a *predominância de um enquadramento neutro, seguido de um enquadramento favorável em relação à compreensão do acontecimento como caso de intolerância e violência*. A presença de expressões que constroem um enquadramento mais regressivo, ou seja, contrário a tomar os acontecimentos como violência, foi minoritário em ambos os jornais.

Pode-se observar, comparativamente, que a *Folha produziu textos mais polarizados sobre o assunto*, trazendo maior proporção tanto

de expressões contrárias como favoráveis ao enquadramento de intolerância e violência de gênero, enquanto *O Estado adotou textos mais equilibrados*, com proporção maior de expressões neutras em relação a esses enquadramentos. O resultado é que o texto da *Folha* parece mais provocativo e intenso, enquanto o texto de *O Estado* parece mais ponderado e equidistante. Este último, apesar da neutralidade maior, trouxe, comparativamente, *uma maior proporção de expressões favoráveis ao enquadramento de violência* do que o concorrente, sendo, nesse sentido, mais próximo de uma interpretação favorável à defesa dos direitos da cidadania.

Os dados, portanto, mostram que não se pode considerar categoricamente que, nesse caso, os jornais tenham reproduzido majoritariamente expressões que remetem à dominação masculina. No entanto, os mesmos dados, ao mostrarem uma proporção maior de termos neutros, sugerem que o jornalismo ainda se mantém cauteloso quando a questão é debater papéis e valores masculinos e femininos em nossa sociedade.

Dessa forma, o fato de o enquadramento de que se tratou de intolerância ficar em segundo lugar em ambos os jornais, superando o enquadramento oposto, não significa, categoricamente, um posicionamento em favor dos direitos da mulher. Na medida em que os enquadramentos neutros foram predominantes, pode-se perguntar: até que ponto é ético ser neutro quando direitos estão sendo negados ou vilipendiados? Ser neutro em relação à intolerância e violência não será uma forma sutil de reforçar essa violência? Além disso, os jornais podiam ter aprofundado as discussões, trazendo-as para o âmbito dos direitos civis e relacionando-as ao preconceito de gênero que ainda se encontra em nossa sociedade, a ponto de precipitar uma reação coletiva contra uma estudante.

Assim, a avaliação da abordagem dos meios noticiosos de questões envolvendo o gênero feminino depende dos critérios adotados. Se, por um lado, é verdade que os jornais deram mais espaço a enquadramentos condenatórios dos acontecimentos do que o contrário, uma perspectiva militante desejaria que aquele enquadramento fosse mais categórico, em termos da frequência das expres-

sões. Os dados levantados, no entanto, parecem estar de acordo com as expectativas convencionais sobre o papel do jornalismo, no que diz respeito à necessidade de equilíbrio das reportagens, aos protocolos jornalísticos de ouvir as partes envolvidas etc. Na imprensa diária, esses requisitos são mais fortes porque matérias sobre temas controvertidos são realizadas sob a pressão do tempo e, às vezes, em situação de incerteza. Um estudo comparativo com a cobertura das revistas semanais poderia trazer mais luzes sobre esse ponto, mas os dados revelam que, nessa cobertura, ambos os jornais praticaram enquadramentos que não priorizaram a gravidade das violações legais envolvidas.

Finalmente, enquadramentos podem ser definidos não somente pelo que incluem, mas também pelo que omitem: a ausência de definições de problemas, explicações, avaliações e recomendações podem ser tão influentes na construção de representações como as inclusões. No caso analisado, a baixa presença em ambos os jornais de expressões que relacionassem o evento aos valores androcêntricos e ao patriarcalismo presentes em nossa sociedade dificulta a compreensão do ocorrido numa perspectiva crítica, facilitando, por sua vez, uma leitura simplista, segundo a qual, em vez de uma ameaça a direitos individuais de cidadania, tratou-se de uma provocação, em que a vítima é que teria sido a responsável pelos acontecimentos, por ter transgredido um código de vestimenta.

Referências bibliográficas

- BARDWICK, Judith. *Mulher, sociedade, transição*. São Paulo: Difel, 1981.
- BIROLI, Flavia; MIGUEL, Luis. *Gênero e política na mídia brasileira*. Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2007/gt_me-biroli.pdf>. Acesso em: 30 set. 2009.
- BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- ESTADÃO. *Estado de S. Paulo*. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br>>. Acesso em: 12 dez. 2009.

- FOLHAONLINE. *Folha de S.Paulo*. Disponível em: <<http://www.folha.uol.com.br>>. Acesso em: 18 dez. 2009.
- FREIRE FILHO, João. Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. *Famecos*, Porto Alegre, n.28, p.18-29, dez. 2005.
- OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO. *A luta das mulheres pela comunicação democrática*. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_content&task=view&id=563>. Acesso em: 18 maio 2008.
- PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.). *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. São Paulo: Unesp; Salvador: Edufba, 2004.
- PRIORE, Mary. *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2001.
- ROTHBERG, Danilo. *Enquadramento e metodologia de crítica de mídia*. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coordenada_5_.danilo_rothberg.pdf>. Acesso em: 5 abr. 2010.
- SOARES, Murilo César. Representações e comunicações: uma relação em crise. *Líbero*, São Paulo, n.20, p.47-56, dez. 2007.
- TELES, Maria Amélia de Almeida. *Breve história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- VIZEU JUNIOR, Alfredo. Jornalismo e representações sociais: algumas considerações. *Famecos*, Porto Alegre, n.30, p.31-8, ago. 2006.
- WACC. *¿Quién figura em las noticias?* Disponível em: <http://www.whomakesthenews.org/research/global_reports/report_2005__1>. Acesso em: 7 maio 2008.
- YOUNG, Iris Marion. (1990). *Justice and the politics of difference*. Princeton: Princeton University Press.

5

A REVISTA *Ocas*” DIANTE DA EXPLORAÇÃO URBANA

*Maximiliano Martin Vicente*¹

*Verônica Maria Alves Lima*²

Este texto tem por finalidade refletir sobre o processo excludente da urbanização brasileira, assim como estudar as alternativas inclusivas emanadas desse processo desde a ótica da comunicação, como ocorre com a revista *Ocas*”.³ Duas partes compõem o conteúdo do capítulo: num primeiro momento, observam-se os mecanismos utilizados pelo capital na configuração urbana, os quais são geradores da exclusão e da pobreza para a maioria da população, enquanto a minoria usa dos mesmos mecanismos para se apropriar do capital; a seguir se apresenta uma das muitas alternativas discordantes, desde a ótica da comunicação, preocupadas em compreender como as classes excluídas criam formas de resistência para sobreviver diante dos avassaladores elementos de exclusão social.

1 Livre-docente e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp).

2 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp).

3 Neste artigo, a grafia do nome da revista será feita de acordo com a logotipo que identifica a publicação, em itálico e com aspas apenas no final da palavra, como elemento gráfico – *Ocas*” (a utilização dessas aspas deixou de existir na revista em meados de 2011). Quando o texto se referir especificamente ao projeto social que sustenta a revista aqui estudada, o nome será grafado sem diferenciações estilísticas da fonte – *Ocas*.

A urbanização como exclusão social

A exclusão social⁴ é um problema que parece já fazer parte do cenário dos grandes centros urbanos. E, nesse sentido, é indispensável refletir sobre quais bases se configurou a urbanização brasileira, a fim de melhor entender suas consequências – em especial seus problemas – e analisar as possibilidades apresentadas para amenizar as dificuldades cotidianas do contexto urbano.

O desenvolvimento urbano das cidades brasileiras, assim como da maioria das cidades latino-americanas, é marcado não apenas pela falta de planejamento e organização de seus processos, mas também por sua determinante exploração financeira. Entende-se aqui por exploração financeira o desenvolvimento de um espaço urbano a partir de pressupostos norteados pelo capitalismo e seus mecanismos de reprodução do capital, conforme as abordagens marxistas para os estudos sobre a urbanização e ocupação do espaço (Gottdiener, 1997).

Ao analisar as dinâmicas que culminaram nas configurações específicas do espaço urbano norte-americano, Gottdiener (1997) retoma as diversas formas de abordagem marxistas para a análise do desenvolvimento urbano, promovendo especial comparação entre Manuel Castells e Henri Lefebvre, que buscaram com suas obras uma análise mais profunda sobre a relação entre a produção do espaço e a sociedade.

Como diferença substancial entre os dois principais autores citados, Gottdiener destaca a forma como enxergam o urbano – sua construção, sua essência. Segundo ele, Lefebvre enxerga o fenômeno urbano como essencial para o capitalismo e seu desenvolvimento, ou seja, para o movimento de reprodução do capital; enquanto Castells

4 A expressão “exclusão social” pode ser alvo de questionamentos no que se refere aos valores embutidos nas palavras que a compõem, tendo em vista uma possível descon sideração dos direitos sociais (ou da cidadania) da população excluída (ver artigo de Jailson Souza e Silva. In: RAMOS; PAIVA, 2007, p.93-7). No entanto, a expressão será utilizada neste texto de forma a indicar justamente a condição urgente das pessoas que estão privadas de seus direitos sociais, de maneira especial no que se refere ao direito à moradia.

vê o urbano como expressão do capitalismo, ou seja, a essência seria a própria reprodução da força de trabalho e do capital, cuja manifestação espacial é o ambiente urbano. A diferenciação das duas teorias é importante, porque implica a reflexão sobre o papel do fenômeno da urbanização como interface do sistema capitalista.

Ao aproximar-se da abordagem de Lefebvre, o autor oferece os subsídios para a valorização do espaço urbano não apenas como local geográfico de desenvolvimento do capitalismo, mas também como expressiva força produtiva, ou seja, dotado de força social que, assim como o capital e o trabalho, é fundamental no processo de reprodução capitalista. Nessa perspectiva, o espaço passa a ser, além de ambiente, também objeto de consumo, bem como ativo instrumento político – que reproduz e sustenta o sistema produtivo. Daí o papel estratégico de normatização do ambiente urbano historicamente exercido pelo Estado.

A hierarquia espacial se explica e se expressa, portanto, na forma pela qual grupos subordinados e dominantes ocupam o espaço urbano. Por isso, a inclusão e a segregação espacial se relacionam estreitamente com a influência e atuação das políticas estatais nas dinâmicas de ocupação do espaço das cidades. Não à toa, a intervenção do Estado foi operacionalizada de forma a utilizar o conhecimento técnico-científico não apenas para organizar a ocupação do espaço – evitando problemas de saúde pública, por exemplo –, mas para garantir a manutenção do poderio econômico e político ao segregar as camadas populares, reprimindo demandas coletivas e valorizando apenas as necessidades de reprodução do sistema capitalista, que sustenta as estruturas de poder. Assim, o espaço urbano é desenvolvido a partir de pressupostos higienistas, que sempre buscaram evitar a ocupação popular dos espaços das cidades, atribuindo funções específicas (normatizadas) e predeterminadas para as presenças no ambiente comum das cidades.⁵

5 PECHMAN, Robert Moses. Os excluídos da rua: ordem urbana e cultura popular. In: BRESCIANI, Stella (org.). *Imagens da cidade: séculos XIX e XX*. São Paulo: Marco Zero/Fapesp, 1994, p.29-34.

No caso específico do Brasil, a terra passa a ser legalmente alvo de especulação comercial – organizada em propriedades privadas – somente na segunda metade do século XIX. No entanto, a ocupação elitizada dos principais espaços de sociabilidade das cidades rudimentares já se estabelecera como uma regra. Nesse movimento, as leis de regulamentação do espaço urbano são estabelecidas de forma a garantir a manutenção do poder político e, em especial, dos poderes econômico e cultural das elites.⁶ Ter o domínio sobre o espaço representa o poder de gerenciar a circulação de pessoas, produtos e saberes no ambiente da cidade. Em última instância, dominar o espaço urbano é o mesmo que controlar as sociabilidades e os termos nos quais elas se estabelecem, sempre tendo em vista a necessidade de sustentação e reprodução do capitalismo.

Como resume Gottdiener, a organização espacial é “uma consequência direta das relações entre processos econômicos, políticos e culturais, na medida em que se vinculam à geografia regional de áreas metropolitanas” (Gottdiener, 1997, p.196). As relações contraditórias do capitalismo, portanto, também marcam a ocupação do espaço e o desenvolvimento urbano das metrópoles. Na América Latina, e em especial no Brasil, a expressão urbana das relações do processo capitalista toma dimensões específicas, tendo em vista as marcas deixadas pela colonização estrangeira.

O poderio dos países que dominavam os territórios da América Latina foi determinante na constituição das classes urbanas latino-americanas, inclusive para moldar seus comportamentos sociais, assim como para o desenvolvimento das cidades e o estabelecimento de maior ou menor influência dessas classes em suas regiões. Toda essa dinâmica se configurou a partir das relações estabelecidas entre as regiões dominadas e os interesses, sobretudo comerciais, dos países dominantes (Santos, 1982). Outra característica da urbanização nos países da América Latina é o fato de o fenômeno relacionar-se mais com o crescimento demográfico que com a industrialização.

6 ROLNIK, Raquel. *A cidade e a lei: legislação, política urbana e territórios na cidade de São Paulo*. 2.ed. São Paulo: Studio Nobel/Fapesp, 1997.

Essa característica também é responsável pelo fato de as atividades urbanas nesses países se desenvolverem na mesma medida que o setor de serviços – formais e informais (Santos, 1980).

Nesse contexto, a distribuição desse contingente demográfico no espaço urbano também foi marcada por contradições e informalidades. Ao discutir as especificidades dos movimentos sociais urbanos latino-americanos, Maria da Glória Gohn ressalta que ao Estado coube o papel de equilibrar as demandas sociais tanto do sistema capitalista quanto da população. Sob a responsabilidade estatal ficam as necessidades infraestruturais de reprodução social e técnica do trabalho e, portanto, do capital, assim como as necessidades socioculturais da população.

Devido à heterogeneidade de interesses que se condensam em torno do Estado, a ele competirá, como resposta, dar coesão político-ideológica à sociedade. Ele não é meramente o comitê executivo da burguesia, mas o organismo onde se condensam as lutas sociais e políticas. Nem que seja meramente ao nível ideológico, compete ao Estado dar a aparência de igualdade social. (Gohn, 1982, p.23)

Essa reflexão revela, portanto, a contradição inerente ao papel do Estado, que está na base dos problemas de ocupação do espaço urbano, sobretudo em grandes cidades. A privação de certos grupos das condições dignas para usufruir do espaço, seja no contexto de moradia, transporte ou lazer, se consolida por essa aparente igualdade promovida pelo Estado. No entanto, essa aparência não se sustenta, porque é incapaz de impedir as reivindicações da população em suas diversas expressões ou de reprimir as novas formas de ocupação do espaço. Nesse sentido, vale ressaltar a perspectiva de Lefebvre sobre o Estado:

Para Lefebvre, o Estado está aliado não só contra a classe trabalhadora ou mesmo contra frações do capital, ele é inimigo da própria vida cotidiana – pois produz o espaço abstrato que nega o espaço social que suporta a vida cotidiana e a reprodução e suas relações sociais. (Gottdiener, 1997, p.148)

A contribuição dessa perspectiva mais radical de Lefebvre está na identificação da contradição como essência constitutiva do Estado e não apenas como resultado de suas ações. Somente nesse sentido é possível compreender de forma mais estrutural os permanentes problemas de ocupação do espaço expressos na exclusão de diversos grupos nas dinâmicas urbanas, sobretudo nas metrópoles.

A partir desse contexto, a ocupação informal dos espaços periféricos das cidades, sobretudo na América Latina, configura-se como marca da organização do ambiente urbano. Para reproduzir-se, o espaço urbano – local de reprodução por excelência do capital –, assim como o próprio sistema capitalista, dá origem a sua forma contraditória, expondo suas fragilidades que, de maneira mais contundente, se expressam perversamente nas periferias, onde a presença (ou ausência) do Estado se dá de modo estratégico, tendo em vista o interesse estatal histórico de contribuir com a manutenção do sistema capitalista.

Consumo e ocupação dos espaços urbanos, sobretudo nas grandes cidades, se tornam atividades interdependentes, tendo em vista a hierarquia estabelecida pelo capitalismo. Conforme explica Canclini,

há uma coerência entre os lugares onde os membros de uma classe e até de uma fração de classe se alimentam, estudam, habitam, passam as férias, naquilo que leem e desfrutam, e como se informam e no que transmitem aos outros. Essa coerência emerge quando a visão socioantropológica busca compreender em conjunto tais cenários. A lógica que rege a apropriação dos bens como objetos de distinção não é a da satisfação de necessidades, mas sim a da escassez desses bens e da impossibilidade de que os outros os possuam. [...] Logo, devemos admitir que no consumo se constrói parte da *racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade*. (Canclini, 2006, p.62-3, grifos do autor)

É a partir dessa reflexão que se delinea a compreensão sobre como os dispositivos de consumo presentes (ou ausentes) nos diferentes espaços das cidades, e que nem sempre se concentram para satisfazer demandas reais, transformam-se em fatores determinantes para a inclusão ou exclusão de pessoas e grupos. Nas metrópoles,

essa diferenciação resultante da apropriação ou inacessibilidade de dispositivos de consumo, sejam eles de necessidades básicas – como redes de distribuição de água e energia – ou de necessidades possivelmente consideradas secundárias – como cinemas e shopping centers –, é ainda mais latente.

Os fluxos sempre superlativos das grandes cidades – de pessoas e informações, sobretudo – são o contexto no qual “tudo se dissolve”, o ambiente de fluidez que traz a falsa percepção de que o território da metrópole é ampliado e democrático, com a redução das distâncias e das noções de tempo/espaço, ou seja, concentrando por excelência os benefícios da globalização. No entanto, essa percepção da metrópole serve apenas para velar seu ambiente extremamente desagregador e desigual. Conforme mostra Milton Santos (2001), há uma diferença substancial entre o mundo apresentado e aquilo que é, cotidianamente, sensível às pessoas que povoam as grandes cidades. A globalização caracteriza-se, assim, muito mais como uma ideia construída do que uma conjuntura realmente sensível.

Nesse sentido, as observações de Canclini acerca da expansão demográfica na Cidade do México contribuem para a compreensão de como tal ideia se constrói no contexto urbano:

A expansão territorial e a massificação da cidade, que reduziram as interações entre os bairros, ocorreram dos anos 1950 para cá, ou seja, no mesmo lapso em que se difundiram por toda a cidade o rádio, a televisão e o vídeo, novos vínculos eletrônicos, invisíveis, que reconstróem de modo mais abstrato e despersonalizado os nexos entre os habitantes, ao mesmo tempo que nos conectam com a simbologia transnacional. (Canclini, 2006, p.108)

Ora, o mesmo se observa no contexto brasileiro, no qual os meios de comunicação, sobretudo a televisão (com destaque especial para o caráter político das concessões de licenças para televisões), sempre mantiveram relações estreitas com os governos. Assim, grupos políticos buscaram difundir, por meio do poder simbólico dos produtos veiculados na mídia, um projeto de sociedade na qual as desigualda-

des foram apresentadas como naturais e as possibilidades de contestação ou mudança acabaram condenadas à ilegalidade.

Não se trata, aqui, de forçar uma oposição entre as características do desenvolvimento urbano das metrópoles e as configurações mais tradicionais de relacionamento das pequenas comunidades. Tal maniqueísmo seria reduzir a questão a uma visão ingênua das dinâmicas urbanas. Por meio dessa reflexão, pretende-se, sim, enxergar a complexidade do fenômeno urbano, desmistificando-o, identificando suas contradições e, sobretudo, a sua natureza excludente e desigual.

Assim, pelas observações de Canclini (2006) no México, em consonância com as indicações de Milton Santos (2001), é possível observar que os dispositivos que consolidam a urbanização em grandes cidades no Brasil e no mundo – em especial os meios de comunicação – contribuem concomitantemente tanto para o delineamento de uma sociedade desigual, quanto para a construção da falsa imagem benéfica das “metrópoles cosmopolitas”.

Como já apresentado inicialmente, essa contradição está no cerne do desenvolvimento urbano, tendo em vista a ligação direta e intrínseca da urbanização com a reprodução do capitalismo. Em seus contextos nacionais, as metrópoles passam a reproduzir o discurso da globalização, conferindo sentido a ele, de forma a corroborar com os padrões estabelecidos nas relações internacionais. Nesse sentido, são válidas as reflexões acerca da configuração contemporânea do capitalismo, por elucidarem os modos encontrados pelo capital para a própria reprodução, que se complexa a cada dia, sobretudo no que diz respeito a suas formas expressivas na cultura e nos valores sociais. Dessa forma, a ideia de globalização é corolário do imperialismo capitalista não apenas em escala global, mas também com expressividade local.

Segundo Meszáros, essa conjuntura contemporânea tende a reproduzir e fortalecer as forças político-econômicas que ditam as regras no mundo.

Ademais, uma vez que se divorcia o “global” de sua inserção nos múltiplos ambientes nacionais, desviando a atenção das relações contra-

ditórias que entrelaçam os Estados, também o “local”, dentro do qual se espera agir, torna-se absolutamente míope e em última análise sem significado. (Meszáros, 2009, p.48)

Sob a marca do consumo, da velocidade e da competição, engendrado pelo ambiente técnico-informacional e pelo sistema financeiro, como destaca Meszáros (2009), o cotidiano urbano se produz e reproduz conforme as regras ditadas pela ideia construída de globalização, cuja expressão social resulta em contextos de extrema exclusão social, pobreza e falta de condições dignas de vida para parcelas significativas da população. Essa conjuntura perversa do capitalismo tem sua expressividade máxima nas grandes cidades, sobretudo em países de desenvolvimento tardio, como na América Latina, e o caso do Brasil.

Milton Santos observa que tais características se tornam parte (nefasta) da estrutura societária:

A nosso ver, a violência estrutural resulta da presença e das manifestações conjuntas, nessa era da globalização, do dinheiro em estado puro, da competitividade em estado puro e da potência em estado puro, cuja associação conduz à emergência de novos totalitarismos e permite pensar que vivemos numa época de globalitarismo muito mais que de globalização. (Santos, 2001, p.55)

O globalitarismo é o que impõe, portanto, as balizas que regem a sociabilidade contemporânea, exigindo pactuação com o sistema capitalista e suas regras. O autoritarismo global também impõe que as consequências perversas do sistema sejam tomadas como naturais, perpetuando a competitividade, o consumo e o lucro a qualquer custo como valores fundamentais da sociedade contemporânea.

Nesse contexto, vale ressaltar que a pobreza, a exclusão social e a desigualdade tornam-se parte do cenário urbano das metrópoles, inserindo-se no que Milton Santos (2001) chama de “perversidade sistêmica”.

Diante do exposto não resta dúvida de que a exclusão social nas cidades de modernização recente, como é o caso do Brasil, tem uma peculiaridade importante: os frutos da modernização se restringi-

ram a grupos pequenos enquanto originaram periferias repletas de trabalhadores em condições de franca subsistência. Seria ingênuo reduzir a exploração unicamente ao segmento econômico. O mesmo poderia ser dito das manifestações culturais: enquanto as elites se preocupavam em delimitar claramente o que entendiam por cultura, as classes menos abastadas da sociedade conviveram entre a manutenção das tradições oriundas dos seus lugares de origem, ao mesmo tempo que incorporavam novas experiências emanadas da nova realidade na qual se encontravam inseridas.

Nesse sentido a cultura, mais especificamente a comunicação, passou a ter um lugar de destaque nas pautas de reivindicação exercidas pelos grupos não satisfeitos com a ordem estabelecida. Na ditadura, a denominada imprensa alternativa possibilitou manifestações criadoras de expectativas de mudança não só de regime, mas também de contexto social.

Um fato deve ser salientado (Kucinski, 1991): na verdade, a resistência pelos meios de comunicação, mesmo tendo sua expressão máxima na época do regime militar, sempre esteve presente na vida política e cultural do país. Seguindo essa trajetória, uma revista se destaca no processo recente de construção urbana: a revista *Ocas*". Pela relevância social merece ser tratada de maneira mais detida, como faremos a seguir.

O projeto social – Ocas

A revista *Ocas*" é uma publicação impressa originada e coordenada pela Organização Civil de Ação Social (Ocas), cujo objetivo geral é, por meio de uma revista de conteúdo diferenciado, oferecer uma alternativa de renda para a população em situação de rua e/ou de risco social. A revista é feita por jornalistas, publicitários e outros profissionais colaboradores, ou seja, que não recebem nada pelo trabalho dedicado ao projeto. A venda é, então, feita por pessoas em situação de risco social que se interessem pelo projeto e pela alternativa de renda oferecida, já que parte do valor obtido com a venda fica

com o vendedor,⁷ significando um lucro que lhes permite iniciar um processo de reinserção social. A publicação, portanto, é sustentada pela própria venda da revista, por anunciantes e por colaborações em geral.

A *Ocas*” é encontrada quase exclusivamente com vendedores identificados e que se localizam em pontos estratégicos, sobretudo em torno de espaços relacionados a atividades culturais ou universidades, nas cidades-alvo do projeto: São Paulo e Rio de Janeiro. A revista também pode ser adquirida a distância, com pedidos por e-mail ou assinaturas na internet; nesses casos, a publicação é enviada por correio, e o preço passa a incluir o valor da postagem. No entanto, a venda preferencial é feita pelos beneficiários do projeto.

Para colocar em prática o projeto de atuação social da organização, possíveis vendedores são recrutados por voluntários da organização, seja de forma ativa – por meio de abordagens de pessoas em situação de risco, com o objetivo de difundir a ação social – ou passiva – com o atendimento de interessados na sede da revista ou por pessoas já envolvidas no projeto.

A partir desse recrutamento, os vendedores devem obedecer a um código de conduta, que busca normatizar a forma como os vendedores se apresentam e abordam os possíveis compradores, a fim de manter coerência entre o projeto *Ocas* e as relações que se estabelecem no dia a dia dos vendedores. O código enumera possíveis situações que causariam o desligamento de vendedores do projeto, como a utilização de linguagem racista, sexista ou ofensiva; comportamentos agressivos; a utilização de álcool e drogas ilícitas; a venda das edições por valor superior ao estipulado; a venda de outros produtos não vinculados à revista entre outras ações não condizentes com a proposta da *Ocas*”.

O projeto busca ressignificar as consequências do problema da exclusão social, inserindo-as de forma diferenciada no cotidiano ur-

7 Atualmente, o preço de venda da revista é R\$ 4,00. Os vendedores compram a revista por R\$ 1,00 e lucram R\$ 3,00. Além disso, podem trocar gratuitamente edições antigas por mais recentes, no caso de dificuldade de venda.

bano. Os vendedores personificam o projeto Ocas em todas as suas dimensões, por suas histórias de vida e pela própria atividade – a venda de um produto com conteúdo que pretende refletir os problemas relacionados à exclusão social.

Apresentar a revista de tal maneira poderia, no entanto, encontrar certa resistência social, tendo em vista o destaque dado para os temas que rotineiramente incomodam a experiência urbana, ao dar destaque às consequências da exclusão e desigualdade sociais, explicitando as fragilidades e contradições estruturais da própria metrópole e do modelo individual-consumista que influencia as sociabilidades. No entanto, a estratégia da *Ocas*” consiste, justamente, em rerepresentar o que é considerado estranho à condição de civilidade, garantida pelo desenvolvimento urbano, evitando o possível incômodo ao traduzir as condições adversas advindas da exclusão social em códigos aceitáveis, que não destoem do cenário da metrópole.

Ou seja, a reinserção social pretendida pelo projeto não se resume apenas a uma possível fonte de renda, mas também inclui a possibilidade de novas configurações da sociabilidade dos vendedores da revista. A própria revista, em todas as suas edições, e também em seu site,⁸ traz um texto que resume os objetivos e a proposta da *Ocas*”, ressaltando as diretrizes do trabalho realizado:

A revista é uma chance de mudança efetiva na vida das pessoas em situação de rua. A interação decorrente da compra e da venda da publicação permite que os vendedores estabeleçam contatos e deem novos e autônomos passos de reintegração. O objetivo da organização é fornecer instrumentos de resgate da autoestima dos vendedores, criando mecanismos para que o indivíduo se torne seu próprio agente de transformação, de forma que *Ocas*” seja um ponto de passagem, e não o destino definitivo.

Tanto o conteúdo da revista quanto as condições dadas para sua circulação, assim como as projeções das consequências de suas intervenções sociais, originam-se, portanto, da intenção de minimizar os

8 Ver o canal “A revista”, disponível em: <<http://www.ocas.org.br>>.

efeitos nefastos das relações de exclusão e desigualdade sociais nas metrópoles – São Paulo e Rio de Janeiro – onde circula o periódico.

A intenção de fazer da venda da revista um diferencial e uma potencial oportunidade de mudança social acaba sendo uma ação considerada pontual e isolada, tendo em vista que contribui de forma tímida para mudanças estruturais e políticas no contexto social de atuação. Ao mesmo tempo, o lançamento da revista na cidade de Santo André, em parceria com a prefeitura, abre uma nova frente de interpretação: a de que o projeto social pode ser também considerado um complemento das políticas existentes nas grandes cidades.⁹ No entanto, o que interessa para este estudo é a forma como se configura e se expressa o projeto de atuação social e, conseqüentemente, os benefícios sociais decorrentes dele.

Atualmente, o projeto Ocas contabiliza cerca de 1.700 beneficiados com a iniciativa, com uma estimativa de transferência de renda para os vendedores que se aproxima de 660 mil reais.

Histórico e origem

Inspirada em um exemplo inglês chamado *The Big Issue*, revista que também tem o objetivo de ser uma alternativa de renda e ressocialização para moradores de rua e pessoas em situação de risco, a revista *Ocas* surge das iniciativas do publicitário carioca Luciano Rocco – que estava interessado em implantar uma publicação do mesmo caráter da revista inglesa, após conhecê-la em Londres – e dos editores do jornal paulista *O Trecheiro*, em especial o jornalista e fotógrafo Alderón Costa – que já estava em contato com representantes da publicação italiana *Terre di Mezzo*, que tem a mesma atuação social, e cuja intenção era apoiar uma versão brasileira a ser comercializada nas ruas. A implantação do periódico no Brasil foi mediada

9 Ainda assim, consideramos que essa possível complementação tem pouca ressonância na consolidação de políticas estruturantes que visam resolver o problema da população em risco social nas metrópoles.

pela International Network of Street Papers (INSP), organização que congrega as publicações dessa natureza em todo o mundo.¹⁰

A aproximação entre os interessados das duas capitais – São Paulo e Rio de Janeiro – foi o movimento necessário para que surgisse o projeto da revista e do conseqüente trabalho social promovido pela organização. Após conversas e a adesão de vários outros profissionais, a revista *Ocas*” é lançada em julho de 2002 nas duas capitais, onde circula até hoje. Em abril de 2011 a revista *Ocas*” também foi lançada na cidade de Santo André,¹¹ na região metropolitana de São Paulo, em parceria com os programas de assistência social da prefeitura.

Inicialmente, a periodicidade da publicação era mensal, mas desde 2007 a revista passou a circular bimestralmente, por causa, sobretudo, de problemas com o financiamento da revista. Todo o conteúdo é produzido e organizado por colaboradores fixos ou eventuais, que não recebem nenhuma remuneração pelo trabalho e também colaboram com a expansão do projeto, buscando parcerias e novos vendedores a serem beneficiados com a proposta.

Estrutura da revista

Do ponto de vista da estrutura gráfica, a revista não apresentou grandes mudanças desde o seu lançamento. Em formato de 21 cm × 28cm – um pouco maior que a dimensão de 20,3 cm × 26,5 cm comumente encontrada na maioria das revistas –, a distribuição do texto em três colunas a aproxima das revistas de grande circulação, por manter o padrão facilmente identificado pelos leitores, mas ao mesmo tempo a destaca dentre outras publicações por permitir co-

10 A organização congrega 114 periódicos de quarenta países, todos com o mesmo objetivo e dinâmica de circulação – pessoas em situação de vulnerabilidade pagam menos que 50% do valor das revistas, obtendo uma fonte de renda que vai auxiliar na superação do risco social. Os chamados *street papers* existem desde 1994.

11 Por se tratar de uma cidade da região metropolitana de São Paulo, quando se referir aos locais de circulação da revista este estudo trata como “grande cidade”, “metrópole”, numa compreensão ampla da extensão territorial das configurações do ambiente urbano paulistano.

lunas maiores e de diagramação diferenciada, que facilitam e tornam a leitura mais agradável. O conteúdo é distribuído em seções que organizam a forma de apresentação dos temas na revista.

Além da versão impressa, a organização ainda conta com um site e um blogue para divulgação de conteúdos relacionados ao projeto, e também para reforço na atuação social e promoção da venda da revista impressa. Em um de seus canais, o site reproduz um texto que também circula em todas as edições impressas, o qual faz um resumo da estrutura da publicação:

Ocas” promove a responsabilidade social e publica seções dedicadas a notícias nacionais e internacionais, comportamento, lançamentos artísticos e intelectuais e ensaios. Além disso, a publicação reserva espaço para a expressão dos vendedores e aborda problemáticas relacionadas à exclusão social. A revista é produzida por jornalistas e não depende de grupos de comunicação, nem está vinculada a interesses comerciais e políticos.¹²

O editorial, presente em todas as edições, como em outras publicações periódicas, reflete o posicionamento da revista e dos participantes do projeto sobre os temas que figuram as edições da revista, quase sempre os temas que estampam a sua capa. Entendendo a definição de “seção” como parte que compõe a revista identificada por uma retranca com nome específico, é possível definir as seguintes seções na *Ocas*”:

- *Filosofia de esquina*: espaço para a opinião de “pessoas comuns” sobre algum tema, geralmente sugerido por meio de uma pergunta que tem de ser respondida em poucas palavras. São publicadas as fotos dos entrevistados juntamente com uma frase que resume a opinião de cada um deles.
- *Palanque*: publicação de frases que se destacam dentro de um contexto, geralmente ditas por figuras públicas ou por pessoas com representatividade em relação a uma situação ou contexto.

12 Ver o canal “A revista”, disponível em: <<http://www.ocas.org.br>>.

- *Cabeça sem teto*: temas relacionados à população de rua e/ou à situação de risco social da vivência nas ruas. Caracteriza-se por ser um espaço permanente e que se preocupa diretamente com o assunto-chave para a existência do projeto. Muitas vezes os textos publicados nessa seção são resultado de oficinas realizadas com os vendedores, sendo de autoria deles.
- *Delírios urbanos*: iniciou-se na edição de janeiro/fevereiro de 2009 (n.63) dentro da seção “O país”, foi denominada pela própria publicação como uma “série” e permaneceu na revista até a edição de janeiro/fevereiro de 2010 (n.69) – com exceção da edição de julho/agosto de 2009 (n.66), que não traz a retranca “Delírios urbanos”. O objetivo da seção foi explorar o tema da saúde mental a partir de projetos e vivências “em que pessoas, em experiência de sofrimento psíquico ou não, buscam a convivência em harmonia, mostrando que é possível construir uma sociedade livre dos antigos hospitais psiquiátricos”.¹³
- *Capa*: reproduz a matéria jornalística que confere visibilidade à publicação. Os textos principais da revista variam entre entrevistas com personagens renomados no cenário cultural brasileiro e também matérias que tenham relação com a questão da desigualdade e exclusão social.
- *Carrossel*: pautas variadas, geralmente ligadas à questão da arte e da cultura.
- *O país*: não aparece em todas as edições da revista e trata de temas relacionados à política e a ações sociais que intervenham nas condições de vida de pessoas em vulnerabilidade, como a questão das políticas públicas, sempre em consonância com a proposta da revista.
- *Foco*: ensaios fotográficos e fotografias expressivas, cujos temas podem ou não ter relação com o tema principal da edição.
- *Carrossel 1 uns*: pequenas resenhas com dicas sobre livros,

13 SEIDENBERG, Márcio. Tarde de Delírio. Revista *Ocas*. São Paulo, n.63, p.18-20, jan.-fev. 2009.

peças teatrais, discos, filmes, sites, entre outros produtos culturais.

- *Jazz*: crônicas e textos de temas variados do escritor Fernando Bonassi, que geralmente se relaciona direta ou indiretamente com o tema principal da edição.
- *Cartum*: ilustrações, charges, quadrinhos, desenhos, cartuns e expressões gráficas afins de colaboradores, com temas variados.
- *Cartas*: esporadicamente publica comentários de leitores sobre a proposta e os textos da revista.
- *Cranianas*: artigos de colaboradores sobre temas variados e relacionados à questão da desigualdade e exclusão social.

Além disso, nas páginas finais de cada edição é publicado o código de conduta que norteia o comportamento dos vendedores.

Vale ressaltar que o próprio nome da revista, *Ocas*, referencia o nome da organização que a origina (Organização Civil de Ação Social – Ocas), seguido de um slogan que resume a atuação social da publicação: “Saindo das ruas”. Tal slogan faz uma dupla referência: tanto à oportunidade criada aos vendedores da revista, que passam a contar com a possibilidade de sair da situação de risco social, quanto aos próprios temas que constroem a revista, os quais mesclam pautas mais genéricas, sobretudo relacionadas às questões culturais, com outras relatando os problemas e as experiências de risco social, destacando em seus personagens e histórias as narrativas que vão ao encontro da ideia de superação das consequências nefastas das desigualdades sociais.

Considerações finais

A desigualdade e exclusão sociais são problemas que, embora reconhecidos como inimigos do desenvolvimento urbano, por atingirem parcelas significativas da sociedade, são também consequências da própria urbanização – na medida em que esta se dá a

partir dos pressupostos econômico-financeiros de exploração do território das cidades, visando ao lucro e à acumulação, ou seja, trazendo em seu cerne a dinâmica excludente e desigual. Dessa forma, as metrópoles se configuram como ambiente da contradição por natureza, embora concentre, ao mesmo tempo, os dispositivos do desenvolvimento de tal forma a atrair significativos contingentes e investimentos.

Assim, o ciclo da urbanização acaba sendo marcado pela pobreza, que se impõe como uma situação social comum a grande parcela da sociedade. No entanto, os grupos dominantes – no que se refere a governos e poder econômico – buscam, por meio dos aparatos simbólicos e políticos, naturalizar e/ou invisibilizar essa conjuntura, de acordo com os interesses que uma ou outra atitude possam oferecer à manutenção do poder.

Contudo, estabelecido o regime, se cria, quase que concomitantemente, a resistência ao modelo estabelecido. A revista *Ocas* pode ser considerada, nesse contexto, um exemplo de oportunidade para as classes menos favorecidas, dentro dos limites nos quais elas são obrigadas a operar, se organizar e estruturar para sobreviver.

Além desse elemento mais imediato, a revista exemplifica uma produção cultural que apresenta temas e assuntos alternativos se tomarmos como referência os grandes meios de comunicação de massa. Suas pautas denunciam a situação na qual se encontram os excluídos da cidade moderna e de seus encantos. Mas a revista não pode ser considerada apenas um veículo com conteúdos, diagramação e conceito de comunicação alternativo ao que a sociedade elitizada consome. Representa uma oportunidade de resgate da dignidade dos desabrigados e moradores de rua por formas libertadoras que não se baseiam na subserviência ou no assistencialismo. Diante disso resta saber até que ponto a insensibilidade da sociedade permanecerá à margem desse universo tão próximo e candente das áreas reservadas para a classe dirigente.

Referências bibliográficas

- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 6.ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.
- GOHN, Maria da Glória. *Reivindicações populares urbanas*. São Paulo: Cor- tez, 1982.
- GOTTDIENER, Mark. *A produção social do espaço urbano*. 2.ed. São Pau- lo: Edusp, 1997.
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da impren- sa alternativa*. São Paulo: Scritta Editorial, 1991.
- MESZÁROS, Istvan. *O século XXI: socialismo ou barbárie?* São Paulo: Boi- tempo Editorial, 2009.
- PECHMAN, Robert Moses. Os excluídos da rua: ordem urbana e cultura popular. In: BRESCIANI, Stella (org.). *Imagens da cidade: séculos XIX e XX*. São Paulo: Marco Zero/Fapesp, 1994.
- RAMOS, Silvia; PAIVA, Anabela. *Mídia e violência: novas tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil*. Rio de Janeiro: IU- PERJ, 2007.
- ROLNIK, Raquel. *A cidade e a lei: legislação, política urbana e territórios na cidade de São Paulo*. 2.ed. São Paulo: Studio Nobel/Fapesp, 1997.
- SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- _____. *Ensaio sobre a urbanização latino-americana*. São Paulo: Huci- tec, 1982.
- _____. *A urbanização desigual: a especificidade do fenômeno urbano em países subdesenvolvidos*. Petrópolis: Vozes, 1980.

Meios eletrônicos

- BLOG DA OCAS. Disponível em: <<http://blogdaocas.blogspot.com/>>. Acesso em: 22 dez. 11.
- INTERNATIONAL NETWORK OF STREET PAPERS. Disponível em: <<http://www.street-papers.org/>>. Acesso em: 22 dez. 11.
- OCAS. Disponível em: <<http://www.ocas.org.br/>>. Acesso em: 22 dez. 11.

6

MÍDIA, CIÊNCIA E EDUCAÇÃO: A TRAJETÓRIA DO JORNALISMO CIENTÍFICO NO BRASIL

*Claudio Bertolli Filho*¹

O aprofundamento do conhecimento sobre as questões e problemas básicos da prática do jornalismo científico – aqui definido como um dos ramos da divulgação científica (Bueno, 1984) – é buscado neste texto mediante o enfoque histórico da experiência da mídia nacional em discorrer sobre assuntos pertinentes à ciência e à tecnologia. Com base nisso, intenta-se também oferecer um entendimento mais abalizado sobre como um jornal específico, a *Folha de S. Paulo*, tem incorporado e discutido as questões de caráter científico-tecnológico, tomando-se então como fonte de estudo as falas do editor do caderno “FolhaCiência”, recentemente rebatizado como “Ciência”.

Nesse curso, fica patente a constituição de uma prática jornalística que viu e ainda vê os meios massivos de comunicação como um instrumento comprometido com a educação popular de caráter não formal. Em um país onde muitos cidadãos não têm acesso à educação formal ou, quando frequentam os bancos escolares, são receptores de conteúdos de regra defasados em relação ao *up-to-date* da ciência, a mídia aflora como principal dispositivo de ensino e/

1 Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp) e do Programa de Pós-Graduação em Educação para a Ciência da Faculdade de Ciências da Universidade Estadual Paulista (FC/Unesp).

ou atualização científica, não obstante os “vícios” irrefutáveis que assolam os meios de comunicação.

A experiência brasileira com a divulgação científica

Acompanhando a tendência internacional, os raros estudos disponíveis sobre a história da divulgação científica no contexto nacional buscam localizar as origens dessa prática em tempos remotos. Além das referências às aulas ministradas nos colégios jesuíticos, ainda no período colonial, é de praxe associar qualquer tipo de produção impressa – que no cenário brasileiro teve início com a chegada da corte lusitana ao país, em 1808 – como marco inicial das atividades divulgadoras de ciências.

Na operação de busca das origens históricas próprias do jornalismo científico no país, Fabíola de Oliveira (2007, p.32) destacou textos para a imprensa elaborados por Euclides da Cunha, o qual enveredou por temas variados, da medicina à geologia, da botânica à astronomia. Com isso a autora, assim como vários outros pesquisadores, aproveitou-se da forte tendência dos adeptos do positivismo em explicar qualquer elemento da realidade por meio do campo conceitual das ciências para indicar uma plêiade de escritores e literatos como divulgadores ou jornalistas científicos que atuaram na segunda metade do século XIX e nas primeiras décadas do século seguinte.

Ildeu Moreira e Luísa Massarani assinaram um ensaio que, apesar de padecer de múltiplas lacunas, constitui-se na mais abrangente tentativa de historiar o movimento nacional de divulgação científica. Para esses investigadores, o primeiro movimento de interesse pelas atividades divulgadoras no Brasil data de meados do século XIX, com a publicação de textos que tinham como objetivo focar “a ideia de aplicação das ciências às artes industriais”, sendo pioneiras neste setor a *Revista Brasileira – Jornal de Ciências*, criada em 1857, e, duas décadas mais tarde, a *Revista do Rio de Janeiro*. Pouco tempo depois, em 1881, foi fundada a revista *Ciência para o Povo*, de circulação mensal e voltada para as áreas de saúde e comportamento. Ao lado des-

sas, várias publicações, palestras públicas e cursos promovidos pelo Observatório Astronômico do Rio de Janeiro e pelo Museu Nacional cumpriram o intuito divulgador das ciências, não havendo referências às demais regiões do país (Moreira; Massarani, 2002, p.48-9).

Já no século XX, além dos jornais diários, que desde o século anterior pautavam notícias e conselhos científicos à população, também os canais radiofônicos voltaram-se para a divulgação científica. A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, primeira entidade radiofônica do país, fundada em abril de 1923 sob patrocínio da recém-inaugurada Academia Brasileira de Ciências (ABC), apresentava uma programação preenchida com música clássica, noticiário e, sobretudo, por cursos que abrangiam temáticas variadas, desde língua inglesa e literatura francesa até telegrafia, química, física e fisiologia (Massarani, 1998).

Em 1925, quando a ABC recebeu a visita de Albert Einstein, o físico alemão gravou um depoimento, no qual ressaltou a importância da radiodifusão na divulgação dos conhecimentos científicos:

Após minha visita a esta sociedade, não posso deixar de, mais uma vez, admirar os esplêndidos resultados a que chegaram a ciência aliada à técnica, permitindo aos que vivem isolados os melhores frutos da civilização. É verdade que o livro também o poderia fazer e o tem feito, mas não com a simplicidade e a segurança de uma exposição cuidada e ouvida de viva voz. O livro tem de ser escolhido pelo leitor, o que por sua vez traz dificuldades. Na cultura levada pela radiotelefonía, desde que sejam pessoas qualificadas as que se encarreguem da divulgação, quem ouve recebe, além de uma escolha judiciousa, opiniões pessoais e comentários que aplainam os caminhos e facilitam a compreensão. Esta é a grande obra da Rádio Sociedade. (Einstein apud Moreira; Massarani, 2002, p.53)

No decorrer das décadas seguintes, o rádio – e mais tarde a televisão² – preocupou-se, mesmo que marginalmente, com os temas científico-tecnológicos, incorporando-os em seus noticiários e, em

2 Por causa da amplitude do tema tratado, optou-se pela exclusão do enfoque da televisão como divulgadora da ciência. Sobre este tópico, leia o importante estudo de Siqueira (2000).

alguns de seus programas, na maior parte das vezes para orientar os receptores sobre práticas saudáveis. Um dos grandes impulsionadores da presença das ciências nas ondas radiofônicas foi o médico obstetra José Marques Gomes, que adotou o pseudônimo de Paulo Roberto. Homem do rádio, trabalhou em várias emissoras, principalmente na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, atuando como locutor, radioator, redator, programador musical e autor de vinhetas sonoras e *jingles*; como produtor e redator, foi responsável por vários programas de sucesso, dentre eles *Honra ao mérito*, *Gente que brilha* e *Obrigado, doutor*. No primeiro deles, transmitido entre o final dos anos de 1940 e o início da década seguinte, narrou as trajetórias de vida e os trabalhos laboratoriais de vários cientistas, dentre eles os do médico Vital Brazil e do físico César Lattes (Bertolli Filho, 2006).

A incorporação pelos programas radiofônicos de assuntos ligados à ciência estava refletindo o que acontecia no meio impresso desde o início do século XX. A modernização brasileira implicava o uso mais intensivo de novas tecnologias, propiciando a constituição de um público interessado nas novidades que extrapolavam os círculos das elites. Nesse ambiente, novas revistas vieram à luz, como *Eu sei tudo*, cujo número inaugural data de 1917, ressaltando-se também o empenho divulgador de alguns cientistas de destaque, com o lançamento de livros de apelo popular, vários deles destinados ao público infantojuvenil. No contexto paulista destacou-se nesse setor o naturalista Rodolfo von Lhering, autor de obras de divulgação como *As férias no Pontal* e *O livro das aves*. Ainda em São Paulo, o botânico F. C. Hoehne, que, como Von Lhering, esteve ligado ao Museu Paulista, publicou uma série de textos de divulgação científica, inclusive o livro *Aventuras do casquinha verde* (Reis; Gonçalves, 2000, p.8-9).

Na década de 1930, com a criação estado-novista do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), a esfera governamental passou a financiar algumas atividades de divulgação científica, combinando-as com os intuitos disciplinadores e educadores em saúde. O meio impresso foi o instrumento mais utilizado, e as autoridades sanitárias varguistas elaboraram um copioso material que era distribuído gratuitamente à população, exigindo que tais mensagens

fossem reproduzidas total ou parcialmente nas páginas dos jornais e nos intervalos da programação radiofônica (Bertolli Filho, 2000). O recurso cinematográfico também foi empregado com o mesmo intuito; criado em 1937, o Instituto Nacional de Cinema Educativo patrocinou mais de uma centena de curtas e médias produções, destacando-se filmes sobre a tuberculose e a hanseníase, além de ensinamentos sobre as novas técnicas médicas empregadas pelos serviços de saúde do Brasil (Bertolli Filho; Talamoni, 2009).

A história da divulgação e do jornalismo científico no Brasil pode ser mais bem avaliada mediante a invocação de dois personagens, ambos médicos, com formação no Rio de Janeiro e com estágios de especialização no Instituto Oswaldo Cruz, então o grande centro de pesquisas do país: Miguel Osório de Almeida e José Reis.

Miguel Osório de Almeida (1890-1953) foi um dos pioneiros da fisiologia nacional, presidente da ABC entre 1929 e 1931, redator de matérias científicas para vários jornais, algumas delas reunidas em dois de seus livros: *Homens e coisas da ciência* e *A vulgarização do saber*. Nesse último, publicado em 1931, o autor já indicava alguns dos dilemas que acompanham até hoje os jornalistas científicos, inclusive os critérios a serem adotados na seleção dos temas e na produção dos textos destinados ao consumo dos leigos. Positivista declarado, Osório de Almeida opunha-se aos que viam a tarefa divulgadora como fadada ao insucesso, reconhecendo nas ciências o potencial “civilizador” mediante o resgate do “homem simples” das trevas da ignorância, encaminhando-o para a “verdade”.

Eis um instante significativo de suas observações:

A vulgarização científica bem conduzida tem, pois, por fim real, mais esclarecer do que instruir minuciosamente sobre esse ou aquele ponto em particular. Mantendo constantemente a maioria das inteligências em contato com a ciência, ela virá criar um estado de espírito mais receptivo e mais apto a compreender. Ela se destina mais a preparar uma mentalidade coletiva do que realmente a difundir conhecimentos isolados. No dia em que a maioria dos homens estiver impregnada da verdadeira significação dos fins da ciência e tiver compreendido um

pouco da essência dos métodos científicos e, em um passo mais adiantado ainda, souber se aproveitar um pouco das vantagens que a cultura científica confere, pela precisão que empresta ao raciocínio e pelo respeito à verdade, além de outras qualidades morais que desenvolve, a humanidade terá dado um grande passo. (Almeida, 2002, p.69-70)

Posto isso, o autor concluiu, ressaltando a missão maior da divulgação científica:

Não há aqui, porém, nenhum risco de mal-entendido quando tudo isso é claramente definido e quando se substituem as opiniões erradas sobre os fins da ciência por uma concepção sadia e correta de uma marcha e dos seus objetivos. (Almeida, 2002, p.70)

No cenário paulista quem ganhou destaque no setor foi José Reis (1907-2002), cujo volume e importância da obra levaram o Conselho Nacional de Pesquisa Científica (CNPq) a instituir um prêmio com seu nome para homenagear anualmente os principais fomentadores da divulgação científica nacional. Carioca, estreou na divulgação científica em 1932 ao publicar artigos de orientação técnica na revista *Chácara e Quintais*. Transferido para São Paulo, onde trabalhou no Instituto Biológico, iniciou em 1947 sua colaboração com a empresa jornalística *Folha da Manhã* (que editava os diários *Folha da Manhã*, *Folha da Tarde* e *Folha da Noite*, que seriam unificados com o lançamento da *Folha de S.Paulo*), na qual continuaria até sua morte. Escreveu também para revistas, dentre elas *Ciência e Cultura* (da qual foi um dos fundadores) e *Anhembi*, na qual foi responsável pela coluna “Ciência de 30 dias”. Assumindo o jornalismo profissional desde o final da década de 1940, foi proprietário de editora e diretor da redação *Folha de S.Paulo*. Foi também responsável por programas de divulgação científica na Rádio Eldorado e também na extinta TV Excelsior (Destácio, 1998).

Foi com José Reis que a divulgação científica alcançou o apogeu no contexto brasileiro; sua produção esteve presente em praticamente todos os canais de comunicação, abrangendo o meio im-

presso, o rádio, a televisão, a literatura infantil, o teatro, os museus; atuou também junto ao poder público e em diversas instituições científicas – especialmente na Universidade de São Paulo e na Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência –, buscando sensibilizar os pesquisadores sobre a necessidade de apresentarem seus estudos para a população. Aliás, coube também a ele congrega a comunidade dos jornalistas especializados no setor científico, resultando na criação da Sociedade Brasileira de Jornalismo Científico (SBJC), em setembro de 1977.

Em entrevista veiculada no número inaugural da revista *Ciência Hoje*, José Reis ofereceu uma lição aos divulgadores científicos ao responder sobre o que lhe representava servir como mediador entre os cientistas e o público em geral:

Uma das maiores recompensas do meu trabalho tem sido aprender, tentando ensinar. E uma das maiores alegrias é quando escrevo por sugestão do leitor, o que não é raro, mesmo quando a pergunta está longe de minha imediata cogitação; isso me obriga a enveredar por um caminho novo, fazer meu aprendizado e transformá-lo depois em ensinamento. A divulgação envolve, para mim, dois dos maiores prazeres dessa vida: aprender e repartir. (Reis, 1982)

É necessário ressaltar que a prolífica trajetória de José Reis na área da divulgação científica ganhou incentivo na imprensa diária a partir do final da década de 1940. Na primeira semana de março de 1948, César Lattes, então com 23 anos de idade, anunciou a descoberta do méson (uma das partículas constitutivas do núcleo do átomo), “conquista” que foi explorada pelos jornais sob tinturas nacionalistas, entusiasmando os leitores acerca dos temas científicos. No final do mesmo mês, José Reis ganhou uma seção semanal fixa na *Folha da Manhã*, intitulada “Mundo da ciência”, enquanto seu sobrinho, Fernando de Sousa Reis Filho, criou o suplemento semanal “Ciência para todos” no jornal *A Manhã* (Silva, 2005, p.51-2).

Ambos os divulgadores exerceram suas atividades em sintonia com alguns dos propósitos da Sociedade Brasileira para o Progresso

da Ciência que, também inaugurada em 1948, indicou as diretrizes de como deveria ser praticada a divulgação científica:

[...] justificação da ciência, mostrando ao público seus progressos, seus métodos de trabalho, suas aplicações e até mesmo suas limitações, buscando criar em todas as classes, e conseqüentemente na administração pública, atitude de compreensão, apoio e respeito para as atividades de pesquisa. (SBPC apud Fernandes, 1990, p.31)

Estavam assim postas as bases para a prática do jornalismo científico, as quais foram obedecidas nos decênios seguintes. No entanto, a partir da década de 1980, tais propostas, se continuaram sendo avaliadas como importantes, defrontaram-se com a necessidade de adoção de uma postura mais moderna e mais compromissada com os interesses coletivos. Não por acaso, isso se deu no momento da “abertura política”, o que exigiu que os meios massivos de comunicação experimentassem profundas transformações em praticamente todos os níveis de funcionamento.

O empenho modernizador na imprensa resultou na incorporação de uma nova geração de jornalistas científicos. Nesse cenário, a *Folha de S. Paulo* atuou como modelo a ser imitado por inúmeras outras empresas de comunicação do país, impulsionando uma cobertura mais ampla dos assuntos relativos a ciências e tecnologia.

Nesse período de redefinições em série, tornou-se premente que novos compromissos fossem adotados pelos jornalistas científicos, sem que fossem desprezados os ensinamentos da “velha geração”. As “cartas de intenções” se multiplicaram e um desses textos, apesar de extenso, merece ser aqui citado:

O divulgador da ciência deve pressupor, sempre, que o processo de comunicação é permeado por fatores culturais e que a religião, a credulidade e mesmo o analfabetismo científico são ruídos importantes na interação com o chamado público leigo. Essas barreiras para a boa divulgação científica se manifestam tanto aqui como nos Estados Unidos ou no Japão, indicando que o cidadão comum tem um perfil parecido, independentemente de sua localização no planeta.

Isso significa que é necessário, na divulgação científica, considerar estes fatores e administrá-los, buscando não apenas alardear as novidades da ciência e da tecnologia, mas cumprir um papel pedagógico, ressaltando, sobretudo, as características do método científico e do processo de produção da ciência. Ser cético, suspeitar das coisas não provadas, ser crítico para não ser manipulado pelos “picaretas” da ciência, pelos que pregam a anti-ciência ou praticam a pseudociência.

É bom acrescentar: ser crítico, também, em relação aos que, travestidos de cientistas ou pesquisadores comprometidos com a sociedade, fazem o jogo dos grandes interesses, acumulando lucros para empresas inescrupulosas e, planetariamente, não cidadãs.

O jornalismo científico não pode simplesmente fechar os olhos à realidade e sair por aí, como muitos cientistas têm feito, proclamando aos quatro ventos que não adianta divulgar a ciência porque a população não tem condições de entendê-la. Pelo contrário, deve, como missão, buscar torná-la suficientemente clara, com objetivo de democratizar o conhecimento e permitir, gradativamente, que as pessoas comuns participem do processo de tomada de decisões com respeito aos grandes temas de ciência e tecnologia. (Bueno, 2004)

A “FolhaCiência”

As *Folhas* foram os primeiros diários paulistas a contar com uma coluna dedicada exclusivamente aos temas científicos. O proprietário da empresa *Folha da Manhã*, José Nabantino Ramos, percebendo o interesse popular pela ciência no pós-guerra, contratou José Reis para escrever sobre ciências em 1947 e, na década seguinte, o médico Júlio Abramczyk passou a ser responsável pelas matérias sobre medicina e saúde. No início dos anos 1960, ao passar às mãos de Frias de Oliveira e Caldeira, a *Folha* vivenciou um longo período de desinteresse por tais assuntos, tendência que sofreu um refluxo apenas na abertura da década de 1980. Isso por insistência do físico Rogério Cerqueira Leite, membro do conselho editorial da *Folha*, que se incumbiu da criação de uma seção no jornal batizada “Ciência e Tecnologia”. O tempo de vida da seção foi curto e alguns anos

depois ela foi renomeada “Educação e Ciência”, pouco noticiando sobre ambos os temas (Gomes, 1987, p.22).

O reposicionamento da *Folha* na qualidade de um impresso que tinha como uma de suas características a fina sintonia com a cultura pós-moderna implicou a necessidade de uma correção dessa rota a partir de 1988, quando ocorreu um significativo aumento do número de matérias científicas. Em 1991, momento em que o noticiário foi reorganizado em cadernos temáticos, deu-se a criação do “Folha-Ciência”. Qualificado na estrutura representacional do jornal como um caderno, o “FolhaCiência”, inicialmente, ocupava uma, duas ou até três páginas do jornal, contando com cinco jornalistas para sua produção diária.

A partir de meados da década de 1990, por causa do ralo sucesso do caderno junto aos leitores e também em consequência da diminuição da vendagem de jornais em geral, a *Folha* foi objeto de cortes de verbas e de funcionários. Seu caderno de ciências passou a empregar apenas três jornalistas, dispondo corriqueiramente de não mais que meia página por dia, salvo quando algo excepcional acontecia.

No início da década passada, segundo o depoimento de um jornalista que teve acesso a uma pesquisa não divulgada ao público, o caderno de ciências da *Folha* era o espaço menos consultado do jornal, apesar de os leitores entrevistados acreditarem na veracidade e importância das informações que nele eram veiculadas. Talvez seja este o motivo que levou o “FolhaCiência” a se tornar uma espécie de “porta de entrada” para matérias que, apesar de serem predominantemente de cunho científico, têm sido alojadas em outros cadernos do jornal.

Assim, a diminuição do espaço do jornal destinado ao “Folha-Ciência” não implicou a restrição das matérias científicas, fenômeno que se deu em vários outros impressos diários do país; pelo contrário, os jornais mantiveram ou mesmo ampliaram os espaços concedidos às ciências e tecnologia. Notou-se que uma parte das notícias foi deslocada para outros cadernos dos jornais, talvez até mesmo para atrair o leitor que, automaticamente, evitava ler o caderno dedicado às ciências. Em anos mais recentes, a criação das seções “Equi-

líbrio” e “Saúde” é testemunha desse movimento, que não pode ser desconsiderado na análise da *Folha de S.Paulo*.

“FolhaCiência”: a voz do editor

Um dos caminhos possíveis para se conhecer com mais detalhes a proposta do “FolhaCiência” é entrar em contato com os posicionamentos do seu editor, Marcelo Leite. Por causa das dificuldades de acesso pessoal a ele, recorreu-se às inúmeras entrevistas e textos nos quais relatou sua experiência profissional como jornalista e editor científico. Comunicador com formação acadêmica na área, doutor em Ciências Sociais e aluno (e mais tarde docente) de cursos de especialização em jornalismo científico tanto no Brasil quanto no exterior, também é autor de mais de uma dezena de livros, a maior parte comprometida com a divulgação científica. Leite trabalha na *Folha de S.Paulo* desde 1985, atuando no setor de jornalismo científico e ocupando a função de editor de ciência por mais de uma década.

O ponto de partida de suas observações refere-se à própria noção de cultura científica como parte integrante da cultura geral, não poupando críticas à precariedade do ensino formal e o desinteresse da sociedade pelos assuntos científicos como principais obstáculos a serem enfrentados pelos profissionais do setor em que atua. O analfabetismo científico do leitor, mesmo entre os mais intelectualizados, tem sido um assunto insistentemente invocado por Leite, que localiza nesse fenômeno três níveis de desafio para a divulgação científica. Tais desafios são os seguintes: a “ignorância de base”, isto é, a ausência de conhecimento dos conceitos científicos básicos; a “ignorância sobre o que está acontecendo”, com referência às inovações científicas recentes; e a “ignorância das implicações”, referindo-se ao desconhecimento das possíveis consequências da aceitação das novidades tecnológicas (Leite, 2001).

Dois anos após ter feito essa avaliação, o editor declarou que estava notando um aumento de interesse público pelo conhecimento da movimentação científica em decorrência da intensidade com que

as ciências (raramente ele refere-se à tecnologia) apresentavam-se no cotidiano:

As pessoas estão – ainda que intuitivamente – percebendo que há uma lacuna na formação delas e que há coisas importantes acontecendo no mundo, como por exemplo os transgênicos, a exploração da Amazônia, a questão da poluição do ar. Todo mundo sabe que o clima está mudando e quer entender as causas disso. Eu costumo comparar a situação do jornalismo científico com a do jornalismo econômico. Há vinte anos, pouca gente entendia coisas básicas sobre economia, como balança de pagamentos, balança comercial, índice de inflação. Hoje muita gente que não é economista consegue entender esses termos. Isso porque em face da importância que a macroeconomia adquiriu na vida das pessoas, principalmente na época da hiperinflação, as editorias de economia dos jornais começaram a se especializar, os jornalistas foram estudar, começaram fazer mais análises e as pessoas passaram a ter mais conhecimento e até autonomia para pensar sobre o tema e formar opiniões. Eu acho que o jornalismo científico vive um processo similar. (Leite, 2003)

Ainda no rol dos obstáculos elencados para a produção do “FolhaCiência”, Leite dissertou sobre a ausência de fluxos de informações entre os cientistas e as redações dos jornais, não deixando de reiterar os estigmas que os comunicadores nutrem sobre os produtores de saberes científicos e produtos tecnológicos. Para ele, a situação era mais aflitiva no contexto nacional, já que os pesquisadores brasileiros mostravam-se arredios aos jornalistas. Além disso, as dificuldades dos jornalistas se ampliariam com o fato de o país não contar com agências como a EurekAlert, a Science Online e a Press Nature, organizações que nos Estados Unidos e na Europa têm como missão centralizar a captação e a distribuição de notícias sobre ciências.

Mesmo assim, o editor rebateu a acusação de que a imprensa nacional não divulgaria as pesquisas realizadas por cientistas brasileiros. Ele disse que a tarefa do jornalista era “pegar no pé” dos pesquisadores e, em consequência, apesar de o Brasil gerar não mais que 2% da ciência mundial, os diários impressos preenchiam 40% de

seus espaços destinados à cobertura dos fatos científicos com notícias sobre as pesquisas nacionais (Leite, 2003).

Apesar desse pronunciamento, a maioria das matérias estampadas na *Folha* continua sendo reprodução ou tem como base textos publicados pelas agências noticiosas internacionais ou artigos estampados nas páginas de periódicos científicos estrangeiros. Em contrapartida, foram escassamente aproveitadas as informações veiculadas pelas séries nacionais, como a *Pesquisa Fapesp*.

Nesse contexto, quando uma matéria versa sobre os trabalhos de uma equipe científica que conta dentre seus membros com pesquisadores brasileiros, Leite tem se enfurecido caso não se conceda destaque a eles. Assim ocorreu quando a própria *Folha* registrou em uma matéria, cujas informações foram extraídas das páginas da *Nature*, a identificação de um dos genes indicado como responsável pela ocorrência do lábio leporino: o grupo que realizou o feito era composto por 26 pesquisadores, dentre eles três brasileiros e a não menção de seus nomes foi considerada uma verdadeira afronta à ciência nacional (Leite, 2002).

Coube ainda a Marcelo Leite explicar os motivos que levavam o “FolhaCiência” limitar-se a noticiar os fatos relativos às “ciências naturais”. Para ele, além das dificuldades de relacionamento com os cientistas no trabalho de busca de informações, havia também o impedimento econômico, pois o jornal estava padecendo com a queda da vendagem de exemplares e, conseqüentemente, reduzira o número de jornalistas dedicados ao tratamento dos temas científicos.

Nessas circunstâncias, ele rejeitou que a *Folha* não estivesse veiculando matérias diretamente comprometidas com as demais disciplinas científicas, especialmente as ciências humanas, ressaltando que tais saberes eram abordados em outros cadernos, como “Ilustrada”, “Mais!” e “Cotidiano”.

Foi nesses termos que Leite apresentou como se processava o jornalismo científico na *Folha de S. Paulo*; para ele, um dos compromissos de tal prática era afastar-se dos enfoques sensacionalistas, considerados apanágios dos produtos televisivos. Apesar de, com frequência, se reportar ao “espírito crítico” que deveria impregnar o

trabalho jornalístico, a perspectiva adotada por Leite tem se mostrado flutuante e, na maior parte das vezes, assume a existência de uma verdade única no campo das ciências, o que determinaria que a cobertura midiática dos múltiplos enfoques conferidos pelos cientistas a certa questão poderia resultar em sérios prejuízos para o público:

[...] acho que a sucessão de informações que contradizem informações anteriores – eu costumo dar o exemplo de uma hora dizerem que é para comer ovo, outra hora que não se deve comer ovo – acaba deixando as pessoas muito desorientadas. Basta dizer na TV ou no jornal: “pesquisa americana diz que...”, que as pessoas acreditam, e não têm que acreditar. (Leite, 2003)

Cabe ressaltar que, nas entrelinhas, Marcelo Leite avaliou seus pares de profissão como profissionais plenamente capacitados para o desempenho das atividades divulgadoras das ciências. Se enganos e tentações sensacionalistas poderiam ocorrer, nunca se deveriam à falta de conhecimentos especializados, por mais que um mesmo jornalista tenha que produzir matérias sobre praticamente todos os setores científicos. Ainda para ele, os jornalistas científicos dos anos 1980 eram muito mal preparados, ao contrário dos repórteres atuantes no período mais recente. Suas observações contrapõem-se às de outro comunicador que atuou na *Folha*, Ulisses Capozoli, para quem, mesmo entre os jornalistas especializados campeava o analfabetismo científico. Tal circunstância estaria levando os comunicadores a noticiarem “verdades definitivas” e compor “besteiróis”.

O mesmo jornalista concluiu:

Talvez em duas décadas seja interessante ler o que, naquela semana de fevereiro de 2001, a imprensa brasileira publicou sobre o genoma humano. É possível que até a futura garotada da rede básica de ensino possa perguntar a seus professores [...] como é que, no começo do século 21, os jornalistas podiam escrever assim. (Capozoli, 2001)

Diante dessas contingências e posicionamentos, Marcelo Leite buscou clarear o sentido que, para ele, assumia a função do jornalis-

mo científico. Nesse caminho, afirmou que o papel do jornalista que atua no setor de ciências compreende:

[...] traduzir e simplificar para uma pessoa não especialista poder entender e acompanhar, enquanto a função do cientista é ser exato até o ponto do pedantismo [...] falar de pesquisa, tentando ser crítico, ouvindo outros cientistas, uma vez que não temos competência para fazer essa análise. (Leite, 2003)

Questionado na mesma oportunidade sobre a importância do jornalismo científico para os cientistas, Leite mostrou-se um tanto contraditório, pois afirmou que tal importância era dar visibilidade às pesquisas, conseguir recursos e aumentar sua projeção, apenas isto. De imediato ele foi inquirido pelo entrevistador nos seguintes termos: “[...] O senhor fala do pesquisador conseguir mais recursos, de ser mais lido pelos pares, mas o importante não é a própria divulgação da pesquisa para a sociedade como um todo?” (Leite, 2003).

A resposta pedida a Marcelo Leite ficou no ar.

Considerações finais

Indicada, mesmo que em linhas gerais, a trajetória do jornalismo científico no contexto brasileiro remete a um desafio perene representado pelo questionamento do papel do jornalismo científico – e da divulgação científica em geral – na “sociedade como um todo”. As múltiplas referências textuais invocadas neste texto permitem deduzir que a função fundamental do jornalismo científico é colocar o leigo em contato com um mundo que não é o seu, mas do qual ele usufrui os resultados, testemunhado pela invasão de produtos tecnológicos no cotidiano da sociedade contemporânea.

A circunstância de ser praticamente uníssona na linha histórica a proposta de “levar”, “explicar” ou “traduzir” as ciências e a tecnologia para os leigos implica a admissão que o compromisso do jornalista científico consiste em ensinar ou atualizar os conhecimentos do

seu leitor. Com isso, contribui para a revelação razoavelmente clara de um universo de ideias e produtos cujo sentido intrínseco este mesmo leitor desconhece ou conhece com demasiada imperfeição.

Não obstante, o jornalismo científico nacional padece, na sua prática, de um “vício” que inibe seu objetivo básico. Esse vício, herdado do positivismo, foi apontado por Raul Reis (2008), ao tecer comparações entre o direcionamento conferido ao jornalismo científico brasileiro e o norte-americano.

Para o estudioso, o caráter distintivo entre ambas as produções deve-se ao fato de os jornalistas dos Estados Unidos primarem por ressaltar as dimensões políticas e éticas do que é criado no campo científico-tecnológico, delongando-se sobre as possíveis consequências das novidades para a sociedade, e ainda relativizarem a noção de “verdade científica” tal como adotada pelos pesquisadores laboratoriais e tecnólogos. Em oposição, os jornalistas brasileiros pouco se referem a esses tópicos, empenhando-se bem mais em destacar o “lado positivo” dos novos conhecimentos e a urgência de sua adoção, talvez até mesmo pela posição periférica que o país ocupa no contexto científico internacional.

Com isso o jornalismo científico atenua comprometedoramente sua missão perante a sociedade, missão esta que já nos foi ensinada pelo espanhol Calvo Hernando (2006), um docente inspirador das propostas de renovação do jornalismo científico brasileiro. Para ele, o compromisso consiste em levar informações e questionamentos que permitam a construção de uma consciência crítica sobre as ciências e a tecnologia.

Ainda mais, também para Calvo Hernando a democratização do conhecimento científico e tecnológico é fundamental para a democratização da sociedade. Nessa proposta residem as possibilidades da mídia, ciência e educação articularem uma ação una e eficiente a partir da prática do jornalismo científico.

Referências bibliográficas

- ALMEIDA, M. O. A vulgarização do saber. In: MASSARANI, L.; MOREIRA, I. C.; BRITO, F. *Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil*. Rio de Janeiro: Casa da Ciência da UFRJ, 2002.
- BERTOLLI FILHO, C. A construção midiática da biografia na Era Vargas: Vital Brazil na Rádio Nacional. *Cadernos de História da Ciência – Instituto Butantan*, São Paulo, v.2, n.2, p.7-45, 2006.
- _____. *Novo Estado, novo homem e nova sociedade: representações sociais da saúde e da doença no Estado Novo (1937-1945)*. Bauru: Departamento de Ciências Humanas da FAAC – Universidade Estadual Paulista, 2000 (relatório de pesquisa).
- _____; TALAMONI, A. C. B. Onde a esperança mora: comunicação, educação em saúde e hanseníase. In: VICENTE, M. M. (org.). *Comunicação e cidadania*. Bauru: Edusc, 2009.
- BUENO, W. C. *Jornalismo científico no Brasil: os compromissos de uma prática independente*, 1984. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.
- _____. *O que o jornalista científico pode aprender com a santa da janela*. Disponível em: <<http://www.jornalismocientifico.com.br/artigojorciencwilbuenosantajanela.htm>>. Acesso em: 28 abr. 2004.
- CALVO HERNANDO, M. *Democracy requires science journalism*. Disponível em: <<http://www.jornalismocientifico.com.br/artigojorciencalcohernandodemocracy.htm>>. Acesso em: 6 jun. 2006.
- CAPOZOLI, U. *Genoma humano: analfabetismo científico na mídia (2001)*. Disponível em: <<http://www.jornalismocientifico.com.br/artigojornalismocientificoulissesgenoma.htm>>. Acesso em: 9 ago. 2003.
- DESTÁCIO, M. C. Organização de um quadro histórico. In: KREINZ, G.; PAVAN, C. (orgs.). *A espiral em busca do infinito: ensaios sobre o divulgador científico José Reis*. São Paulo: Núcleo José Reis da ECA-USP, 1998.
- FERNANDES, A. M. *A construção da ciência no Brasil e a SBPC*. Brasília: EDUNB/ANPOCS/CNPq, 1990.
- GOMES, P. G. Artigo. In: MELO, J. M. de (org.). *Gêneros jornalísticos na Folha de S.Paulo*. São Paulo: FTD/ECA-USP, 1987.

- LEITE, M. *A contribuição do jornalismo científico ao desenvolvimento científico brasileiro*. Disponível em: <<http://www.jornalismocientifico.com.br/artigomarceloleitebrasil.htm>>. Acesso em: 25 jun. 2003.
- _____. *Botucatu, Bauru e a globalização meia-bomba*. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/ciencia/fe1509200203.htm>>. Acesso em: 15 set. 2002.
- _____. *Jornalismo científico pode ajudar a ampliar a cultura científica*. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/entrevistas/cultura/leite.htm>>. Acesso em: 10 jul. 2003.
- MASSARANI, L. *A divulgação científica no Rio de Janeiro: algumas reflexões sobre a década de 20, 1998*. Dissertação (Mestrado) – Instituto Brasileiro de Informação em C&T/Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- MOREIRA, I. de C.; MASSARANI, L. Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil. In: MASSARANI, L.; MOREIRA, I. C.; BRITO, F. *Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil*. Rio de Janeiro: Casa da Ciência da UFRJ, 2002.
- OLIVEIRA, F. *Jornalismo científico*. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2007.
- REIS, J. *Ponto de vista: entrevista concedida a Alzira Alves de Abreu*. Disponível em: <<http://www.canalciencia.ibict.br/notaveis/txt.php?id=30>>. Acesso em: 27 jan. 2009.
- _____; GONÇALVES, N. L. Veículos de divulgação científica. In: KREINZ, G.; PAVAN, C. (orgs.). *Os donos da paisagem: estudos sobre divulgação científica*. São Paulo: Núcleo José Reis da ECA/USP, 2000.
- REIS, R. How Brazilian and North American newspapers frame the stem cell research debate. *Science Communication*, Las Vegas, v.29, n.3, p.316-34, 2008.
- SILVA, C. E. L. *Mil dias: seis mil dias depois*. 2.ed. São Paulo: PubliFolha, 2005.
- SIQUEIRA, D. C. O. *A ciência na televisão: mito, ritual e espetáculo*. São Paulo: Annablume, 2000.

7

CASO FUKUSHIMA: POLÊMICA DISCURSIVA EM REVISTAS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Elizabeth Moraes Gonçalves¹

A produção de energia nuclear é assunto polêmico, sobretudo nos trinta países que reúnem as 448 usinas do planeta. Há um discurso oficial favorável, sob a alegação de se tratar de energia limpa, de avanço na ciência e tecnologia, além de representar a solução para a crise energética mundial. Contrapõe-se a esse discurso os que ressaltam a preocupação com a segurança, com a destinação do lixo atômico e que propõem a busca de outras formas de energia para suprir as necessidades da população.

Depois de graves acidentes nucleares, como o da usina norte-americana de Three Mile Island, na Pensilvânia (1979), e a usina nuclear soviética de Chernobyl (1986), a posição contrária à produção e ao uso de tal energia ganhou força no mundo e exigiu um grande trabalho de autoridades e cientistas para enfatizar os argumentos positivos, apesar de considerarem a gravidade dos acidentes.

Em março de 2011, depois de forte terremoto seguido de tsunami, a estação Daiichi de Fukushima, no Japão, tornou-se palco de desastre nuclear e o mundo se voltou para a análise daquele cenário. Mais uma vez, a segurança das usinas nucleares foi questionada e ganharam forças as exigências de revisões nas políticas públicas de energia nuclear.

1 Professora do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).

Esse episódio teve grande repercussão na mídia, inclusive nos veículos especializados em divulgação científica. Este estudo apresenta os resultados de uma análise comparativa das matérias de três revistas: *Scientific American Brasil*, *Pesquisa Fapesp* e *Superinteressante* do mês de abril, edição lançada logo após a ocorrência desses fatos.

A abordagem da análise – especificamente no caso da divulgação científica que constitui objeto deste estudo – considera a multiplicidade das vozes do discurso, proposta por Bakhtin (1981). Dessa forma, um estudo das fontes predominantes em cada uma das publicações já se mostra eficiente para a avaliação do recorte abordado e da construção do discurso. A análise das diferentes falas das fontes que subsidiam as matérias das revistas é feita na perspectiva dos operadores de argumentação (Ducrot, 1981).

O texto mostra as características dos discursos de divulgação científica construídos pelas publicações, com base no cumprimento de um contrato de comunicação entre os interlocutores do processo (Charaudeau, 2003). Apresenta-se ainda a fundamentação teórica que subsidia o estudo das falas das fontes envolvidas nas matérias e as reflexões resultantes de tal análise.

Sobre as revistas

A revista *Scientific American Brasil* é editada pela Duetto Editorial, fundada em abril de 2001, como resultado da associação de duas importantes editoras brasileiras, a Ediouro Publicações, com sede no Rio de Janeiro, e a Segmento, com sede em São Paulo.

A *Scientific American* publicou seu primeiro número em 28 de abril de 1845 e desde então vem ocupando um espaço significativo no mercado editorial de publicações especializadas em ciência, cumprindo seu papel de divulgação científica. Segundo informações de seu site, em 1845, o editor Rufus Porter enfatizava sua crença na proposta da revista da seguinte forma: “[a publicação] irá reter sua excelência e valor quando outras tiverem sido esquecidas” (*Scientific American*, on-line).

Ao longo desse amplo período a revista tem divulgado importantes descobertas científicas e invenções tecnológicas, responsáveis pelo progresso da humanidade, tais como o telefone, a lâmpada incandescente, os raios X, a invenção do cinematógrafo de Lumière, a televisão, as viagens interplanetárias, a descoberta do nêutron e fragmentação do átomo, o desenvolvimento do transistor, do computador, a fibra óptica e a descoberta do DNA.

Atualmente a *Scientific American Brasil* faz parte de um *pool* internacional de publicações (editada em vinte países, dezesseis idiomas), dentre eles: Estados Unidos, Canadá, Alemanha, França, Itália, Espanha, Polônia e Japão. O Brasil é o vigésimo país a editar essa revista (*ibidem*).

A revista *Pesquisa Fapesp*, criada em 1999, é produzida pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp). Com periodicidade mensal, a publicação é vendida em bancas e por assinatura (a comercialização teve início em 2002) e é aberta a publicidade. De acordo com a apresentação no site, a revista

é resultado da evolução editorial do informativo *Notícias Fapesp*. Lançado em agosto de 1995, o informativo começou com uma distribuição gratuita para os pesquisadores paulistas, gestores da política nacional de ciência e tecnologia, além de jornalistas. Quatro anos mais tarde virou revista. (*Pesquisa Fapesp*, on-line)

A *Pesquisa Fapesp* tem tiragem de 35.800 exemplares e seu foco é a divulgação da produção científica e tecnológica nacional. Segundo informações do site, a revista “funciona como um polo de contato e reconhecimento contínuo dos pesquisadores brasileiros e como referência indispensável para as editorias de ciência e tecnologia dos veículos de comunicação nacionais”.

A revista trabalha exclusivamente com textos jornalísticos, nas categorias informativa (notícias, reportagens e entrevistas) e opinativa (artigo e resenha). Há espaço também para o gênero literário, com a publicação de um conto em cada edição. Desenhos, infográficos, ilustrações e fotografias de qualidade acompanham as matérias e, harmonicamente, compõem a informação.

No segmento de divulgação científica, a *Superinteressante*, publicação da Editora Abril, define-se como jovem e atrativa: “Ela inova nas pautas com abordagens criativas para os temas que todos estão discutindo e antecipa tendências, contando para o leitor, em primeiríssima mão, aquilo que vem por aí” (*Superinteressante*, 2009, on-line). Ainda segundo informações do site da publicação, pesquisas elaboradas pelo Marplan e pelo IVC² de 2007 fornecem dados sobre o perfil dos leitores e a circulação da revista, conforme segue: 52% têm entre 20 e 39 anos, predominantemente do sexo masculino (54%), situados, na sua maioria (83%), entre as classes A e B. A revista registra um número de 2.614.000 leitores e uma tiragem de 405.417 exemplares por edição, sendo a região Sudeste do país responsável por 49% dessa circulação, seguida do Sul, com 22%.

As marcas da argumentação

A linguagem – tomada como capacidade humana de exteriorizar pensamentos, ideias e emoções – é uma atividade marcada pela subjetividade, uma vez que está intimamente vinculada à história e à ideologia. No que se refere à linguagem verbal, tem-se a limitação da palavra em relação ao pensamento – não se pode traduzir em palavras a complexidade do pensamento, porém é possível resgatar no texto elementos que traduzem a intencionalidade do locutor. Segundo Orlandi (2001, p.19), “a incompletude é característica de todo processo de significação. A relação pensamento/linguagem/mundo permanece aberta, sendo a interpretação função dessa incompletude, incompletude que consideramos uma qualidade e não um defeito”.

Portanto, entender o processo discursivo significa buscar as estratégias utilizadas pelo locutor para levar o outro a um determinado entendimento. Trata-se de uma atividade que ultrapassa o nível da interpretação, como explica Orlandi (loc. cit.):

2 Marplan – órgão que efetua pesquisas regulares de mídia e de mercado. IVC – Índice de Verificação de Circulação.

Partirei de três pressupostos: a) não há sentido sem interpretação; b) a interpretação está presente em dois níveis: o de quem fala e o de quem analisa; e c) a finalidade do analista de discurso não é interpretar mas compreender como um texto funciona, ou seja, como um texto produz sentidos.

Isso equivale a dizer que a leitura subsidiada na análise discursiva, conforme propomos, deve ultrapassar as noções gramaticais ou semânticas dos termos para averiguar por que determinada palavra ou construção textual foi utilizada. “O analista do discurso certamente lida com palavras que figuram nos dicionários, mas não é nele que encontrará todos os elementos que lhe são necessários para apreender o valor de uma palavra em uma formação discursiva determinada” (Maingueneau, 1997, p.151).

O conhecimento que os interlocutores têm da imagem de cada um no processo funciona discursivamente como um estereótipo, aqui entendido não no sentido pejorativo que comumente esse termo assume, mas como uma previsibilidade necessária ao bom desenvolvimento comunicacional, como propõe Lysardo-Dias (2003, p.389):

toda ação comunicativa se apoia em um fundo cultural comum, sob pena de não se efetivar como processo interlocutivo [...] o estereótipo não pode ser reduzido a uma visão deformada de algum elemento da realidade cultural. Isso quer dizer que, em termos de interação verbal, ele faz parte de um código partilhado, imprescindível para a intercompreensão entre os sujeitos interlocutores.

Ducrot (1981, p.168), ao discutir a lógica da linguagem, apresenta a pressuposição como elemento importante para a economia da língua, de tal forma que esse conhecimento compartilhado entre os interlocutores contribui para o sentido da mensagem e pode ser entendido como afirmação, embora faça parte da informação implícita.

Nesse propósito, o autor diferencia dois tipos de implícito: o primeiro ligado à enunciação – “conjunto de condições que devem ser preenchidas para que um enunciado seja linguisticamente normal” (ibid., p.169). Esse tipo, segundo o autor, não pode ser negado,

sob pena de toda a mensagem poder ser refutada pelo interlocutor – “não é o conteúdo do discurso, mas o próprio discurso que passa a ser refutado”. O segundo tipo de implícito está ligado ao próprio enunciado, ou seja, a marcas linguísticas no texto para a recuperação da informação implícita. A esse segundo tipo o autor dá o nome de “implicação”. A linguagem da divulgação científica, por mais próxima da ciência que possa se situar, também apresenta elementos implícitos que nos levam a considerar diferentes discursos construídos pela forma como os conteúdos são apresentados.

A abordagem da linguagem para além de sua função informativa teve início com os estudos de Benveniste (1966), procurando identificar no próprio enunciado elementos da subjetividade do locutor, o que era relegado à fala nos estudos da linguística saussuriana. Nesse contexto, ao desenvolver a teoria da enunciação, Ducrot identifica elementos cuja função não se restringe à gramática, mas são responsáveis por dirigir o interlocutor a determinadas conclusões, a valorizar determinadas ideias em detrimento de outras:

o valor argumentativo de uma frase não é somente uma consequência das informações por ela trazidas, mas a frase pode comportar diversos morfemas, expressões ou termos que, além de seu conteúdo informativo, servem para dar uma orientação argumentativa ao enunciado, a conduzir o destinatário em tal ou qual direção. (Ducrot, 1981, p.178)

O texto de divulgação científica, ao ser caracterizado pela intertextualidade, pode ser analisado na perspectiva desses marcadores de argumentação. Quando se tecem diferentes textos, quando várias vozes se cruzam, montando uma unidade textual polifônica, na terminologia de Bakhtin (1981), as falas do jornalista mesclam-se com as diferentes vozes das fontes consultadas para compor o texto e garantir-lhe credibilidade. As falas dessas fontes consultadas também apresentam ideias que são organizadas no texto para valorizar determinados pontos de vista.

As publicações de divulgação científica que analisamos neste trabalho assumem comportamentos distintos ao abordarem o

mesmo objeto. Enquanto a *Scientific American Brasil* adota a postura da “cientificidade”, por meio da fala das muitas fontes consultadas, a *Superinteressante* situa-se no nível da “conversação”, ao utilizar recursos (como o inédito e o fantástico) que levam o leitor a se interessar pelo conteúdo que é lido, e a *Pesquisa Fapesp* tece o texto jornalístico, com ênfase na fala do jornalista e apoio nas falas das fontes consultadas. Assim, comportam-se como todos os meios de comunicação, que segundo Charaudeau (2003) são “somente um espelho deformante ou são vários espelhos ao mesmo tempo e [...] apesar da deformação, dão testemunho, cada um a sua maneira, de uma parcela ampliada, simplificada ou estereotipada do mundo”.

Análise das falas argumentativas das fontes

O texto da *Scientific American Brasil* foi elaborado com base na citação direta de grande número de fontes. Foram citados nominalmente alguns profissionais – físico, professor, pesquisador, epidemiologista, ministro – e organizações, tais como: Fórum Industrial Atômico do Japão, Agência Internacional de Energia Atômica, Comissão Regulatória Nuclear dos Estados Unidos, Conselho Nacional sobre Proteção e Medidas contra Radiação, Agência de Proteção Ambiental dos Estados Unidos, Comissão Científica das Nações Unidas sobre os Efeitos da Radiação Atômica, Instituto Nacional de Padrões e Tecnologia, Instituto de Energia Nuclear, Texas A&M University, jornal *Mainichi Shimbun* (*Mainichi Daily News*), *World Nuclear News*, Washington University, Comissão Internacional de Proteção Radiológica e Instituto de Epidemiologia Internacional.

A revista *Pesquisa Fapesp* privilegiou as fontes nacionais, citando doze profissionais, dos quais apenas um – o diretor-geral da Agência Internacional de Energia Atômica – não é brasileiro. Os pesquisadores citados são vinculados a diferentes centros de pesquisa, tais como: Agência Internacional de Energia Atômica (AIEA), Comissão Nacional de Energia Nuclear (Cnen), Universidade de

São Paulo (USP), Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas (CBPF), Instituto de Física Teórica da Unesp, Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (Ipen), Eletronuclear, Escola de Engenharia de Lorena e Escola Politécnica.

Na revista *Superinteressante*, o jornalista toma para si a responsabilidade de explicar os fatos e conversa com o leitor de maneira muito próxima e informal. O texto cita poucas fontes, apenas três profissionais, sendo dois brasileiros e um norte-americano. As instituições citadas são a UFRJ, a Comissão Nacional de Energia Nuclear e a Universidade Rutgers. Cita ainda de forma geral o governo dos Estados Unidos e algumas pesquisas desenvolvidas em duas universidades norte-americanas (não menciona quais são elas). As falas dos profissionais só entram no texto de forma direta, entre aspas, poucas vezes, de forma muito breve, mais para ratificar o que vinha sendo explicado do que para acrescentar dados relevantes.

As fontes da *Scientific American Brasil*

A *Scientific American Brasil* busca nas falas de autoridades e institutos de pesquisa a validade para seu posicionamento. Estabelece-se, portanto, um conflito discursivo – por um lado, tem-se o factual, o incidente que tem alarmado a população mundial; por outro, a evolução tecnológica na exploração da energia nuclear tem sido defendida como a forma mais segura de geração de energia limpa para atender às necessidades da população. Certamente, essas mesmas fontes já foram consultadas em outras ocasiões para justificar o sucesso dos empreendimentos de muitos países, inclusive do Japão, na geração desse tipo de energia.

Essa dualidade discursiva é observada, por exemplo, pelo emprego constante da conjunção adversativa “mas” (e outros do mesmo grupo: porém, contudo, todavia) como operador argumentativo, ou seja, dirigindo o leitor para determinada conclusão. Por um lado, confirma-se a pouca probabilidade de acontecer um acidente como esse de Fukushima; de outro, evidencia-se os fatos ou a gravidade da situação.

Esse confronto de ideias pode ser constatado, por exemplo, na fala de um dos físicos responsáveis pelas informações do texto da *Scientific American Brasil*, Ken Bergeron:

[o acidente ocorrido no Japão é] extremamente improvável, *mas* o apagão da estação tem sido uma das maiores preocupações há décadas. [...] A combustão do hidrogênio não aconteceria necessariamente no prédio de confinamento, [...] *mas* eles tiveram de desafogar o confinamento, porque a pressão ganha força a partir de todo esse vapor. (Mirsky, 2011)

Na fala desse mesmo físico, a comparação com o acidente e Chernobyl é inevitável, porém sempre na perspectiva de que aquele foi muito mais grave do que esse do Japão:

Ainda bem que se trata de um sistema de confinamento melhor que o de Chernobyl, *mas* não é tão forte quanto o da maioria dos reatores dos Estados Unidos. [...] Não há mais reação nuclear. *Contudo*, o que deve nos causar preocupação é o calor que ainda está no núcleo. [...] Acredito que o confinamento ainda esteja intacto. *Porém*, se o núcleo de fato fundir, a estrutura provavelmente não aguentará o dano, e o vaso de confinamento falhará. (Ibid.)

O físico termina sua fala com uma visão otimista sobre as consequências do acidente: “Eles têm que devolver a energia por corrente alternada à usina para conseguir controlá-la. Tenho certeza de que estão trabalhando para isso” (ibid.).

Outra fonte importante para essa publicação, Pavel Tsvetkov, professor assistente de engenharia nuclear na Texas A&M University, discute o uso de água do mar para o resfriamento do sistema, tecendo uma crítica que nos leva a acreditar que se trata de uma iniciativa desesperada. Mais uma vez, as ideias otimistas são confrontadas com o medo e a ameaça:

O boro pode ser injetado em sistemas de refrigeração por água para controlar a atividade do núcleo do reator porque ele é um forte absorvedor de nêutrons, especialmente de nêutrons térmicos. *Mas* o boro não é usado habitualmente em reatores de água fervente, como os da estação

Daiichi em Fukushima, porque o boro também exerce efeito corrosivo sobre os elementos do combustível. Em casos de emergência, *no entanto*, boro e água do mar podem ser usados para suprimir as reações em cadeia por fissão nos elementos do combustível. (Ibid.)

O professor salienta a competência da equipe de Fukushima e do sistema ali instalado, destacando a gravidade do acidente como fator responsável pelo desastre ocorrido:

Provavelmente, se tivessem mais tempo, eles teriam tentado restaurar os geradores a diesel, que acionavam o sistema de resfriamento substituto, e assim fariam circular a água que já estava lá. *Porém*, com a água no núcleo evaporando devido a altas temperaturas, eles precisaram acrescentar cada vez mais água para poder suprimir rapidamente as condições de fervura. (Ibid.)

No que se refere à segurança dos habitantes, a fonte consultada é Susan M. Langhorst, física e encarregada de segurança de radiação na Washington University, em St. Louis, que mostra tranquilidade: “Não estamos nem perto dos níveis que as pessoas deveriam se preocupar” (Bai, 2011).

A revista traz ainda a visão da Associação Nuclear Mundial, com uma explicação técnica sobre a radiação, da mesma forma opondo ideias, levando a crer que não se trata de algo tão terrível quanto se possa pensar:

uma dose única de 1 sievert provavelmente causará doença da radiação temporária e contagem mais baixa de células brancas, *mas* não seria fatal. Uma dose de 5 sieverts provavelmente mataria metade das pessoas expostas durante 1 mês. No nível de 10 sieverts, a morte ocorre em algumas semanas. (Biello, 2011)

Outra fonte consultada para tranquilizar sobre os efeitos da radiação, Abel Gonzalez, vice-presidente da Comissão Internacional de Proteção Radiológica, faz a comparação com o desastre de 1986 em Chernobyl:

alguns dos trabalhadores de Chernobyl receberam vários sieverts de radiação e muitos estavam trabalhando “basicamente nus” devido ao calor, o que permitiu a absorção de pó contaminado através da pele. Já os trabalhadores japoneses estão muito bem equipados e protegidos contra doses diretas. [...] Milhares de crianças que ficaram doentes após o desastre de Chernobyl não foram atingidas por radiação direta, *mas* sim por beber leite contaminado com iodo 131. [...] Certamente isso não acontecerá no Japão. (Bai, 2011)

As fontes da revista *Pesquisa Fapesp*

Como já se observou, a revista *Pesquisa Fapesp* prioriza o estudo desenvolvido no Brasil e, da mesma forma, buscou fontes vinculadas à pesquisa nacional. A matéria começa com a fala de Yukiya Amano, diretor-geral da Agência Internacional de Energia Atômica (AIEA): “Nosso papel em matéria de segurança nuclear e nossas normas precisarão ser reexaminados. [...] Nessa revisão a participação crítica de pesquisadores terá um papel fundamental” (Marques; Fioravanti, 2011, p.29).

Os operadores argumentativos são também utilizados nessa revista, orientando o leitor para a conclusão de que o acidente japonês foi grave, porém afirmando que o incentivo à pesquisa deve continuar. Segundo a revista, o ministro da Ciência e Tecnologia, Aloizio Mercadante, situa o Brasil em cenário próspero de geração de energia nuclear, mas alerta para a questão da segurança:

O Brasil anunciou que seguirá erguendo sua terceira usina nuclear, a de Angra 3, atualmente com 2,3 mil operários em seu canteiro de obras, e mantém planos para construir pelo menos outras quatro usinas até 2030. *Mas* avisou que não há pressa. Os novos protocolos de segurança seguramente vão exigir procedimentos mais rigorosos. É preciso aprender com os erros. (Ibid., p.29)

O físico Laércio Vinhas, diretor de radioproteção e segurança nuclear da Comissão Nacional de Energia Nuclear (Cnen), traça

um quadro “favorável” dos acidentes, revelando que depois deles novas medidas de segurança são implantadas e todos os países que investem nesse tipo de energia são beneficiados. O Brasil vem sendo favorecido com essas medidas:

Depois de Three Mile Island se implantou o conceito de defesa em profundidade, que consiste em criar várias barreiras entre o material radioativo e o ambiente para evitar danos. E depois de Chernobyl se implantou o conceito de cultura de segurança. Esses conceitos já estão incorporados em Angra 1 e Angra 2. (Ibid.,29)

A revista diz que, ainda segundo o diretor da Cnen, “a situação de segurança de Angra 1 e 2 é boa”. “Não existe risco zero, *mas* o projeto dos equipamentos e os procedimentos de segurança foram feitos” (ibid., p.30).

Há uma tentativa de mostrar que no Brasil temos mais segurança. Segundo a revista, um informe da Cnen sustentou: “que os técnicos de Angra teriam mais tempo para evitar o superaquecimento. No caso de um maremoto, as usinas do Brasil foram concebidas para suportar inundações superiores ao maior nível avaliado como possível” (ibid., p.30).

Porém, outra ideia é colocada em confronto: não é tão seguro assim. O físico Ricardo Galvão, professor da USP e diretor do CBPF avalia os problemas da Usina de Angra:

Na minha avaliação, a localização não é boa. Se ocorrer um acidente, pode haver problemas de dispersão da radiação, que em vez de ir para o oceano pode subir a Serra do Mar e atingir as cidades do Vale do Paraíba, ao contrário do que ocorre no Japão, onde o vento leste tende a levar as partículas para o Pacífico. [...] A proximidade da área urbana de Angra dos Reis é outro problema. [...] Se for preciso ampliar de cinco para vinte quilômetros a área de proteção, já atingiria áreas bastante populosas. (Ibid., p.30)

O físico traz à tona ainda a questão dos custos com segurança e, de certa forma, questiona esses investimentos: “É possível fazer um

projeto imune a terremotos de grandes proporções, *mas* o custo de construção vai subir, o que pode tornar as usinas inviáveis” (ibid., p.30).

Ricardo Galvão explica que os reatores de Fukushima não eram inseguros: “O que aconteceu lá foi um terremoto de imensa magnitude, seguido de um tsunami. E todo o sistema de segurança do reator funcionou adequadamente” (ibid., p.31). Ainda, segundo o físico, a sequência de problemas na usina que seguiu o terremoto havia sido prevista em estudos de segurança. “*Mas* se julgou que um evento dessa natureza seria altamente improvável. Ocorre que o altamente improvável pode acontecer: há sempre alguém que ganha sozinho na mega-sena” (loc. cit.).

A leitura das entrelinhas da fala do físico Ricardo Galvão evidencia que a situação do Brasil não deve ser tão confortável. Ter bons reatores, investimento em segurança, impossibilidade de ocorrência de terremotos ou tsunamis não garante a não ocorrência de acidentes nucleares.

Lauro Tomio, professor do Instituto de Física Teórica da Unesp, coloca em confronto duas ideias: desenvolvimento × segurança ou insegurança. Aqui não temos o operador argumentativo em evidência, mas implícito na fala:

A importância da energia, em particular nos países mais desenvolvidos, pode ser avaliada pelo número de reatores nucleares em operação. [...] Quanto à questão se vale o risco, ela deverá ser respondida diretamente pela população, beneficiada e/ou prejudicada, desses países onde já ocorreram desastres relacionados à produção de energia através de reatores nucleares. (Ibid., p.30)

O texto traz mais uma visão favorável ao investimento na energia nuclear. Nilson Dias Vieira Júnior, superintendente do Ipen, lembra que as usinas nucleares japonesas são muito seguras, porém não era prevista uma catástrofe natural nessa dimensão: “Se ocorresse um terremoto dessa magnitude no Brasil, a hidrelétrica de Itaipu provavelmente romperia” (ibid., p.32).

A publicação volta à pauta do investimento em pesquisa no Brasil, salientando que o país investia em redes internacionais e pesquisa sobre tecnologias para energia nuclear, porém, nos últimos anos, esse investimento foi interrompido. Segundo Nilson Dias Vieira Júnior, do Ipen “O problema da descontinuidade é lamentável. Em certas áreas, a articulação continua por iniciativa pessoal de pesquisadores e incentivamos muito isso” (loc. cit).

Mais uma vez Ricardo Galvão tem espaço para criticar a falta de incentivo em pesquisas na área: “A falta de investimento em pesquisa de energia nuclear atrapalha a renovação dos recursos humanos. [...] E essa política ainda é desarticulada” (ibid., p.33).

Para contrapor essa ideia, Nilson Dias Vieira afirma que o interesse está ressurgindo: “Vamos ampliar as vagas nos cursos de pós-graduação do Ipen, na USP, e há outras instituições fazendo o mesmo. Há uma sinalização de que haverá mais empregos, com a construção de Angra 3 e outros projetos, e o interesse ressurgiu” (loc. cit.).

O jornalista apoia-se nas falas das fontes para colocar em debate a questão da segurança das usinas nucleares, sobretudo as de Angra dos Reis, no Brasil. Mesmo com argumentos que mostram que a situação brasileira nessa área é diferente da japonesa, outras opiniões deixam alertas sobre possíveis desastres. Enquanto se aponta para investimentos em pesquisa e formação profissional para a área, há denúncias de descontinuidade de investimentos e interrupção de pesquisas. A visão crítica do jornalista da revista é evidenciada pela escolha das falas das fontes que tem espaço na publicação.

As fontes da revista *Superinteressante*

Nessa revista, o confronto de ideias começa já na manchete, na linha fina: “As usinas nucleares são seguras. E estão ficando mais seguras ainda. *Mas* alguma coisa sempre pode dar errado” (Catástrofe..., 2011, p.62). De um lado, há uma tendência a defender a produção de energia nuclear e, de outro, a certeza de que a segurança não pode ser totalmente garantida.

Laércio Vinhas, diretor da Cnen, é responsável por tranquilizar o leitor brasileiro sobre o caso de Angra dos Reis: “as usinas de Angra possuem quatro geradores a diesel cada uma. É quatro vezes mais do que seria necessário” (loc. cit.).

A matéria explora o argumento de que o acidente do Japão pouco representa se comparado a uma guerra nuclear: “Simulações feitas por duas universidades americanas apontam que um conflito nuclear entre Índia e Paquistão deixaria 12 milhões de mortos. Os incêndios resultantes das explosões lançariam 5 milhões de toneladas de fuligem na atmosfera...” (ibid., p.63). A catástrofe gerada por tal conflito poderia, de fato, comprometer a subsistência da população.

Alan Robock, climatologista da Universidade Rutgers, é a autoridade consultada para falar sobre as consequências da contaminação do solo por essas possíveis explosões decorrentes de um conflito nuclear: “as plantações cresceriam mais devagar, e as colheitas seriam abreviadas. E o maior problema seria o pânico. Os países parariam de exportar e importar comida” (loc. cit.).

Portanto, tirando o foco do acidente de Fukushima, a revista avalia a situação brasileira em relação à produção de energia nuclear em Angra como muito segura e ameniza as consequências do acidente no Japão, projetando a gravidade que seria um possível conflito entre nações que dominam arsenal bélico produzido com energia atômica.

Considerações finais

A identificação da oposição de ideias inseridas nos textos por operadores argumentativos demonstra que há vários posicionamentos em torno do assunto discutido pelas revistas analisadas. Por um lado defende-se a exploração da energia nuclear, como energia limpa e necessária; por outro, a questão da segurança é colocada em pauta a cada acidente que ocorre, a exemplo do de Fukushima.

A conjunção adversativa “mas” é analisada nos textos como forte operador argumentativo: não se trata apenas de justapor frases ou termos, mas de conduzir o leitor a uma determinada conclusão, um

ponto de vista defendido pela revista ou pela fonte consultada. A ideia que antecede o “mas” é avaliada como um saber compartilhado, ou algo comum naquele contexto; e a ideia depois do termo, essa sim, é mais importante, é nela que reside a crença do locutor. Assim, quando se diz, por exemplo, “os reatores são seguros, *mas* acidentes podem acontecer”, o locutor não questiona a segurança dos reatores, mas leva o interlocutor a acreditar que tal segurança não é absoluta. Esse confronto de ideias entre segurança e competência, de um lado, e insegurança, dúvida e medo, de outro, está presente nas três publicações analisadas, embora cada uma delas construa um discurso diferente sobre a temática.

O compromisso editorial de cada uma das revistas com seus leitores está na base da construção discursiva. A *Scientific American Brasil* busca nas explicações de muitas fontes e abordagem técnica a proximidade com a ciência. A *Pesquisa Fapesp* recorta a temática para o contexto nacional e busca as explicações também de cientistas brasileiros, explorando o gênero da reportagem jornalística, por meio do qual o jornalista especializado tem grande autonomia no tratamento dos fatos. A *Superinteressante*, por sua vez, tem um contrato mais distante da cientificidade, livre dos jargões científicos, usando gírias e comparações próprias do linguajar do seu público. Essa publicação opta por abordar o acidente nuclear de Fukushima pela ótica da tragédia, do espetáculo e propõe que situações muito mais catastróficas podem ocorrer.

As bases da teoria da análise do discurso podem propiciar diferentes recortes de análise. Neste estudo optamos por mostrar como cada uma das publicações de divulgação científica abordou um mesmo episódio, não apenas fazendo a interpretação dos dados, mas verificando uma das estratégias utilizadas para a composição do texto, qual seja, a seleção das fontes e a contraposição de ideias, marcadas no texto pelo operador argumentativo.

Referências bibliográficas

- BAI, Nina. *Como a radiação pode ameaçar a saúde?* Disponível em: <http://www2.uol.com.br/sciam/artigos/como_a_radiacao_pode_ameacar_a_saude_.html>. Acesso em: 30 abr. 2011.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia de linguagem*. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 1981 [edição original russa: 1929].
- BENVENISTE, Émile. *Problemas de linguística geral*. São Paulo: Companhia Editora Nacional/Edusp, 1966.
- BIELLO, David. *Destino de usina nuclear no Japão é incerto*. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/sciam/artigos/destino_de_usina_nuclear_no_japao_e_incerto.html>. Acesso em: 30 abr. 2011.
- CATÁSTROFE nuclear. *Superinteressante*, São Paulo, Editora Abril, n.290, abr. 2011.
- CHARAUDEAU, Patrick. *El discurso de la información: la construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2003.
- DUCROT, Oswald. *Provar e dizer – leis lógicas e leis argumentativas*. São Paulo: Global, 1981.
- LYSARDO-DIAS, Dylia. Estereótipo e representação na construção de textos jornalísticos. In: MARI, Hugo; MACHADO, Ida Lucia; MELO, Renato de (orgs.). *Análise do discurso em perspectiva*. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2003.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes, 1997.
- MARQUES, Fabrício; FIORAVANTI, Carlos. Segurança na berlinda – acidente no Japão reabre debate sobre futuro da pesquisa nuclear. *Pesquisa Fapesp*, São Paulo, n.182, abr. 2011.
- MIRSKY, Steve. *Peritos concebem cenário para usina de Fukushima*. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/sciam/artigos/peritos_concebem_cenario_para_usina_de_fukushima.html>. Acesso em: 30 abr. 2011.
- ORLANDI, Eni P. *Discurso e texto – formulação e circulação dos sentidos*. Campinas: Pontes, 2001.
- PESQUISA FAPESP, São Paulo, n.182, abr. 2011.

- _____. *Quem somos*. Disponível em: <<http://www.revistapesquisa.fapesp.br/?art=3185&bd=2&pg=1>>. Acesso em: 4 out. 2009.
- SCIENTIFIC AMERICAN BRASIL. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/sciam/artigos/>>. Acesso em: 20 abr. 2011.
- SUPERINTERESSANTE. São Paulo: Editora Abril, n.290, abr. 2011.
- _____. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=44>>. Acesso em: 11 maio 2009.

8

CRITICABILIDADE E PROCESSOS DE LEGITIMAÇÃO NO JORNALISMO CULTURAL

*Mauro de Souza Ventura*¹

Como são construídas as reputações e qual é o papel desempenhado pela mídia nesse processo? Estudar o funcionamento do campo da crítica pressupõe o exame das relações objetivas entre agentes e instituições e, igualmente, das tensões desencadeadas pelo monopólio do poder de consagração, que irá determinar o valor das obras e a crença nesse valor. Assim, tão ou mais importante do que saber quem são os críticos que exercem esse ofício na mídia será identificar os autores (ou agentes produtores) dignos de serem objeto de crítica.

As lutas entre os agentes em um determinado campo ocorrem tanto em função do controle dos conceitos e das abordagens, quanto em relação à escolha de determinado objeto de estudo em detrimento de outro. Dito de outro modo: quem critica quem e por quê? A busca de resposta para essa questão, central neste texto, decorre do estudo da lógica que instaura a relação entre criticabilidade e processo de legitimação no interior do campo da difusão ao qual a crítica jornalística, aqui concebida como gênero do jornalismo cultural, está ligada.

Quando descreve o processo de autonomização do sistema de produção, circulação e consumo dos bens simbólicos, Pierre Bourdieu (2007, p.99-100) enumera três grandes transformações opera-

1 Professor e Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp).

das no decorrer dos séculos XVIII e XIX: a formação gradual de um público consumidor, a constituição de um segmento de empresários de bens simbólicos marcado pela profissionalização e, por fim, a diversificação de instâncias de consagração (como as academias e salões) e de difusão (como as casas editoriais, os empresários de teatro e, em especial, a imprensa).

Esse conjunto de elementos, somado à formação de uma “categoria socialmente distinta de artistas ou de intelectuais profissionais” (ibidem, p.101), atua paulatinamente rumo à formação de um campo artístico autônomo e contribui na elaboração de critérios para a definição da função desses agentes e de suas produções no interior do campo. Em outras palavras, o processo descrito por Bourdieu não é outra coisa senão a constituição da indústria cultural e, dentro desse sistema, interessa ao escopo desse artigo examinar o processo de formação do jornalismo e da crítica como produção de bens simbólicos culturais.

Fator crucial nesse processo é a suposta autonomia que acompanha a própria constituição do campo cultural como tal. Ora, se é verdade, como afirma Bourdieu, que a vida intelectual e artística libertou-se progressivamente do domínio da aristocracia e da Igreja, também é certo que essa liberdade revelou-se parcial, pois suas demandas éticas e estéticas passaram a estar vinculadas às leis do mercado.

A ruptura dos vínculos de dependência em relação a um patrão ou a um mecenas e, de modo geral, em relação às encomendas diretas [...] propicia ao escritor e ao artista uma liberdade que logo se lhes revela formal, sendo apenas a condição de sua submissão às leis do mercado de bens simbólicos, vale dizer, a uma demanda que, feita sempre com atraso em relação à oferta, surge através dos índices de venda e das pressões, explícitas ou difusas, dos detentores dos instrumentos de difusão, editores, diretores de teatro, marchands de quadros. (Bourdieu, 2007, p.104)

Da passagem acima interessa-nos destacar dois aspectos: a condição de submissão das instâncias de difusão às contingências de mercado e a posição de inferioridade das demandas em relação à oferta de bens simbólicos. Consideramos esses dois aspectos cru-

ciais para compreender o estabelecimento pela mídia dos critérios de noticiabilidade/criticabilidade praticados pelo jornalismo cultural na atualidade.

Como assinala Traquina, os também chamados valores-notícia são fatores centrais da cultura jornalística, pois são eles que determinam “se um acontecimento ou assunto é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo valor-notícia” (Traquina, 2005, p.63). Ao mesmo tempo, cumpre demarcar a filiação dos critérios de noticiabilidade à lógica de funcionamento do campo, que, por sua vez, é constituído por uma “rede de relações objetivas (de dominação ou de subordinação, de complementaridade ou de antagonismo etc.) entre posições” (Bourdieu, 2010, p.261). Dito de outro modo, ocorre uma homologia entre posições e tomadas de posição no campo.

Nesse sentido, cabe investigar como operam os valores de criticabilidade e que sentido adquirem na prática do jornalismo cultural. Concebido como instância especializada da práxis comunicacional, o jornalismo cultural necessita ser pensado a partir dos critérios de noticiabilidade que instaura na dinâmica própria de seu campo. Interessante, portanto, investigar os modos de organização, circulação e recepção dos bens simbólicos com base nos conceitos de campo da difusão e hierarquia das legitimidades (Bourdieu, 2007), e tendo em vista igualmente o conceito de intermediação cultural, termo utilizado já há longa data, mas recentemente sistematizado por Featherstone (1995).

De início, cabe destacar que o jornalismo cultural está situado no interior do campo da difusão, e que este, por sua vez, mantém relação direta com as instâncias de reprodução e de consagração. Vejamos, então, como funciona a relação entre esses campos.

Tomando-se por base as reflexões de Bourdieu, interessa ao escopo deste estudo investigar o funcionamento das relações constitutivas do campo da difusão, pois é no seu interior que atuam os agentes de difusão – como jornalistas, críticos, editores e especialistas. Com efeito, observa-se uma relação de oposição e de complemen-

taridade – ou interdependência, se preferirmos – entre o campo da difusão e as instâncias de reprodução e de consagração. Ao mesmo tempo, uma idêntica relação de interdependência, embora com funções distintas, marca a dinâmica entre os campos da produção (erudita e indústria cultural, para falarmos como Bourdieu) e da difusão.

Todo o problema ligado aos critérios de noticiabilidade deriva desse conjunto de relações ou dessa economia das trocas simbólicas. Como entender, por exemplo, as relações entre os produtores e as instâncias de consagração sem examinar o processo dinâmico e muitas vezes arbitrário que marca a hierarquia das legitimidades? (Bourdieu, 2007, p.118). Tal estrutura de “relações de força simbólica exprime-se, em um dado momento do tempo, por intermédio de uma determinada hierarquia das áreas, das obras e das competências legítimas” (loc. cit.).

Ora, tal hierarquia daquilo que é ou não legítimo influencia a relação que os agentes dos campos de produção, reprodução ou difusão estabelecem entre si e as diferentes instâncias de legitimação. De acordo com Bourdieu, todas as formas de reconhecimento “não passam de formas diversas de cooptação cujo valor depende da posição dos cooptantes na hierarquia da consagração” (op. cit., p.119).

Posições e posicionamentos na crítica jornalística

Essas relações objetivas entre agentes, e entre esses e as instâncias de consagração, estão na base daquilo que pode ou não obter legitimidade para transformar-se em notícia ou ser objeto de crítica (cultural, literária, cinematográfica etc.) na mídia. É nesse sentido que procuramos acentuar a relação entre o exercício da crítica jornalística e os chamados critérios de noticiabilidade, na medida em que obedecem a uma lógica a qual os precede.² Assim, interessa saber a

2 Conforme Ericson, Baranek e Chan, são seis os valores-notícia de construção: simplificação, amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância (Apud Traquina, 2005, p.91-3).

que mecanismos estão submetidos tais valores e quais são os fatores responsáveis por transformá-los em critérios da crítica em sua vertente jornalística.

Nesse sentido, o jornalismo cultural, mas não apenas ele, cumpre uma função de legitimação ao transformar estes ou aqueles fatos culturais em notícia, delimitando aquilo que merece ser transmitido, difundido, criticado e, por isso mesmo, conservado, daqueles fatos que não o merecem. O mesmo pode ser dito das fontes. A partir de que momento, ou em função de que contingências, determinado agente é transformado em fonte de informação? Como se dá esse processo de legitimação?

Também no plano narrativo poderíamos dizer que há uma maneira legítima e uma maneira ilegítima de narrar as notícias legítimas. Com efeito, talvez não seja um excesso afirmar que a grande mídia acaba por cumprir uma função homóloga à da Igreja, já que está investida do poder de defender uma ortodoxia jornalística, cristalizada nos valores-notícia acima referidos, os quais, no dizer de Stuart Hall, fornecem os parâmetros para as atividades produtivas do jornalismo. São esses elementos que

permitem aos jornalistas, diretores e agentes noticiosos decidir rotineiramente e regularmente sobre quais “estórias” são “noticiáveis” e quais não são, quais “estórias” merecem destaque e quais são relativamente insignificantes, quais são para publicar e quais são para eliminar. (Apud Traquina, 2005, p.176)

No âmbito específico da chamada crítica cultural – que é aquela produzida, em grande parte, por especialistas ou por diletantes para ser publicada na mídia, além do conteúdo produzido por jornalistas no interior das redações –, os argumentos de Bourdieu encontram fértil aplicação. Em especial, no que se refere às posições ocupadas pelos agentes (jornalistas, críticos e especialistas) no interior dos campos de produção, reprodução, consagração e difusão de bens simbólicos. De acordo com Bourdieu, há uma relação direta entre a tomada de posição de um agente e a posição por ele ocupada no campo.

Mais ainda: observa-se entre os agentes de difusão uma tendência a conservar e reforçar as hierarquias oriundas do campo da produção. Escreve Bourdieu:

Sabendo-se a posição que os especialistas da difusão ocupam na estrutura do sistema e que lhes obriga, como vimos, a procurar em favor de sua atividade contestada as cauções mais consagradas pelo recurso ao poder que lhes assegura o controle dos instrumentos de difusão, envolvendo em seu próprio terreno os produtores de bens legítimos, sua ação vai se exercer paradoxalmente no sentido da conservação e do reforço das hierarquias mais conhecidas e reconhecidas. (2007, p.157)

O que é importante destacar é a relação de interdependência existente entre os agentes de difusão e os produtores. Veja-se, por exemplo, o uso intensivo que o jornalismo cultural faz das autoridades acadêmicas, a tal ponto que leva Bourdieu a falar em uma troca de notoriedade por legitimação cultural.

Embora não contem com os meios para conceder uma consagração cujos princípios estariam em suas mãos, o jornalista e o vulgarizador não fazem outra coisa senão mercadejar a notoriedade que estão em condições de oferecer em troca da caução que lhes podem dar com exclusividade os membros das instâncias mais consagradas de consagração, caução que lhes é indispensável na produção plena do efeito de alloxia, princípio de seu poder aparentemente cultural sobre o público. (Op. cit., p.156)

As palavras de Bourdieu ecoam a conhecida – e profundamente pessimista – avaliação de Adorno sobre as relações do crítico cultural com o mercado:

A crítica cultural lembra geralmente o gesto do comerciante regateador, como no caso do especialista que contesta a autenticidade de um quadro ou o classifica entre as obras menores de um mestre. Despreza-se o objeto para lucrar mais. (Adorno, 1998, p.11)

Ao equiparar a tarefa da crítica à atitude do comerciante, Adorno na prática liquida as possibilidades de atuação isenta do crítico, já que este inevitavelmente necessita se envolver na esfera da mercantilização da cultura. Acreditamos, no entanto, que a formulação de Bourdieu pode significar um avanço para o beco sem saída da posição adorniana, na medida em que desloca a questão para o âmbito da relação entre tomadas de posição e posicionamento do crítico no campo da cultura.

Muito embora possuam o poder de difundir e, com isso, contribuir para a consagração de um determinado produtor – e nesse sentido as instâncias de difusão atuam também como instâncias de consagração –, os intermediários culturais (sejam eles repórteres, editores ou críticos) parecem estar imunes a esse poder de quase consagrar, quando se trata de si mesmo. É evidente que tanto a tendência à espetacularização da notícia, quanto o culto às celebridades podem transformar o jornalista em uma espécie de oráculo, ganhando legitimação a ponto de deixar de ser apenas um intermediário para assumir uma posição de pseudoespecialista, fazendo e desfazendo reputações.

Dito de outro modo, acreditamos que recorrer a uma abordagem sociocultural da produção intelectual e artística para fundamentar este estudo sobre algumas práticas do jornalismo cultural na atualidade pode iluminar as marcas de posição que determinados agentes de produção e de difusão apresentam e, com isso, estabelecer uma relação com o lugar que ocupam em seus respectivos campos.

Seja como for, não se pode refletir sobre os valores-notícia no jornalismo cultural sem levar em conta a posição que os agentes (produtores e intermediários) ocupam na hierarquia da legitimidade cultural, construída por meio de signos de reconhecimento ou exclusão, do legítimo e do não legítimo. Assim, os critérios de noticiabilidade acima elencados devem ser analisados à luz dessa lógica, que preside a própria lógica do mercado de bens simbólicos.

Tomadas de posição e lugar dos agentes no campo cultural

A fim de buscar uma aplicação do problema da relação entre a posição dos agentes e suas respectivas tomadas de posição, vamos examinar três exemplos de posicionamentos críticos veiculados na mídia recentemente. Foram escolhidos três artigos críticos, dois publicados na grande mídia e um veiculado numa revista de cultura. Os exemplos escolhidos são: um artigo que contesta a consagração dada à obra de Marcel Duchamp; um texto que formula uma crítica veemente à 28ª Bienal de Arte de São Paulo; e uma análise dos processos de validação e de legitimação de determinadas obras literárias instituído pelo Modernismo brasileiro, no contexto de sua consagração como campo de estudos legítimo.³

Os três posicionamentos críticos têm em comum o fato de seus autores – Affonso Romano de Sant’Anna, Aracy Amaral e Luís Augusto Fischer, respectivamente – estarem situados fora ou, no mínimo, à margem dos campos artístico e literário aos quais pertencem os objetos e eventos que criticam. O objetivo desta análise será mostrar a existência de uma relação de interdependência entre julgamento crítico e a posição ocupada pelo crítico no campo.

A crítica de Affonso Romano de Sant’Anna a Marcel Duchamp tem como gancho factual a retrospectiva do artista no Museu de Arte Moderna de São Paulo. O crítico inicia sua análise com uma argumentação que questiona precisamente as leituras legitimadas da obra do artista:

Duchamp tem sido vítima de dois tipos de leitura: a primeira é uma leitura precária, superficial, repetitiva do que vem sendo dito há 100 anos. Pura celebração, escrita de endosso, subserviente, intimidada diante da celebridade e da história. A rigor, é uma leitura antiducham-

3 As críticas escolhidas são: “Que fazer de Marcel Duchamp?”, de Affonso Romano de Sant’Anna; “Esta Bienal reflete a arte contemporânea?”, de Aracy Amaral e “Conversa urgente sobre uma velharia. Uns palpites sobre a vigência do regionalismo”, de Luís Augusto Fischer.

piana. É o que se faz nos cursos de arte e nos manuais. O segundo tipo de leitura que vitimou Duchamp é a hiperinterpretação. Aí se situam grandes ensaístas, tanto Octavio Paz e sua alucinada interpretação do grande vidro ou Jean Clair que compara Marcel Duchamp a nada mais nada menos que Leonardo da Vinci. (Sant'Anna, 2008)

Além de uma crítica às interpretações legitimadas de Duchamp, Sant'Anna lembra que tais leituras são adotadas pelas instâncias de reprodução, em especial pelo sistema de ensino (cursos de arte e manuais). Quando faz objeções a Octavio Paz, Sant'Anna está questionando a recepção crítica legitimada do artista, já que Paz é um ensaísta consagrado pela academia, ainda que tenha feito carreira à margem dela.

É este o ponto que gostaria de destacar: Sant'Anna é um produtor situado fora do campo da crítica de arte, e, muito embora seja consagrado como poeta, ainda não é detentor, como crítico, dessa legitimação. Penso que seus posicionamentos sobre a arte conceitual (tema legitimado e hegemônico tanto na academia quanto na mídia) devem dificultar ainda mais sua legitimação como crítico de arte. Estamos diante de um agente de reprodução não legitimado, que se posiciona sobre um tema legítimo a partir de uma abordagem não legítima.

Isto ocorre, segundo o ponto de vista que adotamos neste estudo, em função da existência de abordagens legítimas e não legítimas para temas e/ou autores legítimos ou não legítimos. Nossa hipótese é a de que, quanto mais à margem de determinado campo situa-se um agente, maior é a possibilidade de que ele se posicione de maneira não legitimada, já que o grau de interdependência do agente em relação às instâncias de difusão e consagração é menor.

A crítica de Sant'Anna à consagração da obra de Duchamp é reveladora também de um conflito que envolve duas maneiras distintas de aquisição dos bens culturais: o conhecimento herdado e o conhecimento adquirido, configurados respectivamente nas instâncias da família e da escola. Quando o que está em jogo é a relação com a obra de arte, verifica-se, como no dizer de Bourdieu,

uma oposição entre aqueles que estão identificados com a definição escolar da cultura e com o modo escolar de aquisição, por um lado, e, por outro, aqueles que se tornam os defensores de uma cultura e de uma relação com a cultura mais “livres”, menos estritamente subordinadas às aprendizagens e aos controles escolares. (Bourdieu, 2008, p.88)

Transferindo o raciocínio para o campo estrito do jornalismo e da crítica culturais, poderíamos falar de abordagens e critérios hegemônicos (legítimos) e não hegemônicos (não legítimos). Na esteira de um pensamento crítico sobre a cobertura de cultura na mídia, essa dimensão somente seria atingida se buscássemos estabelecer novos parâmetros e critérios de noticiabilidade para essa área.

Sant’Anna (2008) vai além em sua crítica, chegando a propor uma revisão conceitual da modernocontemporaneidade: “o des-sacralizador foi sacralizado e os que o seguem são paradoxalmente antiduchampianos”, escreve. Preocupado em desconstruir o mito Duchamp, Sant’Anna parece ter consciência do quanto sua crítica permanece à margem das abordagens estabelecidas. Como último argumento, ele cita a ironia de Duchamp ao ingressar, no final da vida, na Academia Nacional de Letras e Artes dos Estados Unidos. “Assim o apóstata voltou ao seio da Igreja”, escreve.

Ao entrar em uma instância de consagração como a Academia, é o próprio potencial iconoclasta de Duchamp que se dilui na distinção. Com isso, o artista ganha seu passaporte para a legitimação. Desconstruir essa dominância cultural, enfrentar essa violência simbólica é o objetivo da crítica de Sant’Anna, crítico não legitimado e, portanto, segundo nossa hipótese, em condições mais favoráveis de formular tal posicionamento.

O problema não é simples, e segue sua formulação, agora com a análise da crítica de Aracy Amaral à 28ª Bienal de Arte de São Paulo. Este talvez seja o exemplo mais incisivo dos três escolhidos para análise. Sua autora, uma prestigiada historiadora e crítica de arte, formula uma crítica ao campo das artes em três dimensões: são objeto de sua atenção a instituição Bienal, os artistas legitimados pela instituição e a produção dos especialistas vinculados ao campo.

O argumento de Amaral norteia-se pela pergunta se essa edição da Bienal refletiria ou não o atual estágio da arte. Eis a resposta, direta e incisiva. “A indignação presente na Bienal não reflete a arte contemporânea. Ela é antes espelho da debilidade de uma instituição” (Amaral, 2008). A crítica à instituição estende-se à presidência, à curadoria e ao conselho da Bienal:

Se entre nós o problema foi falta de verba que caberia à presidência da Bienal providenciar, essa presidência está no lugar equivocado, pois essa é a sua competência. Se a escolha do curador foi tardia, a responsabilidade é da instituição e da curadoria que aceitou. (Ibid.)

A análise se desdobra também em um ataque virulento ao “Conselho”, classificado por ela de círculo fechado formado por aqueles que “decidem o que entra e o que não entra” (ibid.).

O segundo aspecto do texto de Amaral concentra-se na crítica aos artistas selecionados, todos representantes da arte conceitual e legitimados apenas em função de pertencerem a essa corrente artística, que, aliás, ocupa o topo da hierarquia das legitimidades. “Esta Bienal parece antes preconceituosa – em sua preocupação em não mostrar artistas de outras tendências, mas apenas aqueles rigorosamente conceituais” (ibid.).

É por esse motivo que Amaral sustenta que a Bienal correu o risco de passar ao visitante a “falsa impressão de que nada mais ocorre na área” (ibid.). O artigo em questão é relevante no contexto de uma economia das trocas simbólicas, na exata medida em que eleger como alvo de crítica todos os agentes do campo, incluindo aí os próprios críticos, a mídia e o sistema de galerias e museus.

Na verdade, há algo de cinismo murmurado, reconhecido e vivido no meio artístico contemporâneo. O conceitual é bem imaterial, mas aqueles que sobrevivem vendem, ou viajam a convite para expor suas criações. A própria crítica, as curadorias, a mídia, o sistema de galerias e museus, todos enfim contribuimos amplamente para esse fim, apesar do que se publica em vários países sobre esse fenômeno. Isso se deve ao fato de se escrever, em geral em literatura pouco acessível

ou pedante, sobre obras sem nenhum ou pouco valor, para um público reduzido que acredita erroneamente que quanto mais hermético mais elevado. (Ibid.)

A passagem acima, além de sintetizar os argumentos já elencados da crítica de Amaral à 28ª Bienal de Arte, aprofunda a questão ao tocar no problema da linguagem, do hermetismo que caracteriza as teorizações a respeito da arte conceitual.

Há determinadas categorias de críticos que, diante da necessidade de se legitimar, lançam mão de signos exteriores em sua tarefa de conceder a consagração cultural. Decorre disso a “necessidade de adotar o tom douto e sentencioso, o culto da erudição pela erudição da crítica universitária, ou de procurar uma caução teórica, política ou estética nas obscuridades de uma linguagem tomada de empréstimo” (Bourdieu, 2007, p.155).

Tal fenômeno ocorreu com a recepção da arte conceitual: ao esforço dos artistas em defender suas criações veio juntar-se o trabalho de interpretação do campo acadêmico, que não apenas conferiu consagração cultural, mas impôs um cânone aos estudiosos da arte contemporânea, com a delimitação de temas, autores e abordagens legítimas.

Problema idêntico pode ser verificado no posicionamento do crítico Luís Augusto Fischer em relação à “centralidade excessiva que o Modernismo de feição paulistana ocupa na atual descrição da literatura e da cultura brasileiras” (Fischer, 2007, p.128).

Na hierarquia das legitimidades, o modernismo é um tema hegemônico, ao passo que o termo “regionalismo” padece de um rebaixamento nessa mesma hierarquização. Explica Fischer:

A validação das obras, o carimbo de legitimidade que elas podem receber, pelo menos desde o Modernismo brasileiro, está ligado à ideia de que (a) a cidade é a totalidade, a cidade grande em particular; (b) a ponta do processo de modernização é o que importa, em qualquer nível (social, econômico, político), a ponta e não as bordas ou a retaguarda, porque na ponta é que os conflitos se expressariam de modo direto, se tornam visíveis a pleno; (c) arte é igual a novidade, a vanguarda, arte verdadeira implica conquista de novo território temático, de novo pro-

cedimento formal, e toda arte que apresentar qualquer aspecto de permanência rebaixa imediatamente o valor dessa arte. (Ibid., p.134)

Estamos diante daquilo que Bourdieu identifica como uma luta no interior de um determinado campo. Os agentes tendem a “transformar em escolhas epistemológicas os interesses associados à posse de um tipo determinado de capital científico e a uma posição determinada no campo científico” (Bourdieu, 2007, p.171).

Com efeito, o objeto da crítica de Fischer está em caracterizar a posição que o modernismo ocupa na hierarquia propriamente cultural da legitimidade e a consequente deslegitimação do conceito de regionalismo.

A soma desses pressupostos resulta na entronização de certo tipo de literatura não como um estilo, uma variedade, mas como a melhor literatura e, nos casos mais extremos, a única literatura (a única arte, nos casos delirantes) válida. (Fischer, 2007, p.134)

O argumento de Fischer concentra-se na identificação daqueles fatores que interferem nas leis de funcionamento de um determinado campo. Trata-se das escolhas metodológicas e epistemológicas operadas pelos agentes – no caso, os produtores do campo acadêmico, responsáveis pelo processo de consagração, e os agentes das instâncias de difusão, como a mídia – com a finalidade de legitimar ou não este ou aquele conceito, fazendo que se tornem dominantes os juízos da crítica legitimadora no que se refere ao depreciado conceito de modernismo e o seu correlato regionalismo. Escreve o crítico:

Antes de mais nada, preste um pouco de atenção à faca com que está sendo fatiada a história da literatura brasileira, e veja que ela existe, para começo de conversa; depois tente avaliar a natureza dessa faca, o ângulo de corte que ela opera; depois tente retornar para a literatura brasileira ela mesma, quero dizer, para os livros, os importantes e os não importantes, e tente ver se eles não seriam mais bem descritos segundo outras fatias, mediante outros recortes, com o uso de outra faca. (Ibid., p.135)

Não obstante, também a posição ocupada por Fischer no campo da crítica literária brasileira é relevante para a discussão: situado geográfica e academicamente em uma posição periférica, Fischer busca levantar suspeitas sobre um tema legitimado tanto pelo campo da produção quanto pelas instâncias de consagração.

Ora, como toda tomada de posição é determinada em boa medida pela posição ocupada por aquele que a produz, lançamos a hipótese de que a tomada de posição assumida por Fischer, deslegitimadora em relação ao Modernismo paulista (assim como a supervalorização de Mário de Andrade pela recepção crítica), está determinada pela posição não hegemônica ocupada por seu autor na hierarquia propriamente cultural da legitimidade.

A pergunta que fica é a seguinte: estivesse Fischer posicionado no centro do campo acadêmico, teria ele condições (leia-se livre de condicionamentos) de formular tal posicionamento crítico?

A pergunta não soará descabida se levarmos em conta, como temos ressaltado ao longo deste estudo, que as posturas críticas assumidas por determinados agentes de produção e de difusão estão diretamente ligadas ao lugar que ocupam em seus respectivos campos. Toda reflexão sobre os critérios de noticiabilidade e de criticabilidade no jornalismo cultural precisa estar ancorada em um trabalho de esclarecimento sobre as posições ocupadas pelos agentes (produtores e intermediários) na hierarquia da legitimidade cultural, construída por meio de sinais de distinção ou de exclusão, de legitimação ou de não legitimação.

Nossa hipótese é a de que, quanto mais à margem de determinado campo estiver situado um agente, maior é a possibilidade de que esse agente se posicione de maneira não legitimada – e com isso escolha temas e abordagens igualmente não legitimados. E como o grau de interdependência do agente em relação às instâncias de difusão e consagração tende a ser menor nesses casos, acreditamos que, por conta da posição ocupada pelo agente, o potencial de crítica ao campo tende a ser maior, e mais favoráveis são as condições para a prática desse posicionamento.

Referências bibliográficas

- ADORNO, Th. *Prismas. Crítica cultural e sociedade*. Trad. Augustin Wernet e Jorge Almeida. São Paulo: Ática, 1998.
- AMARAL, A. Esta Bienal reflete a arte contemporânea? *O Estado de S. Paulo*, 21 out. 2008, Caderno 2D, p.8-9.
- BOURDIEU, P. *As regras da arte*. Trad. Maria Lúcia Machado. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- _____. *A distinção: crítica social do julgamento*. Trad. Daniela Kern; Guilherme Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.
- _____. O mercado de bens simbólicos. In: MICELI, Sergio (org.). *A economia das trocas simbólicas*. 6.ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo e pós-Modernismo*. Trad. Júlio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FISCHER, L. A. Conversa urgente sobre uma velharia. Uns palpites sobre a vigência do regionalismo. *Revista Cultura e Pensamento*, dez. 2007, n.3, p.127-41. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/upload/cp_revista_ed3_web_1203381565.pdf>.
- SANT'ANNA, A. R. de. Que fazer de Marcel Duchamp? *O Estado de S. Paulo*, 1 ago. 2008, Caderno 2D, p.6.
- TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. v.2. Florianópolis: Insular, 2005.

9

O QUE É O ESPORTE? AS CONTRIBUIÇÕES SEMINAIS DE JOHAN HUIZINGA E ROGER CAILLOIS RESSIGNIFICADAS POR ROLAND BARTHES

*José Carlos Marques*¹

Em 1961, o pensador francês Roland Barthes (1915-1980) publicou o texto “O que é o esporte?”, a partir de uma encomenda do canadense Hubert Aquin, que realizava o documentário *O esporte e os homens*. O artigo, talvez pelo seu caráter fortuito, não foi incluído nas obras completas de Barthes publicadas pela editora Seuil. No entanto, temos aqui um retrato poético e original sobre o esporte a partir do olhar estruturalista do intelectual francês. O texto faz uma análise semiológica sobre a tourada na Espanha (a qual o próprio Barthes não sabe se inclui na categoria de esporte), o automobilismo nos Estados Unidos, o ciclismo na Europa (nomeadamente o “Tour de France”), o hóquei no gelo no Canadá e o futebol na Inglaterra.²

Longe dos termos técnicos das ciências do esporte e do linguajar acadêmico canônico, o texto hoje cinquentenário de Barthes procura analisar os significados e a importância que o esporte assumiu na sociedade de massas do século XX, buscando interpretações e correlações entre a prática esportiva e as necessidades vitais do homem na contemporaneidade. Este ensaio procura contrapor a contribuição barthesiana e seu texto pouco conhecido do público em geral diante

1 Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp).

2 No Brasil, o texto está presente na revista *Serrote*, n.3 (ver Referências bibliográficas).

das obras seminais de dois outros autores europeus que propuseram uma leitura original sobre o papel do esporte na sociedade moderna: são os casos do holandês Johan Huizinga e o livro *Homo ludens* (publicado em 1938), e do francês Roger Caillois com *Os jogos e os homens* (lançado em 1966).

A leitura das obras aqui elencadas poderia evitar o desconhecimento e o despreparo que parte da imprensa esportiva brasileira demonstra ao tratar do fenômeno esportivo nos meios de comunicação. Serviria, por exemplo, para abordar de outra forma a discussão quase sempre estéril em torno da aceitação ou não do automobilismo ou do boxe como esporte – debate que se ampara quase invariavelmente em argumentos impressionistas e pouco originais. Em outra instância, a aceitação do esporte a partir dos textos aqui citados também serviria para que nossa comunidade acadêmica percebesse a importância e a significância do esporte no seio da sociedade de massa, forjada a partir do século XIX após a Revolução Industrial.

Antes de avançarmos nessa discussão, entretanto, cabe desvelar o estigma que paira sobre o esporte no meio “letrado” nacional. Em outubro de 1992, a Companhia das Letras lançou uma biografia sobre Nelson Rodrigues (*O anjo pornográfico – A vida de Nelson Rodrigues*), de autoria do jornalista e escritor Ruy Castro. O enorme sucesso da publicação permitiu a Castro idealizar e organizar, pela mesma editora, uma coleção de títulos com crônicas de Nelson Rodrigues, algumas delas inéditas em livro, outras reunidas em edições já esgotadas. Dentre os títulos lançados, um dos mais vendidos e com maior repercussão foi o quarto volume da série – *À sombra das chuteiras imortais*, de 1993 –, uma coletânea com crônicas de futebol escritas por Nelson para a revista *Manchete Esportiva* e o jornal *O Globo*, de 1955 a 1970. A obra desvendou então um autor guardado na prateleira e que passou a ser citado posteriormente em inúmeras ocasiões nos meios esportivos.

Os sucessos da biografia e do livro com crônicas de futebol talvez tenham motivado Ruy Castro a visualizar seu novo projeto para a Companhia das Letras, na esteira do anterior: uma biografia sobre o jogador Garrincha, o Aleijadinho de nosso futebol, que parecia cor-

porificar bem o espírito barroco e lúdico que essa modalidade esportiva assumiu no país, por meio do desperdício, do prazer e do erotismo do drible, da transgressão do útil, do esforço sem funcionalidade.³

De imediato, Ruy Castro sofreu forte rejeição a sua ideia, contra a qual existia o (pre)conceito de que livros sobre futebol não teriam vendagem no Brasil por dois motivos: primeiramente, porque quem gosta de futebol não aprecia leitura; e, depois, porque quem aprecia leitura não gosta de futebol.⁴ Descontando-se o tom anedótico do episódio, cabe dizer que a biografia de Garrincha não só foi publicada pela mesma editora (trata-se de *Estrela solitária*, lançado em 1995) como protagonizou intensa batalha jurídica contra as herdeiras do jogador, descontentes com a forma pela qual o atleta teria sido retratado no livro.

Nas duas últimas décadas, para contestar o tabu do qual Ruy Castro foi vítima, inúmeros livros sobre futebol têm sido publicados, ainda mais nos meses que antecedem as Copas do Mundo, época em que diversas editoras e produtoras culturais acordam para o filão mercantilista advindo com o futebol. De todo modo, é inegável verificar o descrédito que significativa parcela do mundo intelectual manteve (e ainda mantém, em certas esferas) perante o esporte de maneira geral e, mais acentuadamente, diante do futebol. Durante a Copa do Mundo da Itália em 1990, por exemplo, algumas manifestações organizadas por artistas e escritores instigavam o público a ignorar e a boicotar a competição. O mesmo se deu com o Mundial realizado na França, em 1998, que também sofreu forte reação de intelectuais franceses.

O escritor e semiólogo italiano Umberto Eco é um desses pensadores que, desde o final da década de 1960, vem mantendo a maior oposição pública ao futebol, por meio de artigos e críticas singulares. Um dos textos mais contundentes foi publicado em 1969 e intitulado “A falação esportiva”; outro, igualmente perspicaz, foi publicado

3 Ver Marques, 2000, p.60-1.

4 O próprio Ruy Castro confidenciou essa impressão ao autor deste ensaio, em entrevista pessoal concedida em outubro de 2000.

no *L'Espresso*, em 19 de junho de 1978, com o título “O mundial e suas pompas” (ambos encontram-se reunidos na obra *Viagem na irrealidade cotidiana*, publicada também no Brasil). O segundo texto, aliás, já se inicia com uma nota do autor altamente irônica e provocativa. Nela, Eco adverte os leitores sobre o fato de que aquele artigo havia sido escrito sobre a Copa do Mundo de 1978, na Argentina, e que, com poucas alterações e mais alguma paixão, serviria também para a Copa de 1982, na Espanha: “O encanto do futebol é não sofrer modificações”. Em outro artigo publicado também no *L'Espresso*, em 12 de junho de 1990 (período em que a Copa foi disputada na Itália), Umberto Eco voltava ao tema e dizia que não se opunha ao futebol, mas sim ao fanatismo dos torcedores e à infantilidade com que esses se comportavam diante de um espetáculo de entretenimento. Acompanhemos brevemente a “teoria do esporte” que Eco apresenta ao analisar o trabalho da imprensa esportiva.⁵

Inicialmente, o esporte para ele é a aberração máxima do discurso fático (aproveitando-se do modelo das funções da linguagem proposto pelo linguista Roman Jakobson) e, portanto, no limite, a negação de todo o discurso. Umberto Eco, entretanto, absolve a atividade esportiva, apesar de esta ser dominada pela ideia de “desperdício” – e em princípio, todo gesto esportivo é “desperdício de energia”. Mas esse desperdício é profundamente saudável, pois é próprio do jogo. O homem, como todo animal, tem necessidade física e psíquica de jogar, e não se pode nem se deve renunciar a esse desperdício lúdico, posto que tal prática significa livrar-se da tirania do trabalho indispensável. O problema se dá quando o jogo e o aspecto lúdico derivam para a competição, a qual disciplina neutraliza a força da práxis. O mecanismo competitivo serve, no fundo, para neutralizar a ação, daí que a criação de atletas destinados à competição, para Eco, gera uma degeneração do ser humano: passamos a ter o homem como monstro. E o semiólogo italiano vai além: para ele, se o esporte é praticado para a saúde, o esporte assistido é apenas a mistificação da saúde.

5 ECO, Umberto. A falação esportiva. *Viagem na irrealidade cotidiana*, p.221.

Até aqui, o pensador italiano acompanha de perto o percurso já estabelecido classicamente por Johan Huizinga (1872-1945), historiador renomado pelos estudos sobre a Idade Média, a Reforma e o Renascimento. Em sua obra, *Homo ludens*, Huizinga supervaloriza a importância da atividade lúdica em nossa civilização, afirmando que o jogo é anterior à cultura. O jogo é caracterizado então a partir de sua “função significativa”: não se trata de um fenômeno fisiológico ou um reflexo psicológico, pois no jogo há elementos que transcendem as necessidades imediatas da vida e que transferem significado à ação. O delírio das multidões em torno de uma partida de futebol ou, ainda, o grau de fascinação que o jogo exerce na plateia e nos atletas não podem ser explicados apenas por razões biológicas. Trata-se, portanto, de analisar o jogo como função da cultura, ainda que (ou até por isso mesmo) ele possa ser conceituado como irracional.

O jogo poderia ser definido assim em função de algumas particularidades. Primeiro, ele é uma atividade totalmente *voluntária*, na qual se depreende o fator de liberdade que ele encerra em si mesmo. Além disso, o jogo não pertence à vida comum, mas representa uma evasão à vida “real”, situando-se assim fora do mecanismo de satisfação de qualquer necessidade imediata: é um intervalo na vida cotidiana e insinua-se como uma atividade *temporária*, desligada de qualquer interesse material. A *limitação no tempo e no espaço* resulta na terceira das características principais do jogo: ele é jogado dentro de certos limites temporais e espaciais, possuindo um caminho e um sentido próprios. Todo jogo se processa num território previamente delimitado, material ou imaginariamente. Por fim, chega-se a outra característica essencial do jogo segundo Huizinga, qual seja a de ele criar ordem e ser *ordem*. Ele introduz “na confusão da vida e na imperfeição do mundo uma perfeição temporária e limitada, exige uma ordem suprema e absoluta: a menor desobediência a esta ‘estraga’ o jogo, privando-o de seu caráter próprio e de todo e qualquer valor”.⁶

A partir dessas definições, o autor aproxima o jogo do culto, que também é um espetáculo e uma representação dramática, que se dá

6 Huizinga (1990), p.13.

em um local e em um tempo próprios, consubstanciando-se, em suma, como uma figuração imaginária de outra realidade. O ato de culto possuiria, assim, todas as características formais e essenciais do jogo. Nas sociedades primitivas, o jogo é que dá origem ao culto, adquirindo pouco a pouco a significação de ato sagrado. Tal como no jogo, o culto também necessita do estabelecimento de um local sagrado, santificado, para que o sacramento e o mistério se concretizem na representação ritual – daí a aproximação entre o templo com o espaço destinado ao jogo propriamente dito (estádios, campos, tabuleiros etc.). Os atos de culto poderiam então ser abrangidos pela categoria de jogo, mas essa subordinação não implica o não reconhecimento de seu caráter sagrado. Huizinga pretende assim demonstrar como a cultura surge sob a forma de jogo, isto é, como em suas fases mais primitivas a cultura possui um caráter lúdico. E não só: o jogo traria em si os elementos agonísticos e antitéticos que fundamentam a civilização.

Para Huizinga, no entanto, o cientificismo e o racionalismo do século XIX sepultaram parte do fator lúdico na vida social. O tom nostálgico do autor holandês deriva para uma exortação da redescoberta e da sobrevivência do jogo na civilização:⁷

A civilização implica a limitação e o domínio de si próprio, a capacidade de não tomar suas próprias tendências pelo fim último da humanidade, compreendendo que se está encerrado dentro de certos limites livremente aceitos. De certo modo, a civilização sempre será um jogo governado por certas regras, e a verdadeira civilização sempre exigirá o

7 Cabe aqui transcrever a ressalva ao pensamento de Huizinga, ilustrada em nosso estudo já citado: “Esse trabalho de Huizinga foi realizado nos anos 1930 e traz justamente a visão eurocêntrica de evidenciar as dicotomias entre trabalho-jogo e seriedade-brincadeira, por exemplo. O jogo e o futebol, no Brasil, não podem ser considerados simplesmente uma evasão à vida real; por mais limitados que sejam no tempo e no espaço, as práticas lúdicas em nosso país extrapolam esses limites e invadem o tempo ‘sério’ da vida. Essa noção perpassa diversos estudos mais recentes a respeito da importância do jogo nas civilizações modernas: o antropólogo Roberto DaMatta tem-se destacado pelo fato de encaminhar muitas de suas análises justamente para esses aspectos lúdicos da cultura brasileira citados anteriormente. Segundo ele, o futebol e o esporte em geral negam ‘o utilitarismo dominante e, por isso mesmo, promovem um efeito de pausa, feriado, ou descontinuidade com a sofreguidão exigida pela lógica do lucro, do trabalho e do êxito a todo custo’” (Marques, 2000, p.32).

espírito esportivo, a capacidade de fair play. O fair play é simplesmente a boa-fé expressa em termos lúdicos. (1990, p.234)

Após a obra precursora de Huizinga, coube ao sociólogo e crítico literário francês Roger Caillois (1913-78) renovar a abordagem sobre o jogo e o esporte, publicando outra obra fundamental para a compreensão desse fenômeno. E, ao contrário do que se poderia imaginar, Caillois não refuta por completo as propostas do pensador holandês – muito pelo contrário, uma vez que há a valorização do caráter pioneiro da obra de Huizinga, precursora dos estudos sobre o esporte e sobre os jogos no Ocidente.

A diferença fundamental entre as duas obras está na relativização que Caillois efetua sobre o “exagero” cometido por Huizinga, ao supervalorizar o aspecto lúdico da vida em detrimento de outros elementos constituintes da cultura. Mesmo assim, há muitos pontos de contato entre os dois autores: Caillois também reproduz a dicotomia trabalho-jogo, ao afirmar que o jogo “opõe-se ao trabalho, tal como o tempo perdido se opõe ao tempo bem entregue” (1990, p.9); além disso, o autor francês enxerga igualmente nos jogos os “resíduos da nossa cultura ancestral”, atribuindo ainda a eles uma intenção civilizadora e disciplinadora, pois “todo o jogo é um sistema de regras que define o que é e o que não é do jogo, ou seja, o permitido e o proibido” (interessante notar que é justamente a essa particularidade do esporte que se voltarão as principais críticas do sociólogo francês Pierre Bourdieu).⁸

Caillois aproveita igualmente a definição do jogo proposta por Huizinga (que, como já referido anteriormente, aponta que se trata de uma atividade voluntária, temporária, limitada no tempo e no espaço, e circunscrita à ideia de ordem) para fundamentar sua conceituação. Para o francês, o jogo poderia ser entendido como uma atividade *livre, delimitada, incerta, improdutiva, regulamentada e fictícia*. A contribuição de Caillois, para além de aproveitar parte da taxonomia de Huizinga, está no fato de perceber o jogo como algo

8 A esse respeito, ver Bourdieu (1990 e 1983).

incerto (não é possível saber de antemão o resultado do jogo, nem o comportamento dos jogadores) e como algo fictício (a atividade lúdica inaugura um novo tempo e um novo espaço, descolado dos da vida real).

No entanto, o maior mérito da obra de Caillois é propor outra tipologia para classificar a natureza social dos jogos, que poderiam ser divididos em quatro categorias: *agon*, *alea*, *mimicry* e *ilinx*. *Agon* representaria os jogos de competição em uma disputa regulamentada e regrada a partir da igualdade de condições inicial para os competidores – caso do esporte, assim como o temos atualmente. *Alea* diria respeito aos jogos de sorte e azar, em que o competidor age passivamente (ao contrário do *agon*) e que são protagonizados por loterias, cassinos e casas de apostas. *Mimicry* atenderia aos jogos de representação e simulacro, espetacularizados no carnaval, no teatro, na dança, na imitação que a criança faz do mundo adulto etc. Por fim, *ilinx* diria respeito aos jogos de busca da vertigem, cujo transe representaria uma fuga temporária da realidade. Seriam os casos dos esportes radicais (alpinismo, esqui, luge etc.) e das atividades em que se provoca uma perda provisória ou parcial da consciência, como a que se tem em alguns brinquedos de parques de diversão (caso da montanha-russa) ou mesmo a que deriva do uso de drogas e do álcool.

A partir dessa classificação, Caillois aponta ainda para a capacidade de que as características que fundamentam os jogos (como competência, sorte, imitação e vertigem) também interajam mutuamente, uma vez que os próprios jogos podem ser constituídos por meio de suas múltiplas possibilidades de associação.

Alheio às discussões e contradições em torno da classificação dos jogos, Roland Barthes publica o seu artigo “O que é o esporte?” a partir de encomenda do diretor canadense Hubert Aquin, que produzia o documentário *O esporte e os homens*, conforme já referido no início deste ensaio. O fato de Barthes estar “pautado” pela obra do documentarista poderia ser entendido como um traço negativo da produção de seu artigo, já que a visão do articulista estaria influenciada pelos aspectos predominantes da obra audiovisual em questão, focada na tourada, no automobilismo, no ciclismo, no hóquei sobre

o gelo e no futebol. Com efeito, torna-se difícil imaginar que o pensador francês debruçar-se-ia de forma natural sobre uma atividade como o hóquei no gelo – esporte nacional do Canadá – se não fosse o dedo de um diretor canadense na produção do documentário. Difícil imaginar também que Barthes abordaria a tourada em um texto sobre esporte, caso não estivesse igualmente incluída no projeto do documentário.

A parceria entre os dois, entretanto, foi mais profunda: Aquin dirigiu-se a Barthes por carta, dizendo que pretendia fazer um filme de cerca de uma hora sobre o esporte a partir de sua fenomenologia e sua poética, e que ficara cativado pela leitura do primeiro capítulo de *Mitologias*, obra lançada pelo pensador francês em 1957.⁹ Barthes, por sua vez, viajaria ao Canadá em janeiro de 1961 a convite de Aquin, a fim de conhecer essa modalidade esportiva ignorada por ele (o hóquei sobre o gelo); caberia ainda a ele sugerir o título final do filme (*Le sport et les hommes*, em francês).

A despeito da participação de Barthes no projeto do documentário, do qual ele passou a ser uma espécie de roteirista, importa-nos aqui verificar o brilhantismo com que o pensador francês abordou as cinco atividades esportivas – ou humanas – ilustradas por Aquin. O primeiro parágrafo do texto barthesiano, todo formado por indagações que serão recuperadas e respondidas ao final, já aponta para a necessidade de o leitor inquietar-se e de evitar os juízos preconcebidos: “Que necessidade têm esses homens de atacar? Por que ficam perturbados diante desse espetáculo? Por que dão tudo de si? Por que esse combate inútil? O que é o esporte?” (Barthes, 2009, p.97).

O autor francês inicia então seu percurso de respostas às indagações lancinantes do começo do texto justamente pela modalidade mais difícil de ser aceita como esporte: a tourada. Poderíamos argumentar aqui que ela não se enquadra, de fato, nas definições canônicas sobre o esporte, uma vez que não existe competição entre toureiros, mas sim entre toureiros e touros. Não obstante, este ensaio não

9 Cf. “Roland Barthes et Hubert Aquin, Lecteurs Sportifs”, de Renald Bérubé, em *Lettres québécoises: la revue de l’actualité littéraire*, n.115, 2004, p.45-6.

tem como objetivo alargar esta discussão, algo que o próprio Barthes resolve magnificamente. Diante da armadilha inicial que seria abordar ou não a tourada como um esporte, o pensador francês dribla a polêmica da discussão como se estivesse lançando um golpe de capa sobre o animal:

Embora a tourada seja quase um não esporte, talvez seja o modelo e o limite de todos os esportes; elegância da cerimônia, regras estritas de combate, força do adversário, ciência e coragem do homem, todo nosso esporte moderno está nesse espetáculo de outras eras, herdado dos antigos sacrifícios religiosos. Mas esse teatro é falso: nele, morre-se de verdade. (Loc. cit.)

Não é difícil perceber que, mesmo sem citá-lo expressamente, Barthes retoma algumas das características atribuídas ao jogo por Huizinga, conforme já referido, notadamente a questão de o jogo, em diferentes sociedades, derivar do culto e basear sua sintaxe por meio de regras definidas de antemão. E, antecipando-se à tipologia de Caillois, Barthes já instaura a tourada no universo da representação mimética e no da vertigem diante da fatalidade (*mimicry* e *ilinx*). Depois de estruturar o espetáculo da tourada em quatro atos (passes de capa, picadores, *banderillas* e morte), Barthes destaca a questão plástica que estaria representada nos movimentos do toureiro:

O que é o estilo? É fazer de um ato difícil um gesto gracioso, é introduzir ritmo na fatalidade. É ser corajoso sem desordem, é dar ao que é necessário a aparência de liberdade. [...] Assim, o que a multidão glorifica no vencedor, atirando-lhe flores e presentes, que ele graciosamente retribui, não é a vitória do homem sobre o homem, pois o touro é sempre vencido; é a vitória do homem sobre a ignorância, o medo, a necessidade. O homem ofereceu sua vitória em espetáculo para que ela se tornasse a vitória de todos aqueles que o veem e se reconhecem nele. (Ibid., p.98)

Diante da coragem do animal, portanto, o homem oporia sua coragem, sua ciência e sua beleza como símbolos de prova humana. A execução do touro na arena apontaria ainda para a prática ancestral de

imolação de animais presente em diferentes cultos religiosos. E, mais do que glorificar uma vitória sobre o próprio touro, o que glorificamos em um espetáculo brutal como o da tourada, segundo Barthes, é a nossa própria vitória sobre o desconhecido simbolizado pela natureza. É como se os homens dissessem para si mesmos: somos mais fortes do que as forças da natureza, somos mais poderosos do que a besta, somos capazes de domar e superar o desconhecido representado pelo pobre touro – símbolo maior dessa relação homem \times animal tão cara ao mundo ibérico. Não à toa, as touradas iniciam sua temporada anual na primavera (em várias localidades no próprio domingo de Páscoa), estendendo-se até o fim do verão, como que a representar também a celebração da vida e o respeito ao ciclo da natureza.

Em seguida, Barthes debruça-se sobre o automobilismo. Em vez do animal, aqui é a máquina que se mostrará desafiadora do homem, exigindo deste, igualmente, sua coragem e ciência. Só que, agora, o inimigo é bem mais sutil: o tempo. É o tempo que deverá ser vencido, simultaneamente à máquina e ao terreno – os três adversários que o homem terá pela frente, mais uma vez, numa atividade plena de vertigem (*ilinx*). Contudo, segundo Barthes, tudo que funcionará rápido (rodas, motores, engrenagens) deve ser testado exaustivamente, pois a “velocidade não passa de uma recompensa pela extrema lentidão”. Em outras palavras, “a força mais veloz não passa de uma soma de paciências, ponderações, sutilezas, atos infinitamente precisos e infinitamente exigentes”. É desse paradoxo que o pensador francês retira a beleza de cada prova de automóveis, atestando que o esforço do motor, na verdade, revela o esforço humano: “Neles estão depositados o trabalho, a invenção e o cuidado de dezenas de homens que prepararam, sofisticaram e resolveram a mais difícil das equações: uma potência extrema, uma resistência mínima, seja a do peso ou a do vento” (ibid., p.99).

De forma original, Barthes aponta para o fascínio que a tecnologia – e toda a sociedade de consumo pós-Revolução Industrial que com ela adveio – exerce sobre o homem forjado no convívio da máquina ao longo dos séculos XIX e XX, nesse “Forte espasmo retido dos maquinismos em fúria!” de rodas, engrenagens, de “r-r-r-r-r-r eter-

no!” como definiu Álvaro de Campos (um dos heterônimos de Fernando Pessoa) em sua “Ode triunfal”. Portanto, o esforço coletivo de toda uma equipe (que envolve pilotos, projetistas, engenheiros, mecânicos etc.) não pode ser ignorado na simbologia de qualquer competição mediada pela máquina. A fatalidade de um competidor é também a fatalidade nossa: “Assim, a morte de um piloto é infinitamente triste, pois não é apenas um homem que morre, é um pouco de perfeição que desaparece deste mundo. Mas é precisamente por essa perfeição ser mortal que ela é humana” (ibid., p.99-100).

À semelhança do que analisa na tourada, também no automobilismo Barthes dirá que a vitória do homem não é a vitória sobre outro homem, mas sim a vitória sobre “a força da gravidade e a inércia das coisas”: o mais mortífero dos esportes é também o mais generoso, pois permite que o homem conduza a máquina ao limite do possível – e, assim, demonstre todo o domínio que exerce sobre ela e sobre a tecnologia que antecede a fabricação desse “touro” sobre rodas.

Na sequência, Barthes dedica a maior parte de seu texto a esmiuçar a estrutura do ciclismo, detendo-se com mais fervor sobre o Tour de France, tradicional prova que rasga a França durante o mês de julho. Para Barthes, a geografia dos gauleses não é a dos livros, mas sim a do Tour: todos os anos, cada cidadão francês informa-se sobre a “extensão de seu litoral e a altitude de suas montanhas. Todo ano ele refaz a unidade material de seu país, inventariando suas fronteiras e seus produtos” (ibid., p.101). Prova de rua das mais carismáticas e com forte presença do público – que incentiva, grita e participa, a seu modo, do espetáculo –, o Tour de France revela, a atletas e espectadores, toda a paisagem de um país, suas estradas e monumentos, seus caminhos e florestas, seu passado rural e arcaico, como revela Barthes. As principais provas do ciclismo mundial, igualmente, aproveitam o verão europeu para estabelecer a comunhão entre homem e natureza, homem e paisagem, na estação de maior exteriorização do corpo no hemisfério Norte.

Mais uma vez, contudo, não é outro homem que deve ser superado. O que se deve superar no ciclismo é a “resistência das coisas”. E, à semelhança do automobilismo, deve-se superar igualmente o

tempo. E, à semelhança ainda da tourada, deve-se superar igualmente a natureza, o frio, o calor e o vento: “é a resistência da terra que ele [o homem] deve acrescentar à dos objetos”. Sintomaticamente, a “prova rainha” de toda volta ciclística (seja o Tour de France, o Giro d’Itália, a Vuelta a España ou a Volta a Portugal) é a subida à montanha: aqui, é preciso vencer a subida e o peso das coisas, é preciso vencer a gravidade e pulverizar a relação tempo-espço. É, nos dizeres de Barthes, “estabelecer que o homem é capaz de apoderar-se de todo o universo físico” e provar, para si mesmo e para todos os outros, que ele é o senhor dominador de todas as coisas.

Prosseguindo o percurso do documentário de Aquin, é sobre o hóquei no gelo que Barthes estabelece outras relações estruturais singulares, iniciando-se com uma simples constatação: “de todos os esportes pedestres, o hóquei é o mais rápido: o esporte é esse poder de transformar cada coisa em seu contrário”. Nesse caso específico, o contrário está em verificar como um país que, por força das baixas temperaturas, passa grande parte de sua vida em ambientes subterrâneos e no convívio com o gelo consegue projetar tais representações numa atividade esportiva:

O que é um esporte nacional? É um esporte que brota da própria matéria de uma nação, isto é, de seu solo e de seu clima. Jogar hóquei é repetir constantemente que os homens transformaram a imobilidade do inverno, a terra ressequida, a vida suspensa, e que, de tudo isso, fizeram, precisamente, um esporte alegre, vigoroso, apaixonado. (Ibid., p.99-100)

Aqui, mais uma vez temos o homem afirmando que consegue driblar as limitações da natureza, que consegue apoderar-se de todo o universo e mostrar-se ágil diante de obstáculos naturais, simbolizados na superfície de gelo de uma quadra. O hóquei sobre o gelo, de todas as modalidades comentadas por Barthes, é a única realizada em ambientes fechados, sem disputas ao ar livre. Não contente em domesticar e em mostrar-se mais forte do que a natureza do animal (como na tourada), o homem só se compraz se também puder do-

mesticar e mostrar-se mais forte que a natureza do tempo e do clima na mesma medida.

Por último, em seu ensaio, Barthes dedica algumas poucas palavras para o futebol, sem o mesmo brilhantismo dedicado às quatro modalidades anteriores. Mesmo assim, a sagacidade do pensador francês, ao citar um dia de jogo em Wembley (estádio londrino), ainda basta para mostrar que o esporte constituiu-se em uma “grande instituição moderna baseada nas formas ancestrais do espetáculo”. E, tal qual o teatro, é o esporte hoje que conseguiria reunir a cidade inteira em uma experiência comum – a de fazer com que o homem pudesse reconhecer suas próprias paixões:

Assistir, aqui, não é apenas viver, sofrer, ficar na expectativa, compreender, mas também – e sobretudo – o que se diz, com a voz, o gesto, o rosto; é tomar o mundo inteiro como testemunha. Resumindo, é comunicar-se. Por fim, há no homem forças, conflitos, alegrias e angústias; o esporte os exprime, liberta, queima, sem nunca permitir que destruam alguma coisa. (Ibid., p.105)

Semelhante a um processo de catarse coletiva, competidores e assistência partilhariam do esporte como um processo de expurgação civilizatória das tensões psicológicas de cada indivíduo, algo que se aproxima daquilo que Caillois conceituaria cinco anos depois do aparecimento do texto barthesiano. Aqui, nota-se ainda a preocupação de Barthes em ressaltar o componente comunicacional que existe por trás do esporte, tal qual ele já havia sugerido em sua obra *Mitologias*, ao expandir a possibilidade de ocorrência do mito para diversos aspectos cotidianos da vida contemporânea francesa (o mito poderia ser lido numa luta de *telecatch*, no *striptease*, nas propagandas de detergentes e saponáceos, no rosto de Greta Garbo etc.):

O mito é um sistema de comunicação, é uma mensagem. [...] Já que o mito é uma fala, tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso. O mito não se define pelo objeto

da sua mensagem, mas pela maneira como a profere: o mito tem limites formais, mas não substanciais. Logo tudo pode ser mito? Sim, julgo que sim, pois o universo é infinitamente sugestivo. (Ibid., p.131)

Assim como inicia seu texto com uma série de questões, Barthes volta a elas no final, repetindo-as como que num exercício tautológico: “Que necessidade têm os homens de atacar? Por que ficam perturbados diante desse espetáculo? Por que dão tudo de si? Por que esse combate inútil? O que é o esporte?”. E prossegue ele, para responder a tudo isso em apenas duas frases, após uma derradeira questão: “O que, então, os homens colocam no esporte? Eles mesmos, seu universo de homem. O esporte é feito para relatar o contrato humano” (ibid., p.105).

A riqueza do texto de Barthes está em decifrar a sintaxe da cada jogo, de cada esporte – daí ser mais fácil para nós compreendê-los e admirá-los. Aproveitando-se implicitamente de vários conceitos de Huizinga, Barthes propõe um olhar menos sociológico e mais estrutural (poderíamos dizer mesmo que mais “literário”) para abordar o esporte, prenunciando algumas das contribuições que Roger Caillois viria trazer ao público anos depois. A originalidade do texto que serviu de base ao documentário de Hubert Aquin está em verificar que, no esporte, o combate é uma competição, e não um conflito. E a vitória nunca é a de um homem sobre outro homem, mas do homem *versus* a resistência das coisas e o universo, vitória por meio da qual se manifesta a liberdade de ação e de movimento.

Talvez pudéssemos concluir este ensaio indagando-nos se o esporte – que nada mais é do que o jogo levado a sério – seria para Barthes algo não anterior, mas posterior à cultura, ressignificando assim a premissa de Huizinga. O esporte, como ele atesta magistralmente, é feito para relatar o contrato humano. Que alguns profissionais dos meios de comunicação ao lado de parte da academia brasileira possam ao menos aceitar a contribuição do mestre francês.

Referências bibliográficas

- BARTHES, Roland. *Mitologias*. 9.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993.
- _____. O que é o esporte? *Revista Serrote*, São Paulo, 2009, n.3.
- BOURDIEU, Pierre. Programa para uma sociologia do esporte. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- _____. Como é possível ser esportivo? *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- CAILLOIS, Roger. *Os jogos e os homens*. Lisboa: Portugal, 1990.
- DAMATTA, Roberto. *Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- HUIZINGA, Johan. *Homo ludens: o jogo como elemento da cultura*. 2.ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.
- MARQUES, José Carlos. *O futebol em Nelson Rodrigues*. São Paulo: Educ/Fapesp, 2000.

10

JORNALISMO, MEIO AMBIENTE E O CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE

*Pedro Celso Campos*¹

Em seu nascedouro, nos anos 1970, os debates em torno dos problemas ambientais, que já se agravavam, foram sistematizados em torno da palavra “sustentabilidade”. Defendia-se um desenvolvimento que assegurasse o bem-estar das populações atuais, em todo o mundo, mas que não comprometesse o bem-estar das futuras gerações. Discutia-se a necessidade de substituir a utilização dos recursos naturais – em vias de esgotamento – por produtos renováveis, abandonando-se, progressivamente, a era do carbono, que aquece a atmosfera, e avançando para o uso de energias limpas, que não poluem, não degradam. A ênfase na política de reciclagem, no manejo florestal em substituição às queimadas, na preservação da água e na proteção dos mananciais – sempre com a preocupação de deixar para as futuras gerações um mundo mais limpo, onde a vida possa continuar existindo de forma plena – é uma iniciativa ambientalmente sustentável.

Assim, a expressão “sustentabilidade”, que simbolizava todo esse megaprojeto ambiental, ganhou escala nos meios de comunicação, tornando-se conhecida no mundo inteiro. Por isso mesmo, percebendo que, no fundo, o que se pretendia era reduzir os grandes

1 Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp).

lucros da operação capitalista responsável pela destruição da vida no planeta nos últimos 300 anos, e percebendo que o termo caíra no gosto popular, os paladinos do neoliberalismo trataram de “unir-se ao inimigo”, porque não ficava bem combatê-lo. Afinal, não existe capitalismo sem consumo nem consumo sem clientes que “acolham” não só os produtos, mas, principalmente, a *marca* que os representa no mercado mundial. Por isso a ideia de sustentabilidade foi rapidamente incorporada à própria ideia de exploração capitalista, voltada para a exploração da natureza até os seus últimos suspiros desde que o lucro da empresa fosse “sustentável”.

Essa circularidade que leva um conceito a significar o oposto daquilo para o qual foi criado já está presente no corpo teórico que explica o funcionamento dos meios de comunicação. Trata-se da Teoria da Circularidade que integra o produtor e o receptor do discurso comunicacional em um mesmo sistema, conforme veremos adiante. Também está presente na visão sistêmica do fluxo de produtos cujo consumo desenfreado sobrecarrega os ecossistemas. Por isso se discute em países ambientalmente mais evoluídos, como a Alemanha, o Princípio da Responsabilidade do Produtor, tornando o produtor solidariamente responsável pelo lixo final no qual seu produto vai se transformar após a vida útil, principalmente produtos mais duráveis como eletrodomésticos, computadores, carros etc. Por esse princípio, o produto deve sair do berço da fábrica e voltar ao berço da fábrica em vez de ser desviado para o túmulo do lixão ou de um terreno baldio, no final da sua vida útil.

Nesse contexto circular, o consumidor é usuário do produto e não seu proprietário definitivo. O que ele paga pelo produto refere-se ao uso do produto e não ao seu descarte tecnicamente correto (o que exige todo um processo que só o fabricante domina). É de se esperar que os produtos serão menos descartáveis quando o produtor tiver a obrigação de recebê-lo de volta, após o uso, para a desmontagem e reciclagem corretas. Sob esta ótica, o produtor deve vender o produto como *serviço*, não como *lixo*, e se é ele quem recebe pelo produto, é a ele que cabe o dever de reciclá-lo. A isso poderíamos chamar, talvez, “ciclo sustentável de produção e consumo”.

Por tudo isso, entendemos que o estudante de jornalismo, o operador dos meios de comunicação e todas as pessoas com poder de persuasão, nos mais diferentes púlpitos, podem e devem contribuir com uma informação ambiental correta, visando não apenas informar, mas transformar. Concordamos, naturalmente, que todos somos responsáveis pela preservação da vida humana no planeta, mas acreditamos que essa responsabilidade social é ainda maior para os comunicadores. Portanto, não podemos, nós que lidamos com a comunicação, ignorar o debate ambiental. Precisamos estar preparados, no meio acadêmico, na utilização dos gêneros jornalísticos, na condução de entrevistas, na produção de reportagens, em textos assinados ou até na produção de pautas para discutir as questões relacionadas com essa área. As pessoas esperam que expliquemos o significado exato da terminologia ambiental, como neste exemplo, entre tantos outros, da palavra “sustentabilidade” que estudaremos a seguir.

Sustentabilidade

É consenso que a redução do consumo ou, pelo menos, um consumo mais consciente, poderia contribuir com a sustentabilidade da vida humana no planeta. Muitos ambientalistas defendem essa ideia em todo o mundo. No Brasil, destaca-se o trabalho do Instituto Akatu,² entre outros. É uma ideia que poderia ser amplamente apoiada pelos meios de comunicação e pelos comunicadores. Entretanto, muitas vezes ela esbarra em fortes interesses contrários que tendem a estimular o consumo de determinados produtos, mesmo quando prejudiciais à saúde ou embalados com materiais que ficarão sobrecarregando o meio ambiente por séculos, como é o caso do plástico.

Outros defendem a ideia de que os países ricos deveriam se contentar com um crescimento menor para poluir menos. No exemplo do Princípio de Responsabilidade do Produtor, aqui exposto, estaria incluída essa noção de solidariedade coletiva. Mas esse projeto tem

2 Disponível em: <<http://www.akatu.org.br>>.

enfrentado muita resistência na própria Alemanha, um dos primeiros países a se preocupar com o meio ambiente e o primeiro também a levar o debate para a política com a criação do Partido Verde. Naturalmente o modelo de produção capitalista não tem muita afinidade com essas questões de solidariedade. Quando muito, de modo geral, grandes empresas concordam em investir parte de seus lucros em atividades ambientais controladas, destinadas ao “branqueamento” da imagem, porque isso é bom para os negócios. Entretanto, também nesse caso as generalizações podem induzir a graves erros de avaliação. Há, sim, iniciativas sérias de empresas que tentam encontrar um meio-termo entre continuar crescendo sem abrir mão de bons projetos ambientais, como têm feito algumas redes de supermercados ao adotarem sacolas plásticas biodegradáveis, só para mencionar um exemplo. Nesse caso, toda vez que o cliente dessas redes faz a opção de levar os produtos para casa em sacolas de pano e não em sacolas plásticas convencionais, também ele está dando a sua contribuição ao princípio da sustentabilidade.

No entanto, se é grave o problema do lixo produzido pelo excesso de consumo, mais grave ainda são as mudanças climáticas causadas pelo aquecimento global. Nesse particular, a preocupação é quase alarmante, levando a ONU e dirigentes mundiais a insistirem na necessidade da redução da emissão de gases causadores do efeito estufa. Acima da polêmica instalada de que caberia aos países ricos pararem de crescer e aos países em desenvolvimento abrirem mão do crescimento, o certo é que algumas nações têm se destacado na corrida contra o aquecimento. É o caso, por exemplo, do Reino Unido, primeira nação a legislar sobre a meta de cortar 80% das emissões até 2050 e a lançar a ideia de adotar, até 2022, orçamentos quinquenais de carbono, chegando a 2020 com emissões 18% inferiores às de 2008, como relata o professor da USP José Eli da Veiga.³ Segundo ele, também a França está empenhada nesse mesmo sentido, com proposta em andamento para cortar três quartos de suas emissões até 2050. A diferença é que os franceses optaram pela criação de uma “taxa carbono” que vai

3 Cf. Veiga, 2010.

incidir sobre o consumo de combustíveis fósseis, começando com 17 euros por tonelada, desde 2010, mas toda a arrecadação será devolvida à população através de um cheque verde ou de deduções no Imposto de Renda. Trata-se, portanto, de uma medida de conscientização, significando que todos nós – através do nosso consumo ou da nossa pegada ecológica – somos responsáveis pela sustentabilidade.

A luta de todos os países contra o aquecimento global que provoca as fortes mudanças climáticas destina-se a evitar que o nível de aquecimento chegue a 2°C além de seu nível pré-industrial. O professor Veiga cita o Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas – IPCC (criado em 1988 pela ONU, durante convenção do clima em Toronto) para informar que

será loucura deixar que a temperatura global aumente 2 °C além de seu nível pré-industrial porque isto poderia causar desastres já estimados, tais como: entre 0,7 e 4,4 bilhões de pessoas sofreriam de crescente falta de água; haveria queda de rendimentos agrícolas em muitos países pobres; as florestas amazônicas seriam irreversivelmente comprometidas; de 15% a 40% das espécies se extinguiriam; geleiras desapareceriam; o derretimento da placa de gelo da Groenlândia aceleraria a elevação do nível do mar; e o *permafrost* (gelo permanente) siberiano exalaria seu imenso estoque de metano (CH₄), um gás estufa bem mais furioso que o dióxido de carbono (CO₂). (Veiga, 2010, p.74)

Atualmente, tanto pela imposição das leis ambientais quanto pela pressão da opinião pública, nenhum empreendimento pode prosperar sem levar em conta que o aquecimento global é a maior ameaça do momento, maior mesmo que o terrorismo, as armas nucleares, a instabilidade no Oriente Médio etc. E não se pode ignorar o papel que os meios de comunicação exercem para cobrar leis cada vez mais eficientes e esclarecer sempre mais a população. A esse respeito, o professor Veiga explica:

Há quase unanimidade sobre uma espécie de “santíssima trindade” da cruzada contra o aquecimento: a) precificar o carbono, mediante taxaço, comércio e regulação; b) adotar programas que acelerem o

surgimento de tecnologias capazes de descarbonizar as matrizes energéticas; c) informar, educar e persuadir os cidadãos sobre as alterações comportamentais que se impõem. (Op. cit., p.71)

Significa dizer que a sustentabilidade dos lucros precisa dar lugar à sustentabilidade da vida. Desse modo, o jornalista bem informado terá interesse em se aprofundar sobre as razões que levam um empreendimento a propor a destruição de uma área ambiental sob a promessa de gerar empregos e melhorias para a população do entorno. Trata-se de discutir, a partir da pauta, de que sustentabilidade se está falando. E o comunicador deverá cumprir o papel social de denunciar os casos em que, por trás do belo discurso, esconde-se a destruição das condições de vida futura. É isso que também espera a Agenda XXI, adotada em 14 de junho de 1992, na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, no Rio de Janeiro.

Esse compromisso tácito da mídia com a opinião pública está na raiz da própria existência dos meios de comunicação, conforme observado nas teorias da comunicação. Vamos refletir um pouco sobre essa questão, a seguir.

A necessidade de informar

Coincidimos com inúmeras pesquisas que é complicado definir, categoricamente, as motivações da imprensa para descobrirmos por que as notícias são como são. Talvez ajude estudar o contexto em que se dá o processo de comunicação de massa. Em breve olhar sobre as teorias da comunicação vemos a ênfase quantitativa no experimento de Shannon,⁴ no qual já estavam presentes os conceitos de

4 O modelo básico proposto pela teoria de Shannon é um esquema linear destinado a medir, quantitativamente, a emissão e recepção de um sinal a distância. Trata-se de estudar as possibilidades de redução das interferências, ou *ruidos*, que possam prejudicar a eficácia do sinal emitido. Ou seja, Shannon busca o equacionamento de informação com previsibilidade estatística, duas quantidades que podem ser medidas com o logaritmo da recíproca da probabilidade.

redundância, feedback, linearidade, ruído, entropia etc. Mas foi a Teoria Cibernética⁵ que desenvolveu, nos anos 1940, o princípio da circularidade da informação como processo comunicativo, incorporando as bases da Teoria Geral dos Sistemas formulada, no final dos anos 1930, pelo biólogo austríaco Ludwig von Bertalanffy, o qual, por sua vez, inspirou-se nos estudos que o matemático e filósofo inglês Alfred North Whitehead realizou, na década de 1920, sobre uma filosofia fortemente orientada em termos de processo. Na década de 1940, Bertalanffy tentou combinar os vários conceitos do pensamento sistêmico e da biologia orgânica em uma teoria formal dos sistemas vivos.

Embora desconhecido no ocidente, antes de Bertalanffy outro pesquisador formulou uma abordagem sistêmica que incluía também os elementos não vivos. Foi o médico, filósofo e economista russo Alexander Bogdanov, que deu nome à sua teoria de Tectologia, do grego *tekton* (“construtor”), o que pode ser traduzido como Ciência das Estruturas. Essa foi a primeira tentativa, na história da ciência, para chegar a uma formulação sistêmica dos princípios de organização que operam em sistemas vivos e não vivos, apresentada como Ciência Universal da Organização e definida como “a totalidade de conexões entre elementos sistêmicos”. Bogdanov distinguiu três tipos de sistemas: complexos organizados (em que o todo é maior que a soma das partes); complexos desorganizados (em que o todo é menor que a soma das partes) e complexos neutros (em que as atividades organizadora e desorganizadora se cancelam mutuamente).⁶

5 Pode-se entender como complementares os estudos de Shannon e de Wiener, pois enquanto a Teoria da Informação estuda a “reprodução, em um ponto dado, de maneira exata ou aproximativa, de uma mensagem selecionada em outro ponto”, a Teoria Cibernética define que “a soma de informação em um sistema é a medida de seu grau de organização”. A *entropia*, segundo Wiener, é, exatamente, esse grau de desorganização. A verificação do grau de entropia se dará através do retorno (feedback) obtido pelo emissor, surgindo, então, o conceito de circularidade da informação.

6 Blaise Pascal já afirmava três séculos atrás: “Uma vez que todas as coisas são causadas e causadoras, ajudadas e ajudantes, mediatas e imediatas, e todas estão presas por um elo natural e imperceptível, que liga as mais distantes e as mais diferentes, considero impossível conhecer as partes sem conhecer o todo, tanto quanto conhecer o todo sem conhecer, particularmente, as partes” (Morin, 2003, p.116).

A estabilidade e o desenvolvimento de todos os sistemas podem ser entendidos por meio de dois mecanismos organizacionais básicos: formação e regulação. A dinâmica da formação consiste na junção de complexos por intermédio de vários tipos de articulações. Enfatiza, em particular, que a tensão entre crise e transformação tem importância fundamental para a formação de novos complexos. Podemos perceber com mais clareza com os exemplos citados por Edgar Morin, quando trata da interdisciplinaridade:

A noção de informação, originada da prática social, adquiriu um sentido científico, preciso, novo, na teoria de Shannon, depois, migrou para a Biologia para se inserir no gene, onde foi associada à noção de código genético. A Biologia Molecular muitas vezes esquece que, sem essas noções de herança, código, informação, mensagem de origem antropossociomorfa, a organização viva seria ininteligível. [...] Mais importantes são as transposições de esquemas cognitivos de uma disciplina para outra. Assim, Claude Lévi-Strauss não poderia ter elaborado sua antropologia estrutural sem os frequentes encontros que teve em Nova York – nos bares, parece – com R. Jakobson, que já havia elaborado a linguística estrutural; além disso, Jakobson e Lévi-Strauss não se teriam conhecido se ambos não fossem refugiados da Europa: um escapara da Revolução Russa, algumas décadas antes, o outro deixara a França ocupada pelos nazistas. [...] um poderoso antídoto contra o fechamento e o imobilismo das disciplinas vem dos grandes abalos sísmicos da História (inclusive uma guerra mundial), das convulsões e revoltas sociais, que, por acaso, provocam encontros e trocas que permitem a uma disciplina disseminar uma semente da qual nascerá uma nova disciplina. (Morin, 2003, p.108-9)

Assim como Bogdanov, outros cientistas utilizavam, em sua época, os termos “sistema” e “pensamento sistêmico”, mas foram as concepções de Bertalanffy de um sistema aberto e de uma Teoria Geral dos Sistemas que desenvolveram o pensamento sistêmico moderno como um movimento científico de primeira grandeza. Com o forte apoio subsequente da cibernética, as concepções de pensamento sistêmico e de teoria sistêmica tornaram-se partes integrais da lin-

guagem científica estabelecida e levaram a numerosas metodologias e aplicações novas como a engenharia e análise de sistemas.

Estudando a teoria de Bertalanffy, Norbert Wiener a entendeu como uma “lógica da mente”, uma abordagem unificada dos problemas de comunicação e controle, propondo, então, um novo nome: Cibernética, do grego *kybernetes* (“timoneiro”). Logo a Cibernética ganhou espaço próprio nos estudos científicos, pois os ciberneticistas não eram nem biólogos, nem ecologistas. Eram matemáticos, neurocientistas, cientistas sociais e engenheiros. Concentravam-se em padrões de comunicação, especialmente em laços fechados e em redes, o que derivou em teorias afins, todas relacionadas com o funcionamento de sistemas, como a própria Teoria das Redes (aplicada atualmente por Pierre Lévy et al. no estudo do hipertexto), a Teoria dos Gráficos, a Teoria dos Compartimentos, a Teoria do Caos (que comporta a noção de entropia), a Teoria dos Jogos (desenvolvida por Neumann para explicar o comportamento dos jogadores supostamente racionais para obter o máximo de ganhos com o mínimo de perdas mediante adequadas estratégias contra o outro jogador), a Teoria dos Autômatos com entrada (input) e saída (output) que pode ser aplicada no sistema de aprendizagem pelo modelo de tentativa e erro e que foi a base da Máquina de Turing capaz de imprimir a combinação binária de “1” e “0” numa fita, ao infinito. Também surgiram, daí, a Teoria da Decisão (baseada na Teoria Matemática que trata de escolhas entre alternativas), a Teoria da Fila (destinada à otimização de arranjos em condições de aglomeração) etc.

A partir da Teoria Geral dos Sistemas, os ciberneticistas desenvolveram os conceitos de realimentação, autorregulação e auto-organização, pois os estudos cibernéticos estavam ligados à pesquisa militar norte-americana interessada na precisão de canhões antiaéreos. Além de Norbert Wiener e Claude Shannon, os militares contavam com outros matemáticos e engenheiros renomados, como o já citado John von Neumann e Warren McCulloch. As pesquisas conduziram a estudos relacionados com os mecanismos neurais subjacentes aos fenômenos mentais e o desafio era expressá-los em linguagem

matemática explícita, criando uma consciência exata da mente, essa parte do corpo humano ainda tão desconhecida.

A abordagem sistêmica, sendo estritamente interdisciplinar, permite integrar as várias especialidades que caracterizam a ciência moderna mediante a interligação da complexa rede de dados, técnicas e estruturas teóricas de cada campo, aproximando-nos da meta da unidade da ciência, além de ser um importante meio para alcançarmos uma teoria exata nos campos não físicos ou morfo-genéticos.

A esse propósito, o físico indiano Amit Goswami, professor de Física na Universidade do Oregon e de Física Nuclear Teórica na Universidade de Calcutá, propõe um novo paradigma científico que prevê um salto “quântico” em relação ao cartesianismo que separa a realidade em mente (o âmbito da religião) e matéria (o âmbito da ciência) propondo uma janela visionária para a espiritualidade. Para Amit o paradigma separatista newtoniano – baseado em Descartes – saiu-se vitorioso no universo capitalista porque foi bem-sucedido na explicação do cosmo sem Deus, sem consciência. Hoje, porém, a situação de mal-estar que caracteriza o ser humano a partir de qualquer abordagem filosófica só poderá ser vencida com o intercâmbio entre a ciência e a espiritualidade.⁷

Não podemos compreender o processo de comunicação somente à luz do paradigma separatista. Matemáticos, engenheiros e ciberneticistas explicam friamente o processo técnico da comunicação, mas trata-se de uma ênfase quantitativa que nem sempre privilegia os amplos espaços da intencionalidade, do contexto, das diversas influências que perpassam o processo comunicacional. É certo que do ponto de vista lógico uma redação de jornal é como uma caixa-preta – conforme a imagem proposta por Umberto Eco. Ela recebe todo tipo de dados e informações (input) durante o dia, e no outro dia toda aquela montanha de dados sai (output) devidamente organizada e sistematizada para cumprir sua função de informar. É um modelo matematicamente correto, tecnicamente ex-

7 Goswami, 2003, p.12.

plicado. Entretanto, segundo a Teoria de Bertalanffy, esse sistema precisa ser alimentado, o que se fará por meio do planejamento da edição (que inclui as tarefas do pauteiro, a infraestrutura de apoio operacional) etc. O sistema também precisa de retroalimentação e isso virá com a resposta (feedback) do receptor. Nem sempre essa resposta será linear como defendia a antiga Teoria da Agulha Hipodérmica, que aplicava o modelo matemático de Shannon à comunicação de massa, imaginando que os meios agiam instantaneamente sobre a mente do receptor, dirigindo sua conduta como se fosse um autômato.

Com o nível de informação dos dias atuais (basta lembrar que uma edição do *New York Times* contém mais informação do que aquela que as pessoas do século XVII conseguiam ter em toda a sua vida) não seria tão fácil levar as pessoas a acreditarem na invasão da terra pelos marciais como fez Orson Welles na rádio Mercury Theater numa transmissão para o Dia das Bruxas de 1938, a partir da novela de H. G. Wells, *Guerra dos mundos*, ainda que não se possa subestimar o poder de persuasão da televisão, conforme o segmento de público atingido.

O que se observa, de fato, é que a maioria das teorias tradicionais não dão conta de explicar, satisfatoriamente, o processo comunicacional porque, fundamentalmente, não existe uma comunicação direta entre emissor e receptor. O que existe é a intercomunicação de sistemas. Como descreveu Bertalanffy, os sistemas são abertos e estão relacionados com inúmeros subsistemas, acima ou abaixo. Se conceituarmos a redação do jornal como um sistema de comunicação, veremos que se trata de um sistema aberto a outros sistemas que o alimentam com informações (fontes), asseguram sua sobrevivência física (empresa), corrigem seus desvios (pesquisa, concorrência, mercado), selecionam o que será publicado (repórteres, editores) etc. Podem ser vistos como subsistemas os demais vínculos de cada um desses sistemas com outros, como, por exemplo, no caso da empresa, os fornecedores de matéria-prima, os anunciantes, os bancos etc. Todavia, sabemos que toda teoria é parcial na medida em que não dá conta de explicar totalmente a verdade dos fenômenos – e é isto que

impulsiona o processo de conhecimento, através da pesquisa – portanto também a Teoria Geral dos Sistemas é passível de crítica. Para Habermas,⁸ por exemplo,

a Teoria de Sistemas, ao concentrar-se exclusivamente sobre os mecanismos de regulação sistêmica, negligencia a questão da “mudança no caráter da liberdade”, introduzida pela separação dos sistemas de ação do mundo da vida e, sobretudo, a respeito dos impulsos prático-morais de seus membros.

Certamente Habermas está se referindo aos variados graus de consciência individual, que Nietzsche chamará de “vontade de potência”, diante da realidade concreta. Com efeito, os graus de liberdade do indivíduo variam não apenas em decorrência da situação vivida, mas de sua formação ética, moral, cultural etc. Assim, não basta explicar, mecanicamente, o funcionamento dos sistemas. É necessário perceber a rica e incomensurável variedade de sentidos que a ação do indivíduo exerce no interior do processo.

Feito o recorte crítico, é adequado reconhecer que o sistema (de comunicação) se desarticulará (Teoria do Caos) se não conseguir entrar em contato com outro sistema de igual grandeza, o sistema de recepção da mensagem, formado pelos leitores do jornal (ou telespectadores de TV, internautas etc.). Do mesmo modo que o sistema de uma redação está ligado aos sistemas das demais redações formando o sistema comunicacional, também o sistema do receptor está interligado com o sistema das representações sociais.

Ao abordar a “estética da recepção”, o filósofo Hans Robert Jauss (1994) refere-se a uma valorização do receptor, na literatura moderna, a ponto de ele determinar o contexto de produção do discurso. Para se retroalimentar e corrigir permanentemente sua rota – como um sistema que se autorregenera e por isso sobrevive – o sistema de comunicação precisa valorizar, respeitar, acatar e levar a sério a opinião do seu receptor. Na mesma medida, cumpre ao sis-

8 Habermas, 1987, p.451.

tema receptor organizar-se, dentro da sociedade civil, para cobrar qualidade e ética dos meios de comunicação.

Concluiremos, assim, que a Teoria Geral dos Sistemas, confirmando de certa forma a Teoria da Ação Política, está a nos mostrar que o bom êxito da comunicação não se encontra, separadamente, na emissão ou na recepção, mas na contextualização do processo. Sendo assim, se considerarmos que o sistema do receptor está interconectado com o sistema social de recepção, teremos que as notícias devem ser como a sociedade quer e não como os jornalistas ou as organizações querem. Essa ideia de circularidade da informação está presente já na formulação de Lazarsfeld⁹ sobre a importância dos formadores de opinião. Para ele a comunicação não é um processo meramente vertical ou linear. Ela comporta uma horizontalidade (sistêmica) segundo a qual os formadores de opinião são o primeiro degrau na instância de recepção da mensagem.

Na família ou no trabalho sempre encontramos alguém explicando as notícias do dia. E por que é preciso explicá-las? Porque a mídia, no seu elitismo, apresenta-se de costas para o sistema do receptor. Os vários segmentos de público que integram o sistema social recebem de modo diferenciado a mensagem comunicativa. Cada pessoa entende de um modo. Mas todos concordam que o ser humano tem necessidade de se manter informado sobre os fenômenos do mundo. Em certa medida, a satisfação dessa necessidade lhe assegura o sentimento de pertencimento, inserção, participação social, cidadã, cultural etc.

O dever de informar

Além do que recomendam as teorias aqui rapidamente examinadas, os meios de comunicação também devem estar atentos ao seu compromisso ético com as atuais e futuras gerações, bem dentro

9 Mattelart, 1999, p.47-8.

daquilo que se define como “sustentabilidade”. Cabe-lhes o dever de informar corretamente sobre o meio ambiente, privilegiando a preservação da vida, o que, muitas vezes, recomenda uma cobertura continuada e sóbria, em vez do ímpeto sensacionalista voltado apenas para a ampliação da audiência. Por sinal, é necessário reconhecer que a informação bem apurada não é um favor que o veículo de comunicação faz aos seus receptores, é um dever legalmente reconhecido, correspondendo ao direito que todo receptor tem de ser bem informado. Esse tema também tem sido tratado por especialistas do Direito e podemos citar, como exemplo, o renomado jurista Antônio Augusto Cançado Trindade que assim se expressa ao se referir às medidas preventivas na área ambiental e ao reconhecer a preservação do meio ambiente como direito fundamental do cidadão: “As medidas preventivas comportam um direito de informação sobre os projetos e as decisões suscetíveis de ameaçar o meio ambiente e sobretudo um direito de participação no processo decisório da matéria”.¹⁰ Ele também reconhece que “toda estratégia de crescimento, para ser sustentável, deve respeitar o meio ambiente”.

O professor da Universidade de Direito, Economia e Ciências de Paris, Daniel Bardonnnet, ao prefaciar a obra de Trindade (1993), lembra que o direito de participação nas decisões de caráter ambiental está prescrito em diversas recomendações da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), em diversas diretivas da Comunidade Econômica Europeia (CEE), na Carta Mundial da Natureza (adotada por uma resolução da Assembleia Geral das Nações Unidas, em 28 de outubro de 1982) e na Convenção sobre a Conservação da Natureza e dos Recursos Naturais (assinada em Kuala Lumpur, em 9 de julho de 1985, pelos Estados do sudeste asiático).

Em 7 de março de 1992, com a participação de especialistas internacionais, o Seminário Interamericano sobre Direitos Humanos e Meio Ambiente, promovido pelo Instituto Americano de Direitos Humanos, em Brasília, reconheceu que existe uma relação íntima

10 Trindade, 1993, p.21.

entre desenvolvimento e meio ambiente, desenvolvimento e direitos humanos, e meio ambiente e direitos humanos, o que evidencia o pressuposto de que a sustentabilidade não pode se ater apenas a meras questões de lucratividade empresarial. O referido seminário recomendou a necessidade de se desenvolver ainda mais os princípios jurídicos internacionais de responsabilidade por dano ambiental e sua respectiva compensação.

Entretanto, é necessário um estado amplamente democrático para que os meios de comunicação possam cumprir, com liberdade e responsabilidade, a importante tarefa de informar e conscientizar, a julgar pelo item V da resolução aprovada no Seminário de Brasília, aqui transcrita literalmente: “El proceso democrático es esencial para asegurar el desarrollo sustentable, en particular porque garantiza la participación pública y promueve el acceso a la información relativa al medio ambiente” (Trindade, 1993, p.36).

É também no ambiente democrático que se poderá desenvolver, com vontade política e apoio da opinião pública conscientizada pela mídia, as políticas públicas destinadas à erradicação da miséria e pela vida. Com efeito, todos reconhecem que o principal problema ambiental no mundo é a pobreza. Não se pode falar em qualidade de vida quando as pessoas não têm comida, água e saneamento básico. Em nosso país, esse é um problema ainda mais grave segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD):

Na América Latina, as duas Conferências Regionais sobre a Pobreza (Cartagena das Índias, agosto de 1988, e Quito, novembro de 1990), realizadas sob os auspícios do PNUD, estimaram que, enquanto em 1960 a população pobre da região era de 110 milhões (equivalente a 51% da população), em 1986 verificou-se um total de 250 milhões de pessoas em condições de pobreza (correspondente a 61% da população da região), tendo-se elevado este número, em 1990, para 270 milhões de pobres (62% da população). Ainda segundo os dados das referidas Conferências Regionais do PNUD, o país latino-americano com maior número de pobres é o Brasil (62,3 milhões, equivalentes a 36% do total regional).

A estimativa do PNUD, na época, era que o número de pobres da América Latina passaria de 300 milhões na virada do século.

Quando refletimos sobre esses dados, vemos o importante papel que têm os comunicadores e a mídia de levantarem um debate amplo e aprofundado sobre tais questões, discutindo com os setores competentes a formulação de políticas públicas voltadas para a inclusão social e a defesa da vida. É nesse sentido que devemos examinar os fundamentos da sustentabilidade proposta em determinados projetos. Coincidimos com Trindade (1993, p.110) que o desenvolvimento sustentável implica um novo conceito a abranger não só o crescimento econômico, mas também o provimento de justiça e oportunidades para todos, visto que o crescimento assim entendido passa a ser um imperativo (em vez de uma opção), sendo seu objetivo primordial a proteção da vida humana. Por isso, o PNUD não mede mais o crescimento pelo antigo Produto Nacional Bruto (PNB) – ainda tão comemorado no Brasil – mas pela conjunção de dois outros índices: o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e o Índice de Liberdade Política (ILP). São indicadores que não medem apenas o crescimento econômico, mas também a esperança de vida, a educação e as liberdades públicas, enfim, a felicidade das pessoas, consubstanciada entre os novos direitos humanos, também chamados “direitos de solidariedade”.

Nos países democráticos a mídia tem a oportunidade de fiscalizar os poderes públicos em benefício da sociedade, o que, por si só, exige um comportamento igualmente democrático e ético da própria mídia, atuando a serviço da sociedade e não contra ela. O direito a um meio ambiente sadio requer a proteção contra os atos danosos dos estados assim como dos particulares, e impõe deveres ao Estado, aos grupos ou coletividades e aos indivíduos, segundo Trindade (1993, p.116).

A Comissão Brundtland também considerou o reconhecimento do

direito de os indivíduos conhecerem e terem acesso às informações correntes sobre o estado do meio ambiente e dos recursos naturais, o direito

de serem consultados e de participarem do processo decisório relativo a atividades que possam ter um efeito significativo sobre o meio ambiente. (Trindade, 1993, p.119)

Na mesma linha, a já citada Agenda 21, ao referir-se aos problemas prementes de hoje e aos desafios deste novo século, sustenta “a mais ampla participação pública e o engajamento ativo das organizações não governamentais e outros grupos”, conforme se lê em seu capítulo 1, parágrafo 3.

Igualmente, o relatório “Nossa Própria Agenda” (1990) preparado pela Comissão Latino-Americana e Caribenha sobre Desenvolvimento e Meio Ambiente, destinado a desenvolver uma visão regional da temática ambiental antes da Rio Eco-92, observou que o desenvolvimento sustentável não será possível sem a verdadeira democracia, sem a responsabilidade conjunta do Estado e da sociedade, o que pressupõe a existência de uma sociedade bem informada, uma mobilização social em prol do desenvolvimento sustentável e a habilidade dos cidadãos de controlar o Estado, frisando ainda que “uma democracia participativa caracteriza-se por uma proliferação de organizações que servem como intermediários entre o Estado e a sociedade”. É o que vimos ao estudar as teorias da comunicação, portanto não restam dúvidas quanto ao papel ativo e protagonista dos meios de comunicação e dos comunicadores.

Considerações finais

Vimos neste artigo que o termo “sustentabilidade” tem tido aplicação ampla, mas consideramos que é dever dos comunicadores informar adequadamente sobre as questões relacionadas ao meio ambiente, porque os receptores da mídia têm direito à informação correta e bem apurada. Relacionamos alguns documentos da ONU que defendem esse direito, tanto como a ampla participação popular em ambiente plural e democrático, sobre iniciativas públicas ou privadas que causem impacto ao meio ambiente. Também estudamos

o compromisso ético dos meios à luz das teorias da comunicação, destacando-se a Teoria da Circularidade.

É necessário levar em conta, contudo, que não apenas a sociedade, mas também a própria mídia está mudando velozmente em nossos dias. A sociedade em rede descrita por Castells é cada vez mais um lugar de produção de conteúdos e não apenas de recepção. A destronada relação informativa “um para todos” deu lugar a uma produção viral que democratizou o espaço público antes concentrado na mídia. O que vimos recentemente no norte da África e no Oriente Médio – sem contar o que já tínhamos visto antes na invasão do Iraque – está a comprovar que a mídia social tem enorme poder de comunicação e de persuasão. É a poderosa arma dos jovens contra as opressões, a corrupção, os desmandos, as ditaduras, as medidas antissociais, os atentados aos direitos humanos; e naturalmente a serviço da vida e, portanto, do meio ambiente.

Isso significa que os meios convencionais de comunicação perderão o bonde da história se não cuidarem de acompanhar essa revolução dos jovens e das novas tecnologias colocando-se inteiramente em defesa de uma sustentabilidade sem subterfúgios, sem meios conceitos, sem falsidade ideológica, que tenha a vida humana como razão de ser.

Certamente é pela necessidade de se firmar tal conceito que a Conferência da ONU prevista para 2012, a Rio+20, terá como tema o “Desenvolvimento sustentável”. Trata-se de uma evolução natural das conferências anteriores centradas sobre “O homem e o meio ambiente – Estocolmo, 1972” e “O meio ambiente e o desenvolvimento – Rio, 1992”.

Cabe aqui, para finalizar, mais uma oportuna observação do jurista Antônio Augusto Cançado Trindade (1993): “Cada ser humano, como portador e criador de cultura, há de contribuir para transformar a realidade. E esta cultura, ao abrigar valores comuns superiores, será o *substratum* do direito comum da humanidade que desponta neste novo século”.

Referências bibliográficas

- ABRAMO, C. *A regra do jogo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos ideológicos de estado*. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- BELTRÃO, L.; QUIRINO, N. O. *Subsídios para uma teoria da comunicação de massa*. São Paulo: Summus, 1986.
- CASTELS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- ECO, U. *Apocalípticos e integrados*. Trad. Pérola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 1993.
- FERRY, L. *A nova ordem ecológica: a árvore, o animal, o homem*. Trad. de Fernando Castro Ferro. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.
- FURTADO, C. *O mito do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- GENRO, A. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1987.
- GOSWAMI, A. *A janela visionária*. Trad. Paulo Salles. São Paulo: Cultrix, 2003.
- HABERMAS, J. *Teoria de la acción comunicativa I e II*. Madrid: Taurus, 1987.
- HALIME, S. *Os novos cães de guarda*. Trad. Guilherme Teixeira. São Paulo: Vozes, 1998.
- JAUSS, H. R. *A história da literatura como provocação à teoria literária*. São Paulo: Ática, 1994.
- LEFF, H. *Epistemologia ambiental*. Trad. Sandra Valenzuela. 3.ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- LITTLEJOHN, S. W. *Fundamentos teóricos da comunicação humana*. Trad. Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- LUTZENBERGER, J. *Manual de ecologia – do jardim ao poder*. Porto Alegre: L&PM, 2004.
- MARTINS, J. P. S. *Terra, nave mãe – por um socialismo ecológico*. São Paulo: Traço, 1991.
- MATTELART, A. e M. *História das teorias da comunicação*. Trad. Luis Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 1999.

- MORETZSOHN, Sylvia. *Pensando contra os fatos – jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- MORIN, E. *A cabeça bem feita*. Trad. Eloá Jacobina. 8.ed. São Paulo: Bertrand Brasil, 2003.
- _____. *O enigma do homem – para uma nova antropologia*. Trad. Fernando Castro Ferro. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.
- MOSER, A. *O problema ecológico e suas implicações éticas*. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1984.
- OLIVEIRA, I. C. A. *Teorias da comunicação*. Pará de Minas: Virtual Books Online M&M Editores, 2003. Disponível em: <<http://www.virtual-books.com.br>>.
- ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2000.
- RAMONET, Ignácio. *A tirania da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- SACHS, I. *Ecodesenvolvimento – crescer sem destruir*. Trad. Eneida Araújo. São Paulo: Vértice, 1986.
- SCHUMACHER, C. F. *O negócio é ser pequeno*. São Paulo: Zahar, 1977.
- SEMPERE J. & RIECHMENN, J. *Sociologia y medio ambiente*. Madri: Editorial Síntesis, 2000.
- THUROW, L. C. *O futuro do capitalismo – como as forças econômicas moldam o mundo de amanhã*. Trad. Nivaldo Montingelli Jr. 2.ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2004. v.1.
- TRINDADE, A. A. C. *Direitos humanos e meio ambiente: paralelo dos sistemas de proteção internacional*. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris Editor, 1993.
- VEIGA, J. E. *Sustentabilidade – a legitimação de um novo valor*. São Paulo: Senac, 2010.

SOBRE O LIVRO

Formato: 14 x 21 cm

Mancha: 10,0 x 17,1 cm

Tipologia: Horley Old Style 10,5/14

1ª edição: 2011

EQUIPE DE REALIZAÇÃO

Coordenação geral

Arlete Zebber

