

Série

11

NUPECC

TEORIAS

DA COMUNICAÇÃO:

LEITURAS & APLICAÇÕES

ANTONIO HOHLFELDT
FRANCISCO GONÇALVES DA CONCEIÇÃO



ediPUCRS

**TEORIAS DA COMUNICAÇÃO
LEITURAS & APLICAÇÕES**



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

Chanceler

Dom Jaime Spengler

Reitor

Joaquim Clotet

Vice-Reitor

Evilázio Teixeira

Conselho Editorial

Presidente

Jorge Luis Nicolas Audy

Diretor da EDIPUCRS

Gilberto Keller de Andrade

Editor-Chefe

Jorge Campos da Costa

Agemir Bavaresco

Augusto Buchweitz

Carlos Gerbase

Carlos Graeff-Teixeira

Clarice Beatriz da Costa Söhngen

Cláudio Luís C. Frankenberg

Érico João Hammes

Gleny Terezinha Guimarães

Lauro Kopper Filho

Luiz Eduardo Ourique

Luis Humberto de Mello Villwock

Valéria Pinheiro Raymundo

Vera Wannmacher Pereira

Wilson Marchionatti

Antonio Hohlfeldt
Francisco Gonçalves da Conceição
Organizadores

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO LEITURAS & APLICAÇÕES

© EDIPUCRS 2015

DESIGN GRÁFICO [CAPA] Shaiani Duarte

DESIGN GRÁFICO [DIAGRAMAÇÃO] Rodrigo Valls

REVISÃO DE TEXTO Dos autores

Edição revisada segundo o novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa.



EDIPUCRS – Editora Universitária da PUCRS

Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 33
Caixa Postal 1429 – CEP 90619-900
Porto Alegre – RS – Brasil
Fone/fax: (51) 3320 3711
E-mail: edipucrs@pucrs.br
Site: www.pucrs.br/edipucrs

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T314 Teorias da comunicação [recurso eletrônico] : leituras e aplicações / organizadores Antonio Hohlfeldt, Francisco Gonçalves da Conceição. – Dados Eletrônicos. – Porto Alegre : EDIPUCRS, 2015.
195 p. – (Série NUPECC ; 11)

Modo de Acesso: <<http://www.pucrs.br/edipucrs>>
ISBN 978-85-397-0770-6

1. Comunicação Social. 2. Teoria da Comunicação.
I. Hohlfeldt, Antonio. II. Conceição, Francisco Gonçalves da.
III. Título.

CDD 301.14

Ficha catalográfica elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação da BC-PUCRS.

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. Proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, especialmente por sistemas gráficos, microfilmicos, fotográficos, reprográficos, fonográficos, videográficos. Vedada a memorização e/ou a recuperação total ou parcial, bem como a inclusão de qualquer parte desta obra em qualquer sistema de processamento de dados. Essas proibições aplicam-se também às características gráficas da obra e à sua editoração. A violação dos direitos autorais é punível como crime (art. 184 e parágrafos, do Código Penal), com pena de prisão e multa, conjuntamente com busca e apreensão e indenizações diversas (arts. 101 a 110 da Lei 9.610, de 19.02.1998, Lei dos Direitos Autorais).

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	7
DA NOVELA PARA A VIDA: AGENDAMENTO E NARRATIVIDADE.....	9
LARISSA LEDA FONSECA ROCHA	
TRÍADE DE FORMAÇÃO DA COMUNICAÇÃO NAS RELAÇÕES PÚBLICAS NA PERSPECTIVA DO MODELO E → M → R.....	25
MARIA DO CARMO PRAZERES SILVA	
EM BUSCA DA IDENTIDADE PERDIDA: A CRISE DE RACIONALIDADE DO JORNALISMO IMPRESSO	37
JOSEFA MELO E SOUSA BENTIVI ANDRADE – ZEFINHA BENTIVI	
RELEASE NOS JORNAIS <i>O PROGRESSO</i> E <i>CORREIO POPULAR</i>, DE IMPERATRIZ (MA)	59
MARCO ANTÔNIO GEHLEN	
O EMBATE DE OPINIÕES DAS FONTES NO DISCURSO SOBRE A REFORMA PSIQUIÁTRICA NO JORNAL FOLHA DE S. PAULO.....	81
DENISE CRISTINA AYRES GOMES	
“SENHORES REDACTORES”: A POLÍTICA NAS CARTAS DOS LEITORES DO JORNAL <i>O CONCILIADOR</i> DO ANO DE 1821	95
ROSEANE ARCANJO PINHEIRO	
O CAMPO DA COMUNICAÇÃO E O CONCEITO DE DIÁLOGO EM BAKHTIN: CONTRIBUIÇÃO À INVESTIGAÇÃO SOBRE INTERAÇÃO DIALÓGICA NOS AMBIENTES DIGITAIS NA INTERNET	109
LUCIANA SARAIVA DE OLIVEIRA JERÔNIMO	

**O INFERNO SÃO OS OUTROS: ESTUDO DO POTENCIAL DE
CONVERSAÇÃO DOS COMENTÁRIOS NA WEB..... 127**

THAÍSA BUENO

**JORNALISMO COLABORATIVO E GEOLOCALIZADO:
O CASO DO SITE “FOGO NO BARRACO”141**

LUCAS REINO

**A NOÇÃO DE MÚSICA POPULAR: NOTAS SOBRE
UM ADJETIVO MAL-EMPREGADO 153**

MÁRCIO LEONARDO MONTEIRO COSTA

BUMBA-MEU-BOI: UMA PRÁTICA FOLKCOMUNICACIONAL 165

LETÍCIA CONCEIÇÃO MARTINS CARDOSO

**OLHA O TEATRO NO MEIO DA RUA! COMUNICAÇÃO, CONSUMO
E CIDADANIA NO ESPAÇO PÚBLICO CONTEMPORÂNEO 183**

MICHELLE NASCIMENTO CABRAL FONSECA

APRESENTAÇÃO

Os textos publicados nesta coletânea, dedicados à releitura das teorias da Comunicação, são resultados de três encontros. O primeiro é o da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) com a Universidade Federal do Maranhão (UFMA), através do Doutorado Interinstitucional em Comunicação, com o apoio da CAPES, e a meta de formar vinte doutores; todos professores dos cursos de Comunicação Social (São Luís), Jornalismo (Imperatriz) e Letras (São Luís).

O segundo é o encontro dos Brasis e de suas perspectivas históricas, geográficas e acadêmicas. Na centenária cidade de São Luís, nas fronteiras entre o norte e o nordeste do Brasil, professores de diferentes trajetórias acadêmicas e perspectivas teóricas se encontram em um espaço singular de colaboração institucional, formação de doutores e articulação de redes de pesquisa. O Estado do Maranhão, local desse encontro, integra simultaneamente a Região Nordeste e a Amazônia Legal.

O terceiro encontro que constitui essa coletânea reside na escolha dos alunos do DINTER dos seus objetos de pesquisa e dos autores de referência, com suas categorias e abordagens. O encontro/confronto entre objetos, autores, categorias e lugares de fala permite novas releituras das teorias da Comunicação, a partir das questões postas pelas dinâmicas do campo comunicacional no território brasileiro e pelas mediações dos orientadores e suas perspectivas teóricas e metodológicas.

A publicação dessa coletânea, resultado do trabalho desenvolvido pelos alunos do DINTER na disciplina Teorias de Comunicação, ministrada pelo Prof. Antonio Hohlfeldt, ensejará outros encontros/desencontros, desta vez com os leitores, que poderão, a partir dos objetos e das tematizações desenvolvidas nos artigos, fazer novas releituras. O que estes

textos demonstram é que em todo processo de pesquisa e formação de pesquisador, a teoria não é um campo tranqüilo, mas de instabilidades

Antonio Hohlfeldt
Francisco Gonçalves

DA NOVELA PARA A VIDA: AGENDAMENTO E NARRATIVIDADE

LARISSA LEDA FONSECA ROCHA¹

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Data do início dos anos 1990 uma segunda mudança absolutamente significativa dos padrões narrativos da telenovela brasileira. A primeira mudança, acontecida 30 anos antes, é marcada pela apresentação, na TV Tupi, em 1968, da novela² **Beto Rockefeller**, e inaugura uma fase denominada por Lopes (2009) de *realista*. A fase anterior, a *sentimental*, iniciara-se junto com a história da novela e da própria televisão no Brasil, em 1950.

A fase *naturalista*, como é denominado o momento em que é observada a mudança ocorrida a partir dos anos de 1990, é caracterizada pela presença de uma narrativa fortemente marcada pela verossimilhança com a vida vivida. O discurso é identificado pela realidade/verdade e o que se passa na tela tem relação direta com o que se vive na vida. Isso permite o amplo desenvolvimento de ações de caráter pedagógico, que ganham credibilidade e legitimidade para interceder junto aos telespectadores. Essa proposta narrativa mostra-se local privilegiado para que campanhas de doação de órgãos, sangue e medula óssea alcancem resultados surpreendentes, para que estatutos com o andamento paralisado há anos no

¹ Doutoranda em Comunicação Social pela PUC-RS. Mestre em Comunicação Social pela UFF. Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMA. Autora do livro "Diluído Fronteiras: hibridizações entre a realidade e a ficcionalidade na narrativa da telenovela" (Edufma). Coordenadora do projeto de pesquisa financiado pela Fapema "Maldade em outra ótica: a feiura moral sob o véu da beleza na narrativa da telenovela". Editora da Revista Cambiassu, do Departamento de Comunicação Social da UFMA. E-mail: larissaleda@gmail.com

² Por economia de grafia, ao longo deste trabalho, todas as vezes que grafarmos novela, estaremos nos referindo à telenovela brasileira, narrativa seriada exibida diariamente, menos aos domingos, com média de 200 capítulos.

Congresso Nacional sejam aprovados, para que vozes da sociedade sejam ouvidas de modo realista e natural.

Contemporaneamente, a novela vem nos mostrando, em diversas ocasiões que serão apresentadas ao longo deste texto, sua capacidade de transformar temas do interesse de seus autores em centro de discussões públicas e privadas, efetivando claramente o efeito de agendamento explicado pela hipótese da *agenda-setting*, originalmente dedicada a pensar tal capacidade realizada por veículos jornalísticos. Nenhuma estranheza nisso, se pensarmos o quanto esta fase naturalista da novela promove, incentiva e até mesmo tira proveito (comercial e narrativo) da hibridização entre os âmbitos da realidade e da ficcionalidade. Trata-se, contemporaneamente, de um modelo narrativo da novela brasileira marcado pela hibridização entre tais âmbitos, pelo *merchandising* social e pelo agendamento.

2. NOVELAS E SUAS NARRATIVAS

O desenvolvimento dos padrões narrativos da novela não se dá de forma descontextualizada. Ele está inserido num contexto de desenvolvimento modernizante da sociedade brasileira, assim como responde a um cenário político, cultural e tecnológico não menos importante. Se, no início da televisão no Brasil, as novelas eram marcadas pelo intenso melodrama, produzindo narrativas centradas nos conflitos amorosos, com profunda dicotomia entre os personagens e recheadas de lições moralistas, no final dos anos 1960, a TV Tupi leva ao ar uma novela que se auto-referenciava, trazia músicas populares, personagens com nomes nacionais que andavam na rua e um protagonista que não era exatamente o exemplo de bom moço. **Beto Rockefeller** (TV Tupi, 1968) propôs uma narrativa coloquial, que reproduzia fatos e *fofocas* tiradas de notícias de revistas e jornais da época, deixava clara sua preocupação em trazer o cotidiano para a telenovela. **Beto Rockefeller**, naturalmente, não surgiu inesperadamente. Foi o resultado de sucessivas tentativas e movimentos para introduzir, nas novelas, um pouco da realidade brasileira, o que determinou uma reorientação da tradição folhetinesca, e a aclimação das histórias e formas de contar a

elementos que permitissem ao telespectador identificar-se com as tramas, personagens e lugares apresentados. A ideia era aproximar a novela, ao menos pelos cenários e personagens, à realidade nacional.

Esse movimento, que inaugura a fase *realista* (1968-1990), foi o resultado de alguns elementos historicamente justificados. Inicialmente, a produção de uma narrativa mais realista respondeu à demanda dos anunciantes, que precisavam de histórias o mais verossímeis possíveis, pois assim aumentariam as oportunidades de identificação do público com personagens e suas questões. A matemática era simples: quando mais os problemas fossem próximos daqueles do dia-a-dia, mais telespectadores iriam acompanhar a trama. E, quanto maior o público telespectador, maior o público consumidor dos anúncios.

O Brasil vivia um momento no qual a vida urbana se transformava, modernizava-se e as tramas das novelas precisavam acompanhar essas mudanças. Ao mesmo tempo em que os personagens começaram a caminhar pelas ruas das cidades – elas agora existiam na novela – as histórias abandonaram um pouco os temas clássicos e puderam versar sobre tramas policiais e intrigas geracionais, por exemplo.

Além da modernização da sociedade brasileira, que exigiu das narrativas televisuais uma adequação a tramas que estivessem mais próximas do cotidiano, as modificações na estrutura narrativa também são o resultado da incorporação de autores que estavam mais alinhados com uma postura político-partidária de esquerda e foram seduzidos por um projeto nacionalista. A produção desses autores estava bastante conectada pelo realismo.

Finalmente, havia o Estado sob controle dos militares, que demandava da indústria cultural uma produção referente à realidade brasileira. “As alterações do padrão ficcional nos anos 70 estão combinadas também com acomodações nas preferências do público em relação ao gênero. Nos afastamos da telenovela concebida como *coisa de mulher*, tradição que havia se consolidado com a radionovela” (ORTIZ; BORELLI; RAMOS, 1991, p. 100).

Na verdade, entre os anos 1970 e 1980, novelas de cunho mais melodramático vão conviver com outras cuja trama aproximava-se do modelo rea-

lista. As novelas de gênero melodramático vão se opor às novelas temáticas que buscam se legitimar exatamente pelos temas (políticos, econômicos, sociais) que abordam. A temática feminina ainda é dominante, mas, a partir da emergência desse novo modelo, ela é retrabalhada, adequando-se a um novo cenário social, trazido pela modernização. É o que Ortiz, Borelli e Ramos (1991, p. 106) chamam de *folhetim modernizado*, onde “temas folhetinescos são adaptados à realidade brasileira”.

Aparece, portanto, a partir da exibição de **Beto Rockefeller**, o que Martin-Barbero e Rey (2001, p. 120) chamaram de *modelo moderno*, próprio do Brasil que, “sem romper de todo o esquema melodramático, irá incorporar um realismo que possibilita a *cotidianização da narrativa* e o encontro do gênero com a história e com algumas matrizes culturais do Brasil”. A fase, inaugurada pela novela da TV Tupi, é identificada por uma narrativa realista, que buscava referenciar a realidade, criando, na tela, histórias possíveis de serem vividas. A ideia, que foi se sofisticando ao longo das décadas seguintes, era criar uma história que fizesse pensar que o que se passava lá, na tela, era bem possível que se passasse aqui, nas tramas da vida de cada um.

Lopes (2009) nos fala da redefinição dos padrões narrativos da novela brasileira, a partir dos anos 1990. É a segunda mudança significativa de que falamos no começo. A fase *naturalista* (de 1990 aos dias atuais) é marcada por histórias que passam a trabalhar temas sociais na trama, a partir de uma forte representação naturalista, buscando, ao máximo, o efeito de verossimilhança. É por meio dele que esta fase misturará muito intensamente âmbitos da realidade e da ficcionalidade, promovendo a efetivação do *merchandising* social que assume temas pontuais da agenda pública e permite que a novela funcione como *recurso comunicativo*.

Pensar a novela como *recurso comunicativo* exige vê-la como uma narrativa na qual se desenvolvem ações pedagógicas implícitas e deliberadas, que podem gerar políticas de comunicação e de cultura no país. Ou seja, “é reconhecer a telenovela como componente de políticas de comunicação/cultura que perseguem o desenvolvimento da cidadania e dos direitos humanos na sociedade” (LOPES, 2009, p. 32). A novela constitui um recurso

comunicativo, pois junta sua matriz melodramática³ ao tratamento naturalista de temas de importância social “como ferramenta da verossimilhança de suas narrativas e do efeito de credibilidade que alcançou”.

A novela também pode ser compreendida como uma “narrativa da nação” (LOPES, 2009). Sendo o principal produto da indústria televisiva brasileira, a novela tem a capacidade de se colocar como um amplo espaço de problematização do Brasil, tanto no que se refere à privacidade dos lares e à vida experimentada, quanto ao que diz respeito aos problemas sociais e à vida contada. Pode ser considerada como um dos fenômenos que melhor representa a modernidade brasileira, “por combinar arcaico com moderno, por fundir dispositivos narrativos anacrônicos e imaginários modernos e por ter sua história fortemente marcada pela dialética nacionalidade-midiatização” (LOPES, 2009, p. 22). Por isso, podemos considerá-la como uma *narrativa da nação*, onde os brasileiros se reconhecem e se identificam. A novela tem o poder de “se expressar como nação imaginada” (LOPES, 2009, p.31) que, mesmo sujeita à imensa variabilidade de interpretações, mantém sua verossimilhança, legitimidade e credibilidade.

3. CONCEITO DE AGENDAMENTO

Quando é organizada como hipótese no universo das teorias da comunicação, em finais dos anos 1970, a *agenda-setting* preocupava-se com o jornalismo e, sobretudo, determinava que este poder, de fazer as pessoas incluírem ou excluírem temas de seus conhecimentos – e dar-lhes ênfase – a partir do que fazia a mídia, num movimento de empréstimo desta ao público, era exercido excelentemente pela mídia impressa. A formulação clássica da hipótese não fala de persuasão ou de definição do que deve pensar o público, mas da apresentação, pela mídia, daquilo que é necessário que o

³ É possível considerar que a novela tem como matriz fundamental o melodrama e pode ser recuperada em três momentos fundamentais que se fundem e hibridizam-se – além de se permearem com o histórico político, cultural e tecnológico da história das comunicações no Brasil – para conformar os moldes do que hoje chamamos de telenovela brasileira. Esse três momentos, ou três bases, são o folhetim francês do século XIX, as radionovelas e o cinema de lágrimas latino-americanos e a *soap-opera* norte-americana. Ver mais em: ROCHA, Larissa Leda Fonseca. *Diluindo fronteiras: Hibridizações entre o real e o ficcional na narrativa da telenovela*. São Luís: Edufma, 2011.

público debata, questione, tenha uma opinião, ou seja, “que a compreensão das pessoas em relação à grande parte da realidade social lhes é modificada pelos meios de comunicação de massa” (SHAW apud WOLF, p. 143, 2008).

É preciso destacar dois pontos. A hipótese leva em consideração a enorme diversidade existente entre a quantidade de leituras e releituras da realidade social⁴ produzidas pela mídia, bem como as experiências que os sujeitos já possuem, aquelas pessoais e diretamente vividas. E também decreta uma condição: em centros urbanos mais desenvolvidos, social e tecnologicamente, cada vez mais aumentam as experiências que são vividas a distância pelos cidadãos, através dos relatos da mídia, mas que não são experimentadas realmente, na vida rotineira e cotidiana de cada um. Cresce, portanto, uma “dependência cognitiva da mídia”, que tem sobre o público um impacto direto, mas não imediato, sistematizado em dois níveis: “a *ordem do dia* dos temas presentes na agenda da mídia” e a “hierarquia de importância e prioridade com que esses elementos estão dispostos na *ordem do dia*” (WOLF, 2008, p. 145-146).

No entanto, a hipótese da *agenda-setting* abre espaço para o que vem do público, rompendo com o modo de compreensão da relação massa-meios de comunicação que havia dominado o panorama da Mass Communication Research, entre os anos de 1920 e 1960, nos Estados Unidos⁵. A predisposição inicial dos eleitores⁶ é levada em consideração, ao se pensar no efeito indireto da agenda, que perpassa tais predisposições. Há, aí, uma relação negociada a ser entendida e pesquisada, e não uma determinação fatal dos

⁴ Compreendemos a complexidade da discussão sobre realidade social e toda uma gama de estudos e debates sobre o assunto. No entanto, não é nosso objetivo aqui nos aprofundarmos na questão. Ao falarmos de realidade, estamos nos referindo aos fatos reais da vida pessoal e social. Mais à frente, neste texto, faremos uma distinção entre os âmbitos do real e do ficcional, mas também apenas como uma diferença importante para a compreensão do nosso objeto, sem nos aprofundarmos nesta profícua questão.

⁵ Mais em ARAÚJO, Carlos Alberto. “A pesquisa Norte-Americana”. In: HOLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C., FRANÇA, Vera Veiga. *Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2010.

⁶ Falamos aqui em eleitores, pois as pesquisas para a formulação e estabelecimento da hipótese da *agenda-setting* foram realizadas durante campanhas eleitorais nos Estados Unidos e tinham nos eleitores seus sujeitos pesquisados.

meios de comunicação de massa que é obedecida pelo público. Wolf (2008, p. 153) afirma que “a formação da agenda do público torna-se o resultado de algo muito mais complexo do que a *simples* estruturação de uma ordem do dia de temas e problemas por parte da mídia”. Sim, era preciso levar em consideração os hábitos dos eleitores, seus conhecimentos prévios, suas decisões de relevância dos assuntos, ao se pensar na capacidade e abrangência do agendamento. “Delineia-se uma tendência à *persuasão temperada pela persistência*: as opiniões pessoais dos destinatários parecem agir no sentido de integrar a agenda subjetiva com a proposta pela mídia” (WOLF, 2008, p. 155).

Pesquisas realizadas em finais dos anos 1970 e início dos anos 1980 chegaram a duas considerações finais: a primeira era que diferentes mídias têm capacidades diferentes de agendamento – e a televisão parecia ser menos influente do que a comunicação escrita; a segunda era que temas e aspectos privilegiados de um assunto mudam de uma mídia para outra.

Hohlfeldt (2010, p. 193) sintetiza claramente: “Dependendo da mídia, sofreremos sua influência, não a curto, mas a médio e longo prazos, não nos impondo determinados conceitos, mas incluindo em nossas preocupações certos temas que, de outro modo, não chegariam a nosso conhecimento e, muito menos, tornar-se-iam temas de nossa agenda”.

Nesses termos, as pesquisas da hipótese da *agenda-setting* estabeleceram, inicialmente, que a televisão – ao contrário da mídia impressa – efetivava um “efeito de *agenda-setting*”, que fornecia uma “situação de aprendizagem impossível” e que era inadequada para “determinar, no público, um conjunto de conhecimentos precisos”, o “perfil alto da agenda”, prestando-se apenas a um “perfil baixo”, caracterizado pela centralidade em “âmbitos simbólicos mais vastos e genéricos” (WOLF, 2008, p.151). Dito de outro modo, a televisão conseguia produzir agendamento – não havia uma incapacidade absoluta de provocá-lo – mas efetivava-se de modo superficial, genérico e com pouco poder de produção de conhecimento no público.

São as pesquisas de McCombs (apud WOLF, 2008) que apontam uma releitura dessa categorização de perfil alto e baixo da agenda e falam de

uma “divisão do trabalho de influência”. Segundo ele, a mídia impressa e a televisão se prestavam, realmente, a agendas de natureza diferentes, mas cada uma tinha maior funcionalidade em uma fase distinta do processo de agendamento. Aos jornais impressos era razoável falar em *agenda-setting*, para a televisão deveríamos falar em *ênfase* (ou *spot-lighting*): “muitas vezes, a natureza fundamental da agenda parece ser organizada pelos jornais, enquanto a televisão essencialmente reorganiza ou reordena os temas principais da agenda” (MCCOMBS apud WOLF, 2008, p. 163). A televisão, portanto, tinha uma funcionalidade diferente de agendamento. Se a mídia impressa era considerada mais importante em fases iniciais do agendamento de um tema, a televisão saía-se melhor nas fases finais, ao conferir um peso maior no reforço de temas dominantes.

Surge, então, a questão da *tematização*. Na análise dos meios de comunicação de massa, os temas trabalhados não são iguais em importância para os diferentes meios. Wolf (2008, p. 165) nos explica: “Por esse termo, entende-se a transformação e o desenvolvimento de um certo número de acontecimentos e fatos distintos, num único âmbito de relevância, que justamente acaba sendo tematizado”. Tematizar é colocar um assunto sob os holofotes de atenção para que o público identifique ali algo a ser cuidadosamente observado, é trazer para a *ordem do dia*, dar ao assunto um acento adequado e localizá-lo em importância e singularidade diante do fluxo informativo, movido pela mídia.

O que então distingue um tema de um evento ou de uma classe de eventos, à qual já tenham sido atribuídos relevância e maior empenho de comunicação, é, nesta acepção, não apenas a reunião de uma série de eventos e com uma duração consistente, dentro de uma seção ad hoc (específica, temporal e espacialmente limitada), mas o fato de se fazer convergir essa mesma série de eventos na indicação de um problema que tenha um significado público e que reivindique uma solução (ou decisão) (ROSITI apud WOLF, 2008, p. 165).

Reside aí um ponto fundamental para compreendermos o sofisticado processo de tematização produzido pelas novelas, hoje, no Brasil, por meio

do *merchandising* social. E mais: há uma dimensão implícita na tematização, que não escapa aos estudos da hipótese da *agenda-setting*, o caráter público do tema, sua relevância social: “nem todo acontecimento ou problema é suscetível de tematização, apenas os que denotam alguma relevância político-social” (WOLF, 2008, p. 166). Continua Wolf dizendo que a tematização é feita pelos meios respeitando determinados limites que não são definidos por eles mesmos, mas a partir da observação daquilo que vem do público, daquilo que reconhecem e cultivam.

Assim, o processo de agendamento não é mecânico. Como nos diz Hohlfeldt (2010, p. 199), é necessário que certas condições ocorram para que se efetive. Só há agendamento, se houver o reconhecimento pelo público da alta relevância do assunto, somado à ignorância e à necessidade de orientação, ou seja, um “grau de incerteza relativamente alto em relação ao domínio do mesmo”. A partir dos anos de 1970, há um refinamento da hipótese e passa a ser importante o estabelecimento de um modelo capaz de explicar como uma nova informação que chega, via meios de comunicação de massa, é recebida e se transforma em um elemento do conhecimento de mundo do público. “Se levarmos em conta que os processos de compreensão não concernem apenas à compreensão dos textos, mas também ao dos estados das coisas descritas pelos textos, torna-se evidente que esses processos implicam, de modo crucial, amplos estratos de conhecimentos sobre o mundo, adquiridos anteriormente” (WOLF, 2008, p. 171).

A *agenda-setting*, não obstante ter sido pensada originalmente para compreender o processo que se dava entre o discurso jornalístico dos meios de comunicação de massa e o público, adequa-se perfeitamente à compreensão do *merchandising* social profundamente arraigado nos modelos narrativos contemporâneos da novela brasileira. De modo geral, podemos sintetizá-lo como Hohlfeldt (2010, p. 200):

Conclui-se, assim, que a influência do agendamento por parte da mídia depende, efetivamente, do grau de exposição a que o receptor esteja exposto, mas, mais que isso, do tipo de mídia, do grau de relevância e interesse que este receptor venha a emprestar ao tema, a saliência que ele lhe reconhecer, sua necessidade de orientação

ou sua falta de informação, ou, ainda, seu grau de incerteza, além dos diferentes níveis de comunicação interpessoal que desenvolver.

4. MERCHANDISING SOCIAL E AGENDAMENTO

Retornando ao que Lopes (2009) afirma, a novela é uma “narrativa da nação”. Isso lhe permite posicionar-se de modo que a utilizemos para participar de uma nação imaginada, para termos um repertório comum de diálogo. Algo que nos conecta, que funciona como um idioma, e que usamos para nos identificar e dialogar, em meio à nossa heterogeneidade. É um repertório compartilhado, por meio do qual problematizamos nossos dramas privados e nossas questões públicas e coletivas. Por ter uma formação híbrida, sua narrativa nos emociona, mas também nos faz participar de nossa modernidade. “Enquanto texto dependente dos acontecimentos que envolvem o cotidiano social [...], também é a partir de uma ancoragem nas questões de interesse social e humano que ela se estrutura” (MOTTER, 2004, p. 256).

Diversos são os exemplos em que a novela funciona como uma vitrine, quando são expostas histórias das quais os telespectadores se apropriam. Seus personagens exibem diversos tipos de comportamentos, tomados, não como modelos a serem seguidos ou rejeitados, mas como comportamentos e/ou questões sobre os quais é exigido um posicionamento, levantando e oferecendo publicização a temas muitas vezes discutidos na intimidade das casas ou nos círculos fechados de sociabilidade e reconhecidos como importantes.

A novela brasileira talvez seja um exemplo único de como um sistema de mídia televisiva pode ser um dos fatores a contribuir para a emergência de um espaço público peculiar que nos anos atuais se apresenta como uma nova forma de construção de cidadania. A novela, enfim, parece ter conseguido permeabilizar o espaço público brasileiro à atualização e à problematização da identidade nacional em um período de profundas e aceleradas transformações globais (LOPES, 2009, p. 32).

Conflitos agrários, alcoolismo, violência doméstica, abuso infantil, relações homoafetivas, justiça social, ética na política, doação de órgãos, violência nas cidades, prostituição, mau trato a idosos, são alguns dos exemplos de temas já trabalhados em novelas. O autor Manoel Carlos, nas suas últimas novelas⁷, por exemplo, sempre deixou clara a sua preocupação com a produção de uma narrativa que se aproximasse cada vez mais da vida⁸. Narrativas que diluíssem separações entre realidade e ficcionalidade e que apresentassem preocupações claras na discussão de temas de interesse social. Há o caso da personagem Camila (Carolina Dieckman), na telenovela **Laços de família** (TV Globo, 2000-2001), que, durante a trama, descobriu estar gravemente doente de leucemia. A novela explorou o drama da personagem e a necessidade de apoio aos bancos de doação de sangue e medula óssea estavam constantemente nos discursos dos personagens envolvidos com o drama da jovem. Em cena que se tornou um marco de audiência na história da TV Globo, exibida em 11 de dezembro de 2000, a personagem raspa os cabelos durante tratamento quimioterápico a que estava sendo submetida. Nada menos que 79% dos aparelhos de TV do país estavam sintonizados na Globo (*Veja*, 2001). O número de doadores de sangue, no Instituto de Hematologia, passou de 10 para 154 ao mês, e o de doadores de medula, no Instituto Nacional do Câncer, de 10 para 149 ao mês (SCHIAVO, 2002, p. 1), durante a exibição diária, tanto do sofrimento de Camila, quanto do discurso educador dos outros personagens da novela, quanto à necessidade de solidariedade social para a doação de sangue e medula. O Registro Brasileiro de Doadores Voluntários de Medula

⁷ Desde os anos 1990, Manoel Carlos foi autor principal das seguintes novelas, todas exibidas pela TV Globo: Felicidade (1991-1992), horário das 18h, História de amor (1995-1996), horário das 18h, Por amor (1997-1998), horário das 20h, Laços de família (2000-2001), horário das 20h, Mulheres apaixonadas (2003), horário das 20h e Páginas da vida (2006-2007), horário das 20h. O autor escreveu ainda a minissérie Presença de Anita (2001), que teve 16 capítulos e foi apresentada no horário das 22h30.

⁸ O uso do *merchandising* social e a efetivação da *agenda-setting* não é exclusividade das narrativas de Manoel Carlos. Escolhemo-lo apenas como exemplo, pois o autor produz histórias que mimetizam crônicas e que se prestam exemplarmente para tratar assuntos contemporâneos e tematizar assuntos de interesse público. Nomes de outros autores que promovem o agendamento de temas podem ser facilmente citados, como Glória Perez, Benedito Ruy Barbosa e Aguinaldo Silva.

Óssea teve um crescimento de 4.400% no mesmo período (O GLOBO apud SCHIAVO, 2002, p. 7).

Motter (2004) lembra que, ao intensificar a relação ficção-realidade e permitir a discussão de temas de interesse social, por exemplo, a telenovela rompe com um confinamento que a limita ao seu espaço próprio, a televisão, e passa a ser produtora de pauta de discussão pública. **Páginas da vida** (TV Globo, 2006-2007), ao focar o preconceito, seja ele de cor – como no caso da médica negra Selma (Elisa Lucinda) que vive junto ao companheiro, um enfermeiro branco, mas é menosprezada pela filha e pela ex-esposa dele e *escondida* da família por ele – seja o preconceito contra portadores de Síndrome de Down – a dificuldade da médica Helena (Regina Duarte) em colocar a filha adotiva Clara (Joana Morcazel) para estudar em uma escola para crianças não portadoras da síndrome – traz para as ruas, para as praças, para a escola, para o trabalho, para o debate da própria mídia, para o cotidiano real, vivido, experimentado, a necessidade de se refletir e avaliar qual o espaço e a função do preconceito na sociedade na qual vivemos.

A novela tematiza assuntos que encontram eco nas preocupações contemporâneas do público e, como nos lembra Lopes (2009), aborda tais assuntos de modo ousado, que não é pautado por um moralismo excessivo, abrindo espaço tanto a modelos convencionais quanto liberalizantes. Há, na verdade, uma intensa negociação simbólica em jogo, negociações perpassadas por mediações que envolvem autores, produtores, público, mercado e instituições envolvidas, representadas e/ou atingidas pela narrativa. Os dramas das novelas e os temas tratados não são mais lineares ou definidos exclusivamente pelas questões morais e amorosas – como nas fases anteriores – mas “marcados por um movimento ambivalente de transgressão e conformismo” (LOPES, 2009, p. 28). Especificamente, em relação a temas ligados à discriminação racial e sexual, o tom dos discursos é informativo, a favor da tolerância e do respeito às minorias e diferenças, o que aponta para a novela como uma força importante na atribuição dos tons e sentidos de que se revestem assuntos polêmicos de interesse público e privado, na complexa trama social brasileira.

Mesmo quando nos apropriamos dos conceitos mais refinados da hipótese da *agenda-setting*, é possível observar o quanto a novela cumpre essa função. Os assuntos tematizados são, reconhecidamente, de alta relevância e – muitas vezes, apenas discutidos na privacidade dos lares e na roda de amigos – apresentam-se como assuntos que são importantes, mas a respeito dos quais não temos muitas informações e precisamos de orientação. São também, geralmente, polêmicos. E são assuntos que interessam, pois estão na pauta das vidas vividas, nas experiências privadas, apesar de muitas vezes não estarem na pauta dos discursos jornalísticos e/ou comumente midiáticos. Os temas tratados pelas novelas também ficam vários meses no ar – durante a duração da média dos 200 capítulos de uma narrativa⁹ – o que permite um agendamento a médio e longo prazos.

Dessa forma, a novela se presta a um agendamento, não só do público, mas também da própria mídia, promovendo um movimento permanente de ir e vir entre os âmbitos da realidade e da ficção. A novela **Mulheres apaixonadas** (TV Globo, 2003), do já citado Manoel Carlos, apresentou Dóris (Regiane Alves), que dispensava toda sorte de maldades e destratos aos avós paternos. O autor pautou o assunto do respeito aos idosos na novela que ganhou repercussão pública e midiática, ao ponto de conseguir a aprovação do Estatuto do Idoso no Congresso Nacional, durante a exibição da narrativa. A votação do estatuto estava parada no Congresso, desde 1997. Ainda, em consequência da mesma novela, aconteceu a aprovação do Estatuto do Desarmamento, para a qual foi realizada uma passeata de 20 mil pessoas na cidade do Rio de Janeiro contra a violência. Da passeata, participaram atores da novela, interpretando seus personagens, em cuja trama morria uma personagem vítima de bala perdida. As imagens da passeata foram transmitidas no dominical “Fantástico” (TV Globo) e também como parte do capítulo da novela durante a semana. Finalmente, **Mulheres apaixonadas** ajudou

⁹ O padrão médio de capítulos de uma novela gravita em torno de 200. As narrativas ficam, em média, oito meses no ar.

na aprovação da lei Maria da Penha¹⁰, ao expor o calvário da violência doméstica sofrida por Raquel (Helena Ranaldi).

Quando telespectadores se envolvem no debate de um assunto – seja no âmbito público, privado, ou em ambos os contextos –, eles mobilizam sua condição de membros de um grupo, determinado não pelo conteúdo ideológico dominante de uma *mensagem*, mas pelo estabelecimento de pautas. Ao definir cenários, pautas e enquadramentos, as novelas tomam parte na delimitação de coletivos imaginários e expandem os limites do que é e do que não é considerado assunto legítimo para discussão pública (HAMBURGER, 2005, p. 147).

O agendamento feito pela novela se dá mais específica, organizada e eficazmente pelo que passou a ser conhecido como *merchandising social*¹¹. “Pode ser definido como um recurso comunicativo que consiste na veiculação em tramas e nos enredos das produções de teledramaturgia de mensagens socioeducativas explícitas, de conteúdo ficcional ou real” (LOPES, 2009, p. 38). Essas *mensagens socioeducativas* podem ser, tanto deliberadas e sistematizadas pelo autor da narrativa – obviamente respeitando os limites institucionais, comerciais e ideológicos das emissoras –, como aquelas identificadas como tal pelos telespectadores, a partir do comportamento dos personagens e situações dramáticas, que podem promover reflexões capazes de provocar mudanças positivas em sua vida e seus relacionamentos, atitudes e práticas. Não é suficiente que algo aconteça na trama (discriminação sexual, por exemplo) para que se efetive o *merchandising social*. Para que isto aconteça, “é necessário que haja, por exemplo, referência a medidas preventivas, protetoras, reparadoras ou punitivas; alerta para

¹⁰ A lei número 11.340, conhecida como Lei Maria da Penha, foi decretada e sancionada no Brasil em agosto de 2006. A lei endureceu fortemente a punição das agressões contra a mulher quando acontecidas no ambiente familiar ou doméstico. A norma foi batizada em homenagem a um caso emblemático de violência doméstica sofrida por Maria da Penha Maia Fernandes, espancada diariamente durante seis anos de casamento e vítima de duas tentativas de assassinato pelo marido, uma delas deixando-a paraplégica. O agressor foi condenado após 19 anos de julgamento e ficou apenas dois anos preso.

¹¹ *Um assunto pode ser agendado pela novela sem ser pelo merchandising social e até mesmo sem obedecer às intencionalidades do autor. Optamos por nos focar no merchandising porque as novelas da fase naturalista usam – muito comumente – deste recurso comunicativo, propositalmente, para efetivar o agendamento de pautas e a tematização de assuntos.*

causas e consequências associadas ou quanto a hábitos e comportamentos inadequados; valorização da diversidade de opiniões e pontos de vista etc.” (LOPES, 2009, p. 38).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção de novelas que hoje possuem como elemento constitutivo aspectos realistas – narrativas costuradas com as linhas e tecidos do cotidiano, onde elementos da realidade aparecem como representação do que é vivido, levando ao máximo o efeito de verossimilhança – é o resultado de um processo de crescimento ao longo de décadas. Se há um nível realista, a narrativa da telenovela também possui um nível melodramático, romântico e sentimental não menos importantes. Melodrama e realidade se misturam para coser a colcha de retalhos da sua narrativa.

E parece residir aí sua capacidade pouco comum de efetivar-se como agenda. Atualmente, baseada, sobretudo, no *merchandising* social, a novela traz à luz assuntos e temas que preocupam os telespectadores e que estão, muitas vezes, perpassando cotidianamente as vidas privadas das pessoas, numa transladação entre a vida vivida e a vida dramatizada que potencializa intensamente a possibilidade de a novela agendar discussões públicas e pautar a própria mídia.

Mesmo que, originalmente, a hipótese da *agenda-setting* tenha sido desenvolvida para observar a capacidade do jornalismo (impresso, sobretudo) de pautar discussões e tematizar assuntos, hoje esse movimento é claramente observado no percurso que vem fazendo a novela nos últimos vinte anos no Brasil. Trata-se de um movimento de fundamental importância ao debater – num tom liberalizante e apresentando várias possibilidades de tratamento de temas polêmicos por meio das ações dos personagens – assuntos de interesse para o telespectador, num jogo de mediação que permite que este debate se dê num âmbito de respeito às diferenças e minorias, favorecendo a conformação de uma sociedade civil multicultural e moderna.

REFERÊNCIAS

HAMBURGER, Esther. *O Brasil antenado: A sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

HOHLFELDT, Antonio. "Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação". In: HOLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C., FRANÇA, Vera Veiga. *Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2010.

LIMA, João Gabriel; CAMACHO, Marcelo. "A novela que hipnotiza o país". *Veja*, Rio de Janeiro, 10 jan. 2001. Disponível em <http://veja.abril.com.br/100101/p_086.html> Acesso em: 30 jul. 2004.

LOPES, Maria Immacolata V. "Telenovela como recurso comunicativo". *Matrizes*, São Paulo, Ano 3, n. 1, p. 21-47, ago./dez. 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. *Os exercícios do ver: Hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac, 2001.

MOTTER, Maria Lourdes. "Mecanismos de renovação do gênero novela, empréstimos e doações". IN: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de Lopes. (Org.). *Telenovela: Internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola, 2004

ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. *Telenovela: História e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1991.

SCHIAVO, Márcio R. "Merchandising social: As telenovelas e a construção da cidadania". In: XXV Congresso Brasileiro em Ciências da Comunicação, 2002, Salvador-BA. *Anais...* Salvador: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2002. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/xxv-i/np14/NP14SCHIAVO.pdf>> Acesso em 8 ago.2004.

WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

TRÍADE DE FORMAÇÃO DA COMUNICAÇÃO NAS RELAÇÕES PÚBLICAS NA PERSPECTIVA DO MODELO E → M → R

MARIA DO CARMO PRAZERES SILVA¹

1. INTRODUÇÃO

A comunicação, *peça* fundamental do fazer-se humano, presta-se às mais variadas reflexões em meio às ciências do homem. Sua natureza, seu alcance e seu papel vêm servindo a especulações de várias ordens, tornando patente o caráter proteico que ela possui. Com efeito, falar em /de comunicação não incide, digamos assim, nesse ou naquele domínio de conhecimento humano. A reflexão sobre ela trafega em enfoques e perspectivas que compõem um mosaico teórico visivelmente ecumênico.

Não obstante o ecletismo que povoa os estudos da comunicação, podemos apontar aqui o ponto comum (talvez o de partida) de que eles se valem: o esquema emissão-mensagem-recepção. Oriundo de um outro, marcadamente comportamental e enraizado nos dispositivos instintivos, o referido esquema aparentemente simples e lógico parece aplicável em qualquer situação em que o comunicador predomine. Assim sendo, fazem-se algumas reflexões em torno do modelo (E-M-R) a partir das Relações Públicas, atividade que notoriamente faz da comunicação a sua gênese e seu transcurso. Toma-se como *mot* a plurivocidade do termo *relações*, que congrega seis significados: processo, função, atividade, profissional, cargo e profissão. A questão enseja, em diferentes momentos, acalorados debates no seio das entidades acadêmicas e associativas sobre a pertinência da

¹ Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, Mestra em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo-USP, Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. E-Mail: mcprazeresp@hotmail.com

mudança do nome, na tentativa de estabelecer uniformidade de sentido na recepção junto aos públicos.

Quais seriam, portanto, os termos adequados (signos linguísticos ideais) para representar a atividade e os detentores da ordem legítima das Relações Públicas, estabelecendo, ao mesmo tempo, uma relação sintagmática com o discurso expresso na definição defendida pela Associação Brasileira de Relações Públicas – ABRP, que é transcrita por Andrade (1996, p.105) como a “atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos de pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada.”

Conforme Peruzzo (1986), essa definição é largamente aceita pelos profissionais e reproduzida nos cursos universitários. Apesar disso,

[...] muitos alunos e profissionais ficam confusos no momento de estabelecer a diferença entre essa atividade e outras funções organizacionais de comunicação, principalmente o marketing (GRUNIG; FERRARI; FRANÇA, 2009, p. 29).

A priori, a afirmação acima causa estranheza se considerado o esforço das entidades de classe – Conselhos e Associações, na institucionalização do campo - pela regulamentação da atividade no que concerne à definição das competências profissionais e das condições éticas e sociais para exercê-las. O Conselho Federal de Profissionais (Conferp) elaborou o documento **Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas**² onde oficializa, no Brasil, as funções e as atividades específicas desse profissional. No entanto, os sucessivos estudos sobre questões identitárias das Relações Públicas dão sustentação aos autores citados.

Em sua pesquisa para dissertação de mestrado, Silva (2002) buscou, junto a professores de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão

² Publicado no *Diário Oficial da União* (9/7/ 2001, p. 50) e no site do Ministério da Educação. O documento é resultante de debates realizados por todos os conselhos regionais, através de fóruns, nas principais capitais do país, com profissionais da área. Informações extraídas do livro *Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada*, de Margarida M. K. Kunsch (2003:126).

e dirigentes da Associação Brasileira de Relações Públicas - ABRP-MA, os modos de dizer e fazer e os prováveis efeitos de sentido sobre a atividade, junto ao mercado da comunicação. Na opinião da maioria dos entrevistados, a expressão *Relações Públicas* denota múltiplos sentidos, promovendo imprecisão conceitual junto a receptores.

A busca pelos significados construídos sobre o termo *Relações Públicas* também foi objeto de estudo de Serra (2008), para a qual “a polissemia do termo é fator gerador de *extrema confusão*, além de que “um dos maiores desafios ainda não superados das Relações Públicas reside em sua própria concepção, enfim, na própria nomenclatura e significado” (SERRA, 2008, p.11). Entretanto, a bibliografia³ desenvolvida na área acadêmica é homogênea em relação à transcrição das significações do termo *Relações Públicas*, no tocante às distintas acepções e possibilidades de uso.

Registra-se, ainda, a experiência do Curso de Comunicação, da Universidade Federal do Maranhão, no processo de reforma curricular e construção do seu Projeto Político Pedagógico - PPP, em 2007, quando tentou a mudança do nome da habilitação para *Relações Públicas e Comunicação Organizacional*. Além do impeditivo legal, relativo ao registro profissional, no Conselho de Classe que habilita ao exercício da profissão, aos portadores de diploma de bacharel em Relações Públicas, prevaleceu, ainda, o argumento da tentativa de consolidar o significado do termo.

Para além dos acertos ou desacertos nas resoluções encaminhadas, o dilema vivenciado pelas Relações Públicas traz à baila o alerta de Rodrigues (2005, p.12):

Para o positivismo lógico importa encontrar uma linguagem artificial adequada às exigências de rigor da ciência moderna, considerando que o ideal da linguagem humana seria o de constituir um sistema de correspondências unívocas entre as palavras e o mundo.

³ Os livros *Relações Públicas: Função política* (1995); *Relações públicas no modo de produção capitalista* (1986); *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada* (2003) são clássicos que versam sobre o ser o fazer das Relações Públicas.

Assim, a busca pelo enunciado substitutivo e capaz de promover, nos agentes e indivíduos, a adequada produção de sentido, em conformidade com o modelo $E \rightarrow M \rightarrow R$, resolveria o desde sempre problema identitário das Relações Públicas: sua legitimidade social.

2. EM BUSCA DO ELO PERDIDO

Em que esquema estaria inspirado o modelo de processo da comunicação supracitado? O fragmento de texto abaixo revela que

a sobrevivência dos seres vivos depende intimamente das trocas que estabelecem com o meio ambiente e com os outros seres. Essas trocas situam-se dentro de quadros biologicamente pertinentes e obedecem a um esquema comportamental, de natureza mecânica, que a teoria dos sistemas, de inspiração behaviorista, define como uma relação entre estímulo e uma resposta: $E \rightarrow R$ (RODRIGUES, 1996, p.).

Tal afirmação parece sugerir, num primeiro momento, que associar o instinto à comunicação humana não constitui nenhuma aberração, levando em conta que os sinais que “vêm de fora” incitam o homem e geram instintos desencadeadores de reação /resposta. Essas respostas, no entanto, não são naturalmente determinadas. Daí considerarmos cabível a permuta de *instintos* por *pulsões*. Na visão de Lacan, a pulsão é aquilo que nos falta e, portanto, impulsiona-nos. Comunicação e linguagem merecem, portanto, maiores elucidações.

Benveniste, pontuando algumas distinções entre *linguagem humana* e *comunicação animal*, fornece-nos alguns esclarecimentos. Na medida em que imputa à linguagem humana a faculdade de simbolizar, este autor vai apontar nela, apenas e tão somente (na linguagem humana), essa peculiaridade. Valendo-se do exemplo clássico da comunicação das abelhas, ele não atribui a característica de exprimir símbolos à performance animal. De fato, no caso em questão, quando uma abelha batedora descobre, durante seu voo solitário, uma fonte de alimento, volta à colmeia para anunciar o seu achado dançando sobre os alvéolos uma dança especial e, desse modo, indicando-o às outras abelhas que a seguem, pressurosas, para também

encontrarem alimento. Parece haver, aí, uma situação plena de comunicação. E, sem dúvida, existe. No entanto, a diferença entre a comunicação humana e a animal está no simbolismo apontado por Benveniste. É necessário, assim, distinguir *senal* de *símbolo*.

Define-se um *senal* como sendo um fato físico ligado a outro fato físico por uma relação natural ou convencional: relâmpago anunciando tempestade; sino anunciando a refeição; grito anunciando perigo. Dessa forma, lembra o autor, o animal percebe o sinal e é perfeitamente capaz de reagir adequadamente a ele. Daí porque pode ser treinado a reconhecer esses sinais e a responder a eles, de acordo com a orientação para identificar a fonte que os emite (os casos de adestramento tornam essa situação visível). O homem também é capaz de reagir a um sinal. Entretanto, por sua capacidade cognitiva de ir além, ele institui o símbolo. Conforme lembra Benveniste (1996, p. 29),

o homem inventa e compreende símbolos; o animal, não. Tudo decorre daí. O desconhecimento dessa distinção acarreta toda sorte de confusões ou de falsos problemas. Diz-se com frequência que o animal treinado compreende a palavra humana. Na realidade o animal obedece à palavra porque foi treinado para reconhecê-la como sinal. Mas não saberá jamais interpretá-la como símbolo.

Essas confusões e problemas a que Benveniste faz referência parecem, a nosso ver, dar margem para situarmos os problemas do esquema (E-M-R) ao qual aludimos em linhas anteriores. Portanto, validar os estudos da comunicação nesse esquema, fechando-o em si mesmo, estimula novos questionamentos, quais sejam: se o modelo clássico da comunicação é assim disposto, que tipo de sujeito nele é concebido? E se esse sujeito é capaz de resolver/superar os problemas e barreiras que na comunicação se apresentam, é a isso que ele deve se prestar? A linguagem deve se apresentar como veículo entre os dois pólos extremos - emissor/receptor?

Da forma como se coloca, o modelo da comunicação parece ignorar alguns elementos e pistas, ora valorizando princípios que detectam o teor de domi-

nação que ele enseja, ora relativizando o poder que o esquema exerce, sem acrescentar a marca decisiva que irá recair sobre o homem no emaranhado da linguagem. Tomado dessa forma, esse modelo não é capaz de discernir a diferença entre o desempenho comunicativo das abelhas, do humano.

Nessa perspectiva, desde as primeiras formações das escolas de pesquisa, na década de 1930, uma inquietação tem sido constante no debate sobre a comunicação: de que modo um emissor consegue, por meio de uma mensagem, obter determinados efeitos junto a um receptor, em princípio, passivo? Tanto a Escola Americana quanto a Escola de Frankfurt absorveram essas preocupações e, a partir delas, montaram a sua arquitetura teórica. O modelo de análise proposto por Lasswell - *Quem? Diz o quê? A quem, Através de que canal? Com que efeito?* gozou durante muito tempo o estatuto de uma verdadeira comunicação e ancora elementos estruturantes do processo comunicativo validados até hoje. Lasswell retomou as categorias esboçadas por Aristóteles, em seu *Organon*, e pretendeu aglutinar a totalidade das questões (análise de conteúdo e efeitos), pertinentes aos estudos vigentes. Nessa mesma perspectiva, ainda reflete no tecido social a percepção analítica dos fenômenos da comunicação desenvolvida por meio da teoria crítica e seu interesse na denúncia da manipulação ideológica operada pelos meios de comunicação de massa. Por sua vez, a linguística de Ferdinand Saussure procurava abarcar os domínios da significação, determinando a estrutura invariante ou o código subjacente às variações observadas nas manifestações significantes. Entre descobertas, equívocos e superações teórico-metodológicas inerentes aos estudos da comunicação, o caminho de volta à origem, aos domínios da significação, foi sendo tecido.

O entendimento da linguagem como “chave do homem e do processo social” (KRISTEVA, 1969, p.15) recoloca os estudos dos processos comunicativos e seus prováveis efeitos de sentido na rota da interdiscursividade⁴

⁴ INTERDISCURSO – Conjunto das unidades discursivas com as quais um discurso particular entra em relação implícita ou explícita; locuções ou enunciados cristalizados ligados às palavras, contribuindo para lhes dar um valor simbólico (DICIONÁRIO DE ANÁLISE DO DISCURSO, 2004).

e recupera, para o debate aqui travado, o **elo** indispensável à reflexão sobre o modelo E- M – R, desenvolvido na comunicação das Relações Públicas.

Como se observa, subjaz a todo processo comunicativo que tome esse modelo como referente, o incômodo da incompletude discursiva, uma vez que ele está sob a égide de uma tendência que anula a capacidade simbólica do homem em se constituir, por excelência, em um ser de linguagem.

Mas o homem é linguagem, lembra-nos Kristeva (1969), e quem diz *linguagem* diz *demarcação* e *comunicação*. Esta assertiva espreita os elementos do esquema (E-M-R) abalando, portanto, os alicerces que lhe dão sustentação. O lugar de investigação não deve mais apoiar-se no uso utilitário que fazem da linguagem, na soberania da significação como reveladora deste ou daquele poder que o referido processo represente.

A partir da concepção referencial, expressa nos questionamentos sobre a linguagem, Rodrigues (2005) reclama atenção para a dimensão simbólica e interlocutiva que o modelo citado deixa escapar.

Na perspectiva referencial, a linguagem cumpre a função designativa sobre as coisas do mundo, de modo que as palavras seriam como etiquetas coladas àquilo a que se referem. Logo, as dificuldades de entendimento entre os interlocutores resultariam, tanto do fato de utilizarem um mesmo nome para designar objetos diferentes, quanto de empregarem vários nomes para designar um mesmo objeto. O discurso cumpre a função predominantemente instrumental. Daí a necessidade de buscar outras formulações capazes de por em questionamento o visível, o facilmente aceitável.

Ao apontarmos que o esquema emissão-mensagem-recepção deixa lacunas para a compreensão da comunicação enquanto produto da linguagem e dos elementos que nela subjazem, é preciso situar o lugar desde onde elas se originam.

Para Benveniste (1995, p. 31), o fato de não existir relação natural, imediata, entre o homem e o mundo, nem entre o homem e o homem, é revelador de um dos dados essenciais à condição humana, a saber, a capacidade de simbolizar.

Mas a função simbólica da linguagem está envolta numa rede complexa, tecida entre/pela capacidade humana de nomear as coisas do mundo (referencialidade), de elaborar sentido (significação) e de expressar a sua compreensão. Nela, o mundo é concebido como processo de construção social, fruto da elaboração linguística e, por isso mesmo, a plurivocidade não é

[...] uma insuficiência, mas a maneira normal de significarmos, de exprimirmos, de elaborarmos ou construirmos sentido para o mundo que nos rodeia, a que pertencemos e em que vivemos. Colocamos nomes diferentes a uma mesma coisa, porque a compreendemos ou subsumimos em conceitos diferentes e porque nos relacionamos de maneiras diversas com ela. Damos o mesmo nome a coisas diferentes porque elas são subsumidas em um mesmo conceito ou porque exprimimos uma mesma experiência do mundo (RODRIGUES, p. 14).

3. E AS RELAÇÕES PÚBLICAS, COMO FICAM?

Pelo esboço levantado, resta-nos a indagação sobre a situação das Relações Públicas enquanto campo e modalidade de conhecimento comunicacional ante essas observações. De natureza essencialmente mediadora e afetiva, que procura atender a públicos específicos, a atividade de Relações Públicas tem como aspiração melhorar a relação entre os atores sociais envolvidos na dinâmica dos agentes organizacionais. Dessa forma, parte do princípio de que o processo comunicativo está balizado nos pólos *emissão/recepção* - entre organização e públicos -, com capital cultural, visões de mundo e competências específicas que merecem ser melhor agenciados para o êxito na comunicação. A ingerência das organizações no meio social deverá levar em conta essa prerrogativa, sob pena de perder credibilidade junto ao público a que se dirige.

Em sua *práxis*, as Relações Públicas criam políticas e estratégias orientadas para a otimização da comunicação; estabelecem frentes de ação que viabilizem o fazer comunicativo da melhor forma possível; engendram ações que proporcionem interação entre os públicos envolvidos na dinâmica das organizações imprimindo, por meio dessas ações, as marcas da sua identidade. Ao disponibilizar no tecido social os referendos que lhes

conformam e lhes dão sustentação, as Relações Públicas contribuem para a formatação da própria autoimagem e da imagem da organização junto aos públicos e à coletividade.

Essas funções se intensificam frente às demandas da contemporaneidade, de uma sociedade globalizada e interconectada em redes digitais. Em decorrência de tais cenários, as Relações Públicas devem estar afinadas com um projeto de visibilidade plena, partilhada pelos vetores que a compõem, a saber, organizações e públicos. A produção, a circulação e o consumo de conteúdos devem estar na pauta do dia. A melhor performance do emissor (produtor) será buscada com informações que interfiram no curso das ações estabelecidas, por esta ou aquela organização.

Indubitavelmente, essa concepção de Relações Públicas recorre, conforme já assinalamos, ao esquema emissão-mensagem-recepção e, na medida em que se apresenta como condição primeira para a viabilidade da atividade de Relações Públicas, é porque o antecedente, ali, fora desconsiderado. Antecedente que, segundo a perspectiva interlocutiva da linguagem, vai se assentar no domínio da construção humana e perceber a linguagem como prática discursiva, produção de enunciados com sentido. Por isso,

[...] a pluralidade das significações e a diversidade dos sentidos apresenta a característica notável de ser um confronto de linguagens, constituindo por isso a interlocução um espaço agonístico ou uma logomaquia, uma luta de discursos (RODRIGUES, 2005, p. 18).

CONCLUSÃO

O termo *logomaquia* costuma ser utilizado para significar *disputa*, controvérsia ou ainda a natureza dialógica do discurso. Considerando que todo discurso constitui-se em campo concreto da realidade transindividual, é, por isso mesmo, lugar de disputa, de negociação e de estabelecimento dos laços sociais. Nesse movimento falante, enquanto exercício humano, portanto, simbólico, típico e significativo, o indivíduo é apreendido numa teia agonística, pelo desejo de legitimação de seus processos e práticas enunciativas.

Assim, as tentativas de substituição do termo *Relações Públicas* podem ser percebidas como procedimentos discursivos logomáquicos, portanto, aflitivos, que buscam o convencimento e a crença na legitimidade da mudança do termo *Relações Públicas* para um outro que enuncie, adequadamente, o *ser* e o *fazer* dos representantes da ordem legítima do campo; esquecem que as palavras não são etiquetas, mas construções mentais, culturalmente instituídas para estabelecer elos entre o homem e o mundo, pela possibilidade da significação e desenvolvimento da expressividade.

Para Bourdieu (1998), acreditar no poder das palavras, dissociado das condições sociais do seu uso é, no mínimo, uma questão de ingenuidade. Segundo ele, a força ilocucionária (*illocutionary force*) das expressões não poderia estar localizada nas próprias palavras, mas nas relações entre as propriedades do discurso, daquele que o pronuncia e da instituição que o autoriza a pronunciá-lo.

Entendemos que a questão aqui refletida, sobre a plurivocidade do termo *Relações Públicas*, diz respeito ao debate empreendido por Bourdieu, visto ser relativo à dimensão simbólica da instituição enunciativa. É a partir de um lugar específico de fala, ou seja, do próprio campo das Relações Públicas que ele, o sujeito de enunciação, revelará o grau ideológico de comprometimento dessa atividade com o tecido social no qual está inserido, em particular, o contexto das organizações para as quais volta o seu referente existencial. E mais: para investigar a construção de significados sobre essa atividade, é preciso superar o fascínio matemático que o modelo hipodérmico ainda exerce sobre alguns campos, em particular o das Relações Públicas e avançar, conforme Bourdieu (2001), para o discernimento de que não basta aos detentores da ordem legítima - profissionais e entidades de representação - querer dizer ou querer fazer, visto que os sentidos se reproduzem na própria estrutura enunciativa do campo e, naturalmente, convertem-se em formas de visibilidade.

Portanto, o reconhecimento da inconveniência do modelo $E \rightarrow M \rightarrow R$ para dar conta da problemática comunicativa no campo das Relações Públicas, e ainda mediar o relacionamento entre a organização e os públi-

cos, considerando que esta é a sua condição constitutiva, implicará para as Relações Públicas a decisão um tanto incômoda de abrir mão daquilo que *ilusoriamente* garante a eficiência e a eficácia das ações de comunicação por ela gerenciadas, uma vez que este modelo suprime do processo a dimensão interlocutiva, sua essência.

Como se pode constatar, a concentração de esforços para encontrar, na lógica linguística, o princípio da eficácia simbólica do termo *Relações Públicas* só logrará êxito se estabelecida a relação entre a propriedade do discurso (conceitos, processos, funções e ações empreendida pelas Relações Públicas), e a propriedade daqueles que o pronunciam (seus agentes e sujeitos de representação), em sintonia com as especificidades do campo no qual estão situados.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. *Dicionário profissional de relações públicas e comunicação e glossário de termos anglo-americanos*. São Paulo: Summus, 1996.
- BENVENISTE, Emile. *Problemas de linguística geral I*. São Paulo: Pontes/Unicampi, 1995.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- _____. *A economia das trocas linguísticas*. São Paulo: Edusp, 1998.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.
- GRUNIG, James E; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. *Relações Públicas: Teoria, contexto e relacionamento*. São Paulo: Difusão, 2009.
- HOHLFELDT, Antonio Carlos. "Os campos das Relações Públicas e das teorias da comunicação". In: *Práticas acadêmicas em Relações Públicas*. (Orgs.). MOURA, Claudia; FOSSATI, Nelson Costa. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- _____. MARTINO, C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). *Teoria da comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- KRISTEVA, Júlia. *História da linguagem*. Lisboa: Edições 70, 1969.
- KUNSCH, Margarida M. K. *Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus, 2003.
- PERUZZO, Cecília Krohling. *Relações Públicas no modo de produção capitalista*. São Paulo: Summus, 1986.

PROJETO POLÍTICO PEDAGÓGICO. São Luis: Curso de Comunicação Social/Ufma, 2007.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *A partitura invisível: Para a abordagem interativa da linguagem*. Lisboa: Colibri, 2005.

_____. *Estratégias da comunicação: Questão comunicacional e formas de sociabilidade*. Lisboa: Presença, 1997.

_____. *Comunicação e cultura: A experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Presença, 1994.

SERRA, Rainara Verde. *Significados construídos: O termo Relações Públicas sob o entendimento dos profissionais*. Universidade Federal do Maranhão: São Luis, 2008. (Monografia de Conclusão Curso de Graduação em Comunicação Social/Relações Públicas).

SILVA, Maria do Carmo Prazeres. *Visibilidade das Relações Públicas por meio do curso de graduação da UFMA e Associação Brasileira de Relações Públicas*. Escola de Comunicação e Artes de São Paulo – USP: São Paulo, 2002. (Dissertação de mestrado).

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 1999.

EM BUSCA DA IDENTIDADE PERDIDA: A CRISE DE RACIONALIDADE DO JORNALISMO IMPRESSO

JOSEFA MELO E SOUSA BENTIVI ANDRADE – ZEFINHA BENTIVI¹

1. INTRODUÇÃO

Este artigo problematiza a crise de identidade e de legitimidade por que passa o jornalismo, que se sintetiza pelo descompasso entre os referenciais teóricos que legitimam o campo (tanto na perspectiva de produção de conhecimento, quanto na atividade profissional) e a verificação empírica que fornece algumas pistas, possibilitando inferir que as formas de narrar do jornalismo, em específico do jornalismo impresso, estão em crise, em razão dos questionamentos quanto à validade e à legitimidade social desse campo, o qual se assenta na crença de que o jornalismo é uma atividade que profere a verdade, porque se pauta na realidade, na objetividade, na imparcialidade, naquilo que tradicionalmente se designa de *racionalidade jornalística*². Concepções que se *traduzem* em técnicas legitimadas e reproduzidas nas escolas de jornalismo e nas redações dos jornais pelo uso de tecnologias discursivas (regras que se apreendem na estrutura das narrativas jornalísticas como o uso do *lead*; o *afastamento* do narrador pelo uso da terceira pessoa; a apresentação de provas; o recurso da mobilização de vozes, entre outras regras. Recursos, enfim, que intentam apagar subjetividades e parcialidades, criando-se, por conseguinte, efeitos de realidade).

¹ Jornalista. Mestra em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutoranda em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS). Especialista em Jornalismo Cultural pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da UFMA. E-mail: zefinhabentivi@yahoo.com.br

² Aparato, ao mesmo tempo, ideológico, contextual e instrumental, designado racionalidade jornalística; fazer institucionalizado e sistemático, pela adoção de rotinas, tomadas de decisões, seleção e apresentação dos fatos, a mobilização de fontes, uso de estratégias para lidar com fatos, fontes, valores, tempo e decisões de produção (TUCHMAN apud TRAQUINA, 1999, p.74; 88-89).

Questiona-se sobre a qualidade, a validade e a capacidade de as narrativas jornalísticas sintetizarem os saberes que, conforme Benedeti (2009, p.115), distinguem os jornalistas como mediadores competentes, no que concerne a: 1) *saber o que mediar* (os acontecimentos e questões atuais de interesse público, além do próprio debate público; 2) *como mediar* (com informações verdadeiras produzidas com transparência, independência, equilíbrio e pluralidade); e 3) *para quem mediar* (para o interesse público).

Saberes que pressupõem, ainda pensando com Benedeti (2009, p. 116), três dimensões da mediação jornalística: *o conhecimento, a linguagem e o consenso*. Ressalva-se, porém, que é na dimensão da linguagem, das narrativas jornalísticas, que se apreendem as diferentes formas de mediação realizadas pelo jornalismo e também o lugar em que se revelam os paradoxos responsáveis pela crise em relação aos princípios fundantes da atividade jornalística: verdade e objetividade, racionalidade, portanto; princípios sem os quais a credibilidade do campo estaria/está(?) comprometida. É, pois, nas experiências de investigação das notícias em que se observam sinais da negação de tais valores.

Convém advertir que questionar os valores fundantes da atividade jornalística é, antes de tudo, reconhecer que os parâmetros que definem as concepções teóricas e as práticas que institucionalizaram o jornalismo são datadas, sobretudo com relação aos princípios que consolidaram pensar o jornalismo numa perspectiva da possibilidade de apreensão objetiva dos fatos e da consequente construção dos produtos jornalísticos, por meio de relatos, de igual modo, objetivos, pela adoção de rotinas, técnicas e estratégias discursivas que assegurariam ao produto jornalístico, de acordo com Benedeti (2009, p. 121,122), veracidade, comunicabilidade, pluralidade, sociorreferencialidade, inteligibilidade e transmissibilidade, atributos que, minimamente, representariam um diferencial de qualidade ao texto jornalístico.

A prática, porém, revela dissensos e confrontos entre o modelo de jornalismo que se coloca como horizonte e as notícias e demais produtos da área. O nível de complexidade aumenta quando se reconhece que a

credibilidade do jornalismo e a sua importância para a sociedade decorrem de ser esta uma atividade profissional produtora e/ou construtora de conhecimentos essenciais às sociedades contemporâneas, estando o jornalista tecnicamente preparado para fazer uma mediação cognitiva criteriosa, de modo a produzir, competentemente, conhecimento sobre a realidade social. Refletir sobre estes paradoxos é crucial tanto para o campo da pesquisa quanto para o campo profissional.

2. DA PERIFERIA AO CENTRO: O JORNALISMO NOSSO DE CADA DIA

O jornalismo é uma atividade de mediação de conhecimento fundamentada em compromissos éticos, socialmente institucionalizados, e realizada por meio de uma linguagem específica que reconstrói, com base em significações compartilhadas pela sociedade, os recortes da realidade atual e historicamente construída (BENEDETI, 2009, p.116).

Carina Benedeti, ao definir o jornalismo nos moldes como o faz acima, afirma que, assim concebida, a atividade demarca-se por conflitos intrínsecos à sua natureza constituída, por ser, ao mesmo tempo: uma atividade de interesse público (serviço), que se desenvolve na lógica privada (negócio); relaciona-se socialmente com cidadãos (interesse público) e consumidores (interesse de mercado, audiência); “produz relatos linguísticos e almeja a transparência; lida com a aparência do mundo e busca a verdade; trabalha sob pressão temporal e tem pretensão de exatidão; opera no senso comum e expõe o dissenso” (2009, p.116). Acrescenta-se que o jornalismo é também e, principalmente, o espaço de conflito e confronto, espaço cujas práticas podem estabilizar ou desestabilizar concepções e princípios, gerando crises e superações.

Nessa lógica, é na dimensão do saber fazer, na construção do texto jornalístico, que se observam narrativas noticiosas que negam ou fogem aos princípios consensualmente aceitos como critérios e/ou procedimentos a serem seguidos pelos jornalistas, referendados e reverberados no campo científico.

Citam-se alguns exemplos como pista: Andrade (2011), ao analisar as narrativas dos jornais impressos maranhenses *O Estado do Maranhão* e *Pequeno*,³ a partir do rompimento de José Reinaldo Tavares (JRT), governador do Maranhão, no período 2003-2006, com o grupo Sarney, acontecimento que, na consideração de Gomes e Conceição (2008, p. 1), abalou a estrutura política hegemônica maranhense, instala uma crise entre o governador e o grupo Sarney. Nesse episódio, observou-se que os jornais maranhenses tomaram posição e as notícias foram usadas como *armas* para os *duelos* que se travaram no campo midiático. Ocorreram, por conseguinte, duas guerras: nas hostes políticas e na imprensa, tendo em vista que os meios de comunicação tornaram-se porta-vozes dos grupos em disputa. Os jornais maranhenses (como suporte e como ordem de discurso) constituíram-se em *tribunas* em que as classes dominantes discutiram/discutem a si mesmas (avaliavam-se, atribuíam-se valores, num jogo de espelhos que refletia, em simultâneo, a imagem da *acusação* e da *defesa*).

Nesse cenário, as narrativas revelaram um jornalismo eminentemente declaratório, pela mobilização das vozes da elite intelectual e política (governo, partidos e outras organizações representantes do poder). Registre-se que raras foram as vozes mobilizadas que fugiram desse esquema de visibilidade pública. As notícias, por conseguinte, constituíam-se, quase sempre, pelo jogo de versões, com apoio de alguns dados da realidade empírica, tratados na lógica da verdade que convém. Por consequência, a *racionalidade jornalística* revelou-se apenas em estratégia retórica.

Saindo do âmbito doméstico, a análise de conteúdo⁴ de uma amostra representativa da produção de sete grandes jornais impressos brasileiros: *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Correio Braziliense*, *Gazeta Mercantil* e *Valor Econômico*, sobre a cobertura jornalís-

³ O universo da pesquisa foi constituído de 449 notícias publicadas no *Jornal Pequeno* e 459, em *O Estado do Maranhão*, no período de janeiro de 2004 a novembro de 2005 (ANDRADE, 2011, p.16).

⁴ Os dados da análise foram extraídos de uma pesquisa idealizada pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS), da Universidade de Brasília (UnB) e executada pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) acerca da cobertura realizada pela grande imprensa, no ano de 2004, sobre a questão dos organismos geneticamente modificados ou transgênicos (BENEDETI, 2009, p.79).

tica ao tema *transgênicos*, no ano de 2004, realizada por Benedeti (2009), revela que: o enfoque político prevaleceu em 48,8%; o enquadramento do assunto, a partir da visão do setor governamental (do governo), predominou em 63,8% da cobertura, embora 86,4% das notícias não relacionassem os transgênicos a uma política governamental mais ampla; predomínio de fontes oficiais, 47,3%. Ainda, 91,5% das notícias analisadas não definiram claramente o que são os transgênicos, mesmo sendo um termo relativamente novo e confuso para o grande público; 81,7% não apresentaram informações sobre orçamento e/ou montante de recursos envolvidos no debate, apesar de o assunto ter forte apelo econômico; 60,1% não forneceram estatísticas ao público, relacionando tema a áreas como plantações, exportações, pesquisas científicas e políticas públicas; 72,8% não mencionaram as consequências positivas da utilização dos organismos geneticamente modificados, apesar de 40,4% terem apresentado tendência favorável aos transgênicos.

De acordo com a análise, “as características majoritárias das notícias investigadas não satisfazem a expectativa da sociedade de ter acesso a informações de qualidade sobre o tema, assim como não condizem com o que a própria atividade diz oferecer a seu público” (BENEDETI, 2009, p. 96). Observa a autora que o tratamento factual predominou sobre o contextual, de forma que 91,5% das matérias não passaram de um nível de abordagem simplificado da temática, ao não apresentarem contextualização histórica do debate que culminou com um impasse entre favoráveis e contrários aos transgênicos.

Em síntese, os resultados apontam para a negação de pressupostos teórico-metodológicos que orientam (ou deveriam orientar) o fazer jornalístico. A autora reflete sobre uma série de determinantes que poderiam explicar o descompasso entre os fundamentos conceituais da atividade jornalística nas sociedades ocidentais e a experiência prática considerada, ressaltando, contudo, a crença de que, apesar dos “desvios”, é possível produzir um jornalismo de qualidade, “superar os problemas dentro da própria noção de jornalismo que construímos ao longo dos anos” (BENEDETI, 2009, p. 112). Não explica como. Eis a angústia nossa de cada dia!

3. O ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO E AS POSSIBILIDADES DE INVESTIGAÇÃO: A LÓGICA DO TEXTO JORNALÍSTICO

Em *O acontecimento jornalístico como relação e cognição*, Cristina Ponte (2005, p.110-119) inventaria autores que contribuem sobre como pensar o acontecimento jornalístico. A autora inicia com Teun A. van Dijk (1998 apud PONTE, 2005, p.110), com seu quadro sociocognitivo, o que remete aos processos dialógicos e situacionais de produção textual. Para o autor, a coerência na apropriação dos textos decorre da articulação entre suas partes, mas também da relação deste com outros textos e contextos. Entre a memória pessoal e a memória social, afirma o pesquisador, as pessoas compreendem muito mais do que aquilo que não está explícito no texto, numa referência à importância do implícito ou do não dito.

Em continuidade ao inventário, localiza-se Maurice Mouillaud (1989 apud PONTE, 2005, p.114), para quem o acontecimento constitui um corte na experiência contínua e não reprodutível do tempo e do espaço. O acontecimento será, por conseguinte, inseparável do seu dispositivo de observação e de construção, incluindo-se os quadros cognitivos e culturais que orientam a leitura. Do pensamento do autor, interessa, sobretudo, o fato de este negar, de certa forma, as perspectivas sociológicas que colocam os profissionais dos *media* no lugar de grandes construtores dos acontecimentos midiáticos. Bem ao contrário disso, do pensamento do autor, Ponte, destaca:

A necessidade de ter presente as estratégias cruzadas dos *media* e das fontes de informação, com as zonas de luminosidade, de penumbra e de segredo. Põe em causa a aparente contradição entre os interesses dos *media* noticiosos e das fontes de informação na disputa dessas zonas de luminosidade e de segredo e interroga-se sobre se as duas estratégias concorrentes não serão complementares nas formas como trabalham os ditos e os não-ditos de acontecimentos (PONTE, 2005, p. 115).

Ainda, seguindo o trabalho de Ponte, tem-se Patrick Charaudeau (1993 apud PONTE, 2005, p.116) que, entre outros achados sobre o acontecimento jornalístico, defende a necessidade de se estudarem as escolhas das pala-

bras como categorias semânticas e o uso destas como portadoras de valor social de imaginários e de ideologias. Ao levantamento de Ponte, convém ainda relacionar a perspectiva de acontecimento midiático de Alsina (apud PONTE, 2005, p.117-118) com suas categorias “variação, comunicabilidade e implicação do sujeito”, entendendo-se como *variação* a duração entre o início e a conclusão de um acontecimento, condição que pode afetar o seu reconhecimento, risco que se corre quando se buscam compreender narrativas com *índices de caducidade* para a lógica do jornalismo. Já *comunicabilidade* refere-se às estratégias de seleção e enquadramento do fato, estas que decorrem da *implicação do sujeito* envolvendo destinatários e produtores. Ponte recorre, ainda, a Barbero (1987 apud PONTE, 2005) para acentuar do inventário o *valor cultural* do acontecimento que perpassa, nas considerações da autora,

1) a relação entre imprevisibilidade e verossimilhança; 2) a implicância do auditório, em que será acontecimento não aquilo que ocorreu a certas pessoas mas aquilo em que podem participar; 3) o paradoxo do acontecimento viver na e da notícia, de ser simultaneamente carrasco e prisioneiro de um circuito comunicacional que afecta e que o afecta (PONTE, 2005, p.118).

Aspectos culturais reiterados por Resende (2010, p. 17), que vê a narrativa em geral e, em específico, a narrativa ou o acontecimento midiático, em seu caráter de representação coletiva, criando e recriando sociabilidades, um fenômeno, por excelência, cultural.

3.1 NARRATIVA E NARRATIVIDADE: TEXTO/ENUNCIADO/DISCURSO/ENUNCIÇÃO

Stuart Hall (1997) argumenta que “os processos econômicos e sociais, por dependerem do significado e terem consequências em nossa maneira de viver, em razão daquilo que somos – nossas identidades – e dada a *forma como vivemos*, também têm que ser compreendidos como práticas culturais, como práticas discursivas” (HALL, 1997, p.13). Desse modo, o autor assegura que toda prática social depende e tem relação com o signi-

ficado e que a cultura é uma das condições constitutivas para a existência dessa prática. A cultura é, portanto, uma prática discursiva, porque social. Parte-se das premissas de Hall para reafirmar, como o faz Resende (2009), a tese de que a narrativa é o lugar em que se revelam legitimações, valores, representações e faltas. Dados preponderantes, de acordo com o autor, para compreensão e leitura do mundo. Acrescenta-se, também, para a construção e reconstrução destes mundos.

Nessa perspectiva, as narrativas midiáticas representam “importantes elementos a serem investigados [...], porque conferem legitimidade e redi-videm, socialmente, o espaço ao qual elas pertencem” (RESENDE, 2010, p. 15), razão pela qual a análise ou os estudos sobre as narrativas (narrativas jornalísticas, especificamente) possibilitam compreender a dinâmica que se estabelece entre o jornalismo e a sociedade. A partir dessa matriz conceitual, as narrativas são gêneros textuais que traduzem o conhecimento do mundo em relatos que atribuem nexos e sentidos aos acontecimentos. Para o autor, analisar as narrativas jornalísticas é essencial para a compreensão do caráter dinâmico da sociedade. A análise a que se refere Resende não guarda semelhança, porém, com a perspectiva estruturalista, método segundo o qual seria possível, por meio da análise empírica de narrativas particulares e, em um processo de abstração progressiva, chegar a uma “estrutura geral da narrativa” (NASCIMENTO, 2008, p. 110). É importante assinalar que o método estruturalista, vinculado ao positivismo racionalista do século XIX, adota uma visão do texto como uma estrutura fixa, abolindo os fatores como o sujeito e a história na compreensão dos significados. Tal concepção é criticada por Barthes, quando assim se posiciona:

Diz-se que, por força de ascese, alguns budistas conseguem ver toda uma paisagem numa fava. Foi exatamente isso o que quiseram os primeiros analistas da narrativa: ver todas as narrativas do mundo (tantas há e houve) numa única estrutura: vamos, pensavam eles, extrair de cada conto um modelo, em seguida faremos com esses modelos uma grande estrutura narrativa, que reverteremos (para verificação) sobre qualquer narrativa: tarefa exaustiva e [...] finalmente indesejável, pois com isso o texto perde sua diferença (BARTHES apud NASCIMENTO, 2008, p. 110).

De acordo com Nascimento (2008), depreende-se do excerto o reconhecimento de Roland Barthes quanto à impossibilidade de o método estruturalista dar conta das particularidades dos discursos, como a identificação daquilo que neles (nos discursos) permanece irreduzível à generalização. Nascimento (2008, p.116) explica os fatores que contribuíram para que o paradigma estruturalista fosse superado: a introdução de categorias como o *dialogismo*⁵ de Mikhail Bakhtin e a *intertextualidade*⁶, um dos vetores do dialogismo, construído por Júlia Kristeva.

Tais categorias modificaram a concepção de texto. Desse modo, em vez de existir como entidade em si mesma, detentora de uma estrutura universal, o texto funciona em rede, tendo em vista que o leitor (aqui entendido como sujeito) articula a massa dos escritos preexistentes, o que implica adotar uma nova noção de signo, de texto e de escritura. A ideia é que não há *texto em si*, não há, por conseguinte, uma narratividade geral com possibilidade de significação controlada. Há, isto sim, um jogo de remissões sem interrupção dos fluxos de referência e das inscrições, o que remete a entender o enunciado como fruto da enunciação.

Nascimento, ao problematizar e lamentar o fato de o texto ter deixado de ser um problema em si para se tornar uma ferramenta operacional, tendo em vista os caminhos percorridos pela linguística estruturalista, afirma que

⁵ “Conceito emprestado, pela Análise do Discurso, ao Círculo de Bakhtin e que se refere às relações que todo enunciado mantém com os enunciados produzidos anteriormente, bem como com os enunciados futuros que poderão os destinatários produzirem. Mas o termo é ‘carregado de uma pluralidade de sentidos muitas vezes embaraçantes’, não somente – conforme afirma Torodov (1981: 95) – nos escritos do Círculo de Bakhtin, mas, igualmente, devido às diferentes maneiras como ele foi compreendido e retrabalhado por outros pesquisadores [...]. Para Bakhtin e Volochinov, com efeito, ‘o diálogo – a troca de palavras – é a forma mais natural da linguagem. Mais ainda: os enunciados longamente desenvolvidos, ainda que eles emanem de um locutor único – por exemplo, o discurso de um orador, o curso de um professor, o monólogo de um ator, as reflexões em voz alta de um homem só – são monológicos somente em sua forma exterior, mas, em sua estrutura interna, semântica e estilística, eles são, com efeito, essencialmente dialógicos’ (VOLOCHINOV, 181:202) (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 160-161).

⁶ “A noção de *intertextualidade* foi introduzida por Kristeva (1969) para o estudo da literatura; com isso, chamava atenção para o fato de que a *produtividade* da escritura literária redistribuiu, dissemina... textos anteriores em um texto; seria preciso, pois, pensar o texto como *intertexto*. Concepção ampliada por Barthes: ‘Todo texto é um intertexto; outros textos estão presentes nele, em níveis variáveis, sob as formas mais ou menos reconhecíveis [...] O intertexto é um campo geral de fórmulas anônimas, cuja origem raramente é recuperável, de citações inconscientes ou automáticas, feitas sem aspas’ (1973)” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 288-289).

o termo *texto* significa, não mais apenas enunciados linguísticos estruturados, segundo determinadas regras e dotados de coesão. Segundo o autor, o termo *texto* aponta para

[...] justamente aquilo que, partindo do linguístico, vai além dele. Suspeito até que, partindo do linguístico não seja um sintagma consequente para o que de fato desde sempre mobilizou o desejo de pesquisa. É possível que para certa teoria do texto, como se configurou historicamente, o problema fosse não mais partir do verbal, mas recorrendo a outras categorias de pensamento, desmobilizar o que o verbal tem de mais hegemônico em nossa cultura, como limite mesmo de um estágio cultural, uma certa episteme – para recorrer a um velho-novo termo de Michel Foucault (SIGNORINI, 2008, p. 112).

Já para Foucault (1999a), os discursos ultrapassam os recursos linguísticos (letras, palavras e frases) e expressam bem mais do que os pensamentos. O autor afirma, porém, que o discurso só existe na dimensão do real e que é no campo dos enunciados que toda realidade se manifesta. Enunciados que se apreendem na transversalidade de frases, proposições e atos de linguagem. Dessa forma, ele é um acontecimento que não pode ser esgotado inteiramente, nem pela língua, nem pelo sentido. É constituído por palavras e por signos. Entretanto, interessa sua condição mesma de enunciado, e não seus aspectos puramente linguísticos. Diante disso, analisar um enunciado é reconhecer suas especificidades, é apreendê-lo como um acontecimento situado no tempo e no espaço e que pertence a uma dada formação discursiva. Para Bakhtin (2006), o enunciado é a real unidade da comunicação discursiva. O discurso, desse modo, só pode existir, de fato, na forma de enunciações concretas de determinados falantes, sujeitos do discurso.

Todo enunciado é um elo na cadeia da comunicação discursiva. É a posição ativa do falante nesse ou naquele campo do objeto e do sentido. Por isso cada enunciado se caracteriza, antes de tudo, por um determinado conteúdo semântico-objetal. A escolha dos meios linguísticos e dos gêneros de discurso é determinada, antes de tudo, pelas tarefas (pela idéia) do sujeito do discurso (ou o autor) centradas no objeto e no sentido. É o primeiro momento do enunciado que determina as suas peculiaridades (BAKHTIN, 2006, p.289).

Concebe-se, pois, que as narrativas são os suportes sintático-semânticos que sustentam os discursos, estes que representam o lugar, ao mesmo tempo, do social e do individual. Reportando-se aos discursos narrativos midiáticos, Motta (2007 apud LAGO; BENETTI, 2007, p.144) ressalta as estratégias discursivas e as operações e opções linguísticas e extralinguísticas para realização dos objetivos dos diferentes discursos midiáticos, em função da diversidade de narrativas que os meios de comunicação comportam, quer sejam elas fáticas, como as notícias ou fictícias, como as telenovelas. De acordo com o autor,

a comunicação narrativa pressupõe uma estratégia textual que interfere na organização do discurso e que o estrutura na forma de sequências encadeadas. Pressupõe também uma retórica que realiza a finalidade desejada. Implica na competência e na utilização de recursos, códigos, articulações sintáticas e pragmáticas: o narrador investe na organização narrativa do seu discurso e solicita uma determinada interpretação por parte do seu destinatário (MOTA apud LAGO; BENETTI, 2007, p.145).

A materialidade da comunicação narrativa, por conseguinte, é o texto. Este, mais do que a soma de períodos ou orações, é uma unidade semântica completa que contém em sua realização certas características linguísticas responsáveis por sua unidade total e lhe imprimem tessitura. A tessitura, por sua vez, advém de relações coesivas que, a seu turno, contribuem para a coerência textual, obtida pelo fato de o texto funcionar como uma unidade em relação ao seu ambiente. A tessitura é, assim, a propriedade de garantir que um texto seja um texto, devido aos princípios de conexão que unem um texto e promovem a interpretação.

Em conclusão, Halliday e Hasan (1989 apud BELMONTE, 2010) acrescentam ao critério da *tessitura* o de *estrutura*. Considera-se como estrutura a organização das sentenças de acordo com uma formatação textual reconhecida. Com a inclusão de estrutura ao conceito anterior, os autores tentam abarcar elementos, tanto da microestrutura, quanto da macroestrutura, para sugerir como um texto se torna completo e pode ser julgado coerente. A esse conceito ampliado de texto, Halliday e Hasan (1989 apud BELMONTE, 2010) também incluem uma dimensão social.

3.2 ESTRUTURAS E TESSITURAS: O TEXTO DAS LÓGICAS E A LÓGICA DO TEXTO

Fernando Resende (2005) redireciona os conceitos linguísticos de *tessitura* e *estrutura*, posicionando-os no jornalismo. O autor, partindo do reconhecimento de que o texto jornalístico, historicamente, está condicionado a regras, técnicas e valores que determinam suas práticas, tais como objetividade e imparcialidade, designa *estrutura* à organização textual que se baseia nesses pressupostos e tenta apagar do enunciado jornalístico as marcas da enunciação que lhe são inerentes. Ao contrário da lógica estruturante, que predomina nas narrativas jornalísticas, o pesquisador defende que o fato não se encerra nele próprio, pois gera significados e produz sentidos, formando outros polos possíveis de compreensão. Desse modo, é no jogo da tessitura textual que se revela a completude do texto nas dimensões discursivas e narrativas.

Convém, porém, destacar que as categorias a que se denomina de *estrutura* e *tessitura* são partes inseparáveis do tecido ou da trama que se apreende do texto em condições de enunciação. Cabe ao analista o desafio de contrastar *estrutura/tessitura*, sem que uma coisa elimine a outra. Sem separá-las, portanto. Estrutura e tessitura, de certo, não se constituem em pares dicotômicos, uma vez que são fenômenos intrínsecos à textualização. Em que pese a impossibilidade de separá-las, a verdade é que se consagrou uma forma de pensar e de operacionalizar as narrativas jornalísticas, supondo-se que, pelo acionamento de técnicas, da construção de uma racionalidade, poder-se-iam narrar os acontecimentos de forma imparcial, neutra, objetiva. Excluir, enfim, o sujeito do ato de enunciar (uma impossibilidade, sem dúvida), mas um pressuposto que orientou e orienta concepções e práticas, historicamente constituídas.

Nessa lógica, ao intentar conter a complexidade da produção discursiva das notícias, por adesão a esse modelo, o jornalista tenta reduzir a notícia à forma, à estrutura e desconsidera ou tenta minimizar a dimensão da tessitura (*a lógica do texto*). É a hegemonia da estrutura que se traduz na categorização construída por Resende (2004, p.5), com a denominação de *o texto das*

lógicas. Resende considera que a tessitura, mais do que representar o texto completo e coerente, é o lugar da narrativa em que as representações e as mediações são indissociáveis; lugar de produção de conhecimento no qual se inscrevem as instâncias enunciativas da narração. “É nelas que se instalam os modos, os contextos e os sujeitos” (GENETTE, 1995 apud RESENDE, 2009, p. 33). Acrescenta o autor que

as possibilidades de reconhecimento da pluralidade de identidades, a relativização, no texto, de dogmas que operam a construção do discurso, o próprio suscitar das dúvidas e a utilização das estruturas sintáticas provocadoras de sentidos outros que não o esperado naquele discurso específico são modos dialógicos de interagir com o mundo” (RESENDE, 2009, p. 39-40).

4. REFLEXÕES E INQUIETAÇÕES SOBRE AS DIMENSÕES DISCURSIVAS DA NOTÍCIA: REALIDADE E VERDADE NO/DO JORNALISMO MARANHENSE

Inicia-se este tópico com um texto imagético cujos efeitos de sentido provocam questionamentos dos tipos: “Atos de fingir?” (ISER 2002 apud IMBROISI, 2009). “Marcas de mentira e verdade?” (MENDONÇA, 2001).



Fonte: *O Estado do Maranhão*, 10 de junho de 2005, capa.

Figura 1 – Roberto Jefferson, José Reinaldo e Alexandra Tavares.

Tudo porque o texto fotográfico em destaque diz muito da crise que ensejou transformações das/nas ordens de discurso dos jornais impressos maranhenses, decorrentes do rompimento do governador José Reinaldo Tavares com o grupo Sarney (ANDRADE, 2011). A foto, centralizada na primeira página do jornal *O Estado do Maranhão*, “faz (é) parte” da notícia sobre a CPI dos Correios⁷ “Relaciona-se a”. O contexto (tomado no sentido de totalidade do enunciado) descreve-se da seguinte forma: o título (manchete) acima da foto: *Instalada CPI dos Correios*. Abaixo do título principal, três subtítulos relacionados: 1) *Primeira reunião acaba em impasse por cargos*; 2) *Base aliada quer criar a CPI da compra de votos*; 3) *Jefferson vai depor na Câmara terça-feira*. O conteúdo do texto verbal (chamada no extremo direito da página) informa sobre o andamento da CPI, referida nos títulos, sem relação alguma com a política local ou com o governador do Maranhão. Este é o contexto intratextos.

Fica a indagação: O que justifica, então, a foto e, principalmente, o destaque dado à mesma? A legenda desvenda a *charada*: *Roberto Jefferson, que esteve no Maranhão em 2004, para filiar José Reinaldo Tavares e Alexandra Tavares ao PTB, vai depor terça-feira*. Aqui se começa a desvendar o *enigma* do texto-fotográfico e as relações que se estabelecem com os outros textos, causando efeitos de sentido. A estratégia do autor começa pela relação que se estabelece entre Roberto Jefferson, cuja imagem estava, então, relacionada aos escândalos da República.

⁷ A CPI dos Correios foi criada em maio de 2005, com o objetivo específico de investigar as denúncias de corrupção nas estatais, mais especificamente, nos Correios. Seu foco, no entanto, foi deslocado pouco depois para a investigação da existência do suposto *mensalão*, o pagamento mensal a parlamentares da base aliada pelo governo Lula. O estopim da crise surgiu com a revelação da uma fita de vídeo, que mostra o ex-funcionário dos Correios Maurício Marinho negociando propina com empresários interessados em participar de uma licitação. No vídeo, o funcionário dos Correios dizia ter o respaldo do deputado federal Roberto Jefferson (PTB-RJ). Pouco depois, em entrevista à *Folha*, Jefferson denunciou o suposto esquema de pagamento de mesada a parlamentares da base aliada em troca de apoio político. Só para relembrar, ele *implode* o sistema de corrupção, implica-se e implica os outros políticos, quando resolveu abrir a “Caixa de Pandora” dos conchavos, da indústria de favorecimentos e outros ilícitos na esfera federal do poder. A República tremeu. Jefferson aparecia nos meios de comunicação, expunha-se, à exaustão, como uma pessoa furiosa, ávida por vingança. Histriônico, até. Imagens que o negatavam de todas as formas.

Assim, em razão do contexto político, o texto é rico em policromia (ORLANDI, 2002); pelo dito e, principalmente, pelo não dito e pelo silêncio. Explicitamente, associar esta personagem (R) aos Tavares (divulgar um texto composto pelos três) é uma estratégia que cola conceitos negativos ao primeiro casal da *província*, cria efeitos de sentido do tipo: o governador e a primeira dama são amigos dele, são iguais a, são companheiros de. O implícito: “pertencem à mesma agremiação política ou mesma gangue?” Observa-se que a figura lembra textos fotográficos comuns às páginas policiais dos jornais. Os personagens olham de lado, não encaram a câmera fotográfica, não estão com desenvoltura (convém informar que esta mesma imagem é retomada em variadas notícias sobre o governo JRT no jornal *O Estado do Maranhão*). São escolhas ou estratégias discursivas que depreciam o governador e a primeira dama, os quais, antes, eram publicizados nas mesmas páginas, divulgados pelo mesmo jornal, em seus melhores ângulos, em narrativas que lhes destacavam atributos positivos.

Tudo mudou em razão da crise política, não apenas no jornal *O Estado do Maranhão*, mas também nos outros jornais em circulação no estado (conforme já referido neste artigo). Instituem-se novos *modos de dizer*, novos valores, na recorrência a estratégias discursivas de legitimação, pela mobilização de provas “que conduzem a recepção a julgar o discurso em seu caráter de verdade ou de verossimilhança” [...]. “Os jornais recorrem ao *ethos* para produzir provas que garantam a eficácia dos dispositivos de enunciação, a fim de conquistar a confiança dos (e) leitores” (GOMES; CONCEIÇÃO, 2008, p.3). Nessa lógica, os autores asseveram que o conflito José Reinaldo-grupo Sarney tem explicações diversas e contraditórias. Contudo, afirmam que, “na instância jornalística, o acontecimento foi reconstruído na disputa pela busca e apresentação de provas do *dizer o verdadeiro*” (GOMES; CONCEIÇÃO, 2008, p.6).

Uma estratégia discursiva que não se restringe ao discurso jornalístico, mas permite perceber, com maior clareza, a verdade como uma atividade de linguagem, submetida aos condicionamentos político-ideológicos que a moldam e a tornam sempre um *vir-a-ser*, sobretudo no jogo político.

Ainda sobre o *dizer verdadeiro*, é importante destacar que, na perspectiva foucaultiana, a história da sociedade é atravessada por práticas discursivas, as quais são controladas, selecionadas, organizadas e redistribuídas por procedimentos coercitivos, como se constituíssem, nas palavras do autor, “grandes edifícios que garantem a distribuição dos sujeitos que falam, nos diferentes tipos de discurso e a apropriação dos discursos por certas categorias” (FOUCAULT, 1999a, p. 44).

Partindo, pois, do princípio de que, em toda a sociedade, a produção discursiva sofre controles variados, Foucault (Ibidem) identifica, na sociedade, três sistemas de exclusão que atingem o discurso: a palavra proibida, a segregação e a vontade de verdade⁸. O autor explica como esta última (vontade de verdade) renova-se, continuamente, em diferentes contextos históricos. Para demonstrar como a vontade de verdade se estabelece no/pelo discurso, sempre em decorrência das condições em que é produzido, o autor situa-se em três momentos históricos. Primeiro, na época da sofística, com Sócrates e a filosofia platônica, quando o discurso eficaz ordenou-se aos poucos em uma separação entre discurso verdadeiro e discurso falso. Segundo, no século XVI para o XVII, principalmente na Inglaterra, quando apareceu uma ciência do olhar, da observação, da verificação, uma certa filosofia natural, com um discurso que estrutura e legitima este momento e é, também, por ele estruturado. Por último, faz referência ao início do século XX, com a ciência moderna, a formação de uma sociedade industrial e a legitimação da ideologia positivista.

No jornalismo, a vontade de verdade, que guarda a lógica da ideologia positivista, legitima-se no mito da objetividade, da imparcialidade e da neutralidade. Para Mendonça, porém, “o lugar do saber, enquanto espaço de verdade, será ocupado pelo jornalismo menos graças à partilha social

⁸ Para Foucault, a palavra proibida ou a interdição diz respeito ao fato de que não se pode dizer tudo, sobretudo em áreas como a sexualidade e a política; já a segregação determina que certos discursos não podem circular como os outros, como o discurso dos loucos; por sua vez, a vontade de verdade, sustentada por sistemas de instituições, impõe discursos por meio da pressão e de alguma forma de violência.

de uma crença na objetividade do que pelo acatamento das estratégias enunciativas do discurso” (MENDONÇA, 2001, p. 28).

Nesse sentido, observa-se que os jornalistas maranhenses, usando estratégias enunciativas claramente a serviço de *uma verdade* que convinha aos grupos em litígio, tornam irrelevante a preocupação com a objetividade e com a neutralidade. No entanto, conservam, do ponto de vista estrutural, o ritual estratégico, o acionamento da teia de faticidade, os elementos que compõem o que se denomina de racionalidade jornalística. Deduz-se, então, que a vontade de verdade ou o dizer verdadeiro está condicionada, de certo, a fatores da ordem política, econômica e social. É o que confirma Norman Fairclough (2001), ao considerar o discurso como uma prática social, e não uma atividade puramente individual, ou reflexo de variáveis situacionais. O autor destaca, todavia, as implicações que esta concepção suscita: de um lado, o discurso é um modo de ação das pessoas sobre o mundo, sobre as outras pessoas, como também um modo de representação. De outro, o discurso é moldado e restringido pela estrutura social no sentido mais amplo e em todos os níveis.

Os eventos discursivos específicos variam em sua determinação estrutural, segundo o domínio social particular ou o quadro institucional em que são gerados. Por outro lado, o discurso é socialmente constitutivo. Aqui está a importância da discussão de Foucault para a formação discursiva de objetos e conceitos. O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhes são subjacentes (FAIRCLOUGH, 2001, p.91).

Convém esclarecer que falar de moldagem do discurso pela estrutura social não significa dar à referência ou ao contexto o valor requerido pelas teorias clássicas da linguagem, herdeiras das concepções de que a linguagem representa a realidade e o pensamento. Tem-se claro que a realidade não é um objeto dado a ser reconhecido e interpretado pelos usuários da língua ou das linguagens. Também não se concebe o oposto, como propõem as correntes pós-modernistas, antirrealistas de origem nietzschiana e os pós-

-marxistas, segundo as quais a linguagem nunca reflete nada⁹. Adota-se, por conseguinte, a posição de Cardoso (2003, p. 119) quando afirma que o *real* é um conjunto de práticas que oferecem a razão (não a causa) para o que se diz e que constituem o seu referencial. Essas práticas são transformadas interpretativamente. A autora reforça, nesta perspectiva, que o referencial

[...] pode ser tomado como a situação socioeconômica total, e interesses que essa contém são significados de muitas maneiras diferentes pelos discursos. A linguagem então trabalha sobre a situação "real" de maneiras transformadoras. Falar, desse modo, em trabalho transformador, implica que algo preexiste a esse processo, algum referencial, o que equivale a dizer que os interesses materiais existem anterior e independentemente de interesses político-ideológicos (CARDOSO, 2003, p. 119).

Reportando-se à questão política, a autora afirma que a situação material é o referencial do discurso, e não o significado dele. O real existe, assim, como um conjunto de práticas discursivas e não discursivas que fornecem razão para o que se diz e que constituem seu referencial. Práticas, contudo, que não são fixas ou estáveis; estão sujeitas a serem transformadas pela prática da representação. Visto desse modo, na representação, o representado nunca é uma realidade bruta, mas uma realidade moldada pela prática da própria representação. As práticas discursivas moldam, transformam as práticas não discursivas e a si próprias.

Nascimento (2008, p. 121) alerta, porém, para o fato de que os vínculos entre as palavras, os conceitos e as coisas, a verdade e a referência não são absolutos e puramente garantidos por uma metatextualidade ou metadiscursividade. Para o autor, por mais estabilizado, complexo e sobredeterminado que seja, há um contexto apenas relativamente firme, sem firmeza nem fechamentos absolutos, sem pura e simples identidade em si. No contexto há, pois, jogo, diferença e abertura que vêm embara-

⁹ O pós-moderno, segundo Lyotard (1998), caracteriza-se pela incredulidade perante o metadiscurso filosófico-metafísico, com suas pretensões atemporais e universalizantes. Para Nietzsche, a realidade é o caos inefável. Os pós-marxistas, por sua vez, chegam a dizer que o *real* é apenas uma relação construída particularmente para fins específicos. Não há, então, porque se falar em referentes quando se considera a inexistência de uma relação causal entre o discurso e a realidade (CARDOSO, 2003, p. 116-117).

lhar ou complicar perigosamente os limites entre o dentro e o fora. Dessa forma, nenhum contexto é saturável, tendo em vista a impossibilidade de que este possa deter o conjunto potencial das significações passíveis de se manifestarem (DERRIDA apud NASCIMENTO, 2008, p. 128). O texto, nesta concepção, não é jamais esgotável, pois sempre se contará com a imprevisibilidade das derivas de leitura. “Aliás, as interpretações que se dão como verdadeiros acontecimentos dependem dessa imponderabilidade da leitura, que articula determinadas marcas textuais a fatores que estão circulando num determinado contexto” (NASCIMENTO, 2008, p. 128).

Imponderabilidade de leitura e impossibilidade de deter as significações, aliás, são recorrentes nas conversões ou mudanças de discursos realizadas pelo jornal *O Estado do Maranhão*, na representação discursiva da personagem José Reinaldo Tavares, a partir da crise política entre o governador e o grupo político de que fez parte por mais de três décadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões e problematizações realizadas neste artigo, antes de suscitar respostas, provocaram inquietações e incertezas e reforçam a tese de que há uma crise de racionalidade do jornalismo, sobretudo o jornalismo impresso, que se apreende pelas inúmeras formas de narrar o acontecimento jornalístico. Pelas pistas, é possível inferir que, das periferias aos grandes centros do Brasil, diferentes narrativas jornalísticas evidenciam o descompasso entre os pressupostos teóricos que reafirmam o jornalismo como mediador da realidade social, sustentado por uma racionalidade que vem sendo reproduzida, embora também questionada e problematizada, desde que a atividade se institucionalizou socialmente.

As razões para a crise são de ordens várias, desde os constrangimentos profissionais e econômicos, à ausência de competência técnica ou mesmo ao meio (considerando, principalmente, o jornalismo impresso que enfrenta uma crise relacionada ao seu suporte – a escrita). Há, porém, um complicador epistemológico grave para se falar de uma gramática do jornalismo (entendendo-se como gramática o sentido adotado por Barros (1998) – sistema de descrição,

explicação e articulação dos componentes do discurso com suas condições de enunciação), capaz de suportar e traduzir uma racionalidade epistêmica que se revele numa operacionalização empírica, na produção noticiosa: *a concepção de texto que subjaz ao paradigma da racionalidade supõe o domínio e o controle de significações, quando se concorda com a tese de que não há narrativa geral com a possibilidade de ser completamente controlada a significação.*

Antes de buscar respostas e/ou apaziguar anseios, conclui-se que um desafio está posto quanto à lógica de produção do jornalismo: a necessidade de compreender e encaminhar problemas que devem reposicionar questões geradoras de impasses para a produção de conhecimento, com consequência na atividade profissional, tais como: *como resolver, nas dimensões teórica e prática, o descompasso ou o dissenso entre as concepções teóricas que reafirmam ser o jornalismo um campo de saber e uma atividade profissional que se sustenta, valida-se e legitima-se, socialmente, pela defesa de uma capacidade técnico-profissional que o diferencia de outras áreas de conhecimento? Como administrar a constatação inequívoca de que o jornalismo é um campo de produção de conhecimento fundamental à dinâmica social com as incertezas (ou as múltiplas certezas) que se evidenciam quando se confrontam as concepções teóricas produzidas pelo campo científico e as práticas observadas neste espaço de reflexão?*

E mais: como conviver com a constatação de que a estrutura do texto não dá conta de aprisionar as particularidades do discurso, sem cair na armadilha do relativismo frouxo do tipo: não há racionalidade ou especificidade no fazer jornalístico? Ou o dissenso ou descompasso seriam sinais de um novo consenso, um caminho para se reposicionar a racionalidade jornalística? Em relação ao jornalismo impresso, com o complicador da crise do texto escrito/impresso, as novas tecnologias vão impor-lhe uma nova racionalidade ou mesmo suplantá-lo como alardeiam alguns teóricos?

Acredita-se que um caminho para tentar apaziguar tais angústias seria tentar compreender as diferentes formas de narrar do jornalismo, mapear as diferentes gramáticas e, quem sabe, dos dissensos, identificar consensos, lógicas textuais que viabilizem o objetivo maior do jornalismo: realizar a mediação entre a realidade e o público midiático.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Josefa M. e S. B. *As narrativas da Atenas brasileira: Modos de dizer e modos de ser no jornalismo maranhense*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, como requisito para obtenção do título de mestre em Comunicação. Niterói, 2010.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

_____. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria do discurso: Fundamentos semióticos*. São Paulo: Atual, 1988.

BARROS, Armando Martins de; ABICAIL, Célia Belmiro; AFONSO JR, Delfim. *Práticas discursivas ao olhar: Desafios na Formação do Profissional de Ensino e de Comunicação*. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências de Comunicação, Salvador, INTERCOM. 1º a 5 set. 2002.

BARTHES, Roland. *Análise estrutural da narrativa*. Petrópolis: Vozes, 1973.

BELMONTE, Thelma. “A coerência na promoção de leitura crítica”. Disponível em: <<http://dacex.et.ufpr.edu.br/thelma5.htm>. >. Acesso em: 12 mai. 2010.

BENEDETI, Carina Andrade. *A qualidade da informação jornalística – Do conceito à prática*. Florianópolis: Insular, 2009.

BENETTI, Marcia. “Análise do discurso em jornalismo: Estudo de vozes e sentidos”. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007.

CARDOSO, Sílvia Helena Barbi. *A questão da referência: Das teorias clássicas à dispersão de discursos*. Campinas: Autores Associados, 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2009.

_____; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2008.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: UnB, 2001.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1999a.

_____. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

GOMES, Romulo Fernando Lemos; CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves da. “Mudança política e discurso: Análise das estratégias discursivas dos jornais *O Estado do Maranhão* e *Jornal Pequeno*”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 31.2008. Natal. *Anais...* Natal, UFRN, 2008.

HALL, Stuart. "A centralidade da cultura: Notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo". *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

IMBROISI, François. "Atos de fingir ou o caráter ficcional no fotojornalismo brasileiro". *ENCONTRO DA COMPÓS*, 28, 2009. Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte, PUC, 2009. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1127.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2010.

LAGO, Cláudia. BENETTI, Marcia. *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007.

MENDONÇA, Kleber. *Discurso e mídia: De tramas, imagens e sentidos, um estudo do Linha Direta*. 2001. 131f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2001.

NASCIMENTO, Evando. "Texto, textualidade, contexto". In: SIGNORINI, Inês. *[Re] discutir texto, gênero e discurso*. São Paulo: Parábola, 2008. p.110-128.

ORLANDI, Eni P. *Língua e conhecimento linguístico*. Para uma história das ideias no Brasil. São Paulo: Cortez, 2002.

PONTE, Cristina. *Para entender as notícias*. Linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Insular, 2005.

RESENDE, Fernando Antônio. "Ausência na comunicação social e no jornalismo: A lógica da rua". Disponível em: <<http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/197/197.pdf>>. Acesso em: 08 jan. 2010.

_____. "Discursividade e narratividade: Vértices redimensionados no jornalismo". *Revista Fronteiras: estudos midiáticos*. v. 9, n. 2, p. 81-90. maio/ago. 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/fronteiras/article/view/5746/5204>>. Acesso em: 31 maio 2010.

_____. "O Jornalismo e a enunciação: Perspectivas para um narrador-jornalista". *Contracampo*, Niterói, v. 12, p. 85-101, 2005. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_846.pdf>. Acesso em: 08 jan. 2010.

_____. "O Jornalismo e suas narrativas: As brechas do discurso e as possibilidades do encontro". *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 18, p.31-43, dez. 2009.

_____. "O olhar às avessas: A lógica do texto jornalístico". In: *ENCONTRO COMPÓS*. 13. 2004. São Bernardo do Campo. *Anais...* São Bernardo do Campo. 2004. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_668.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2010.

SIGNORINI, Inês. *[Re]discutir texto, gênero e discurso*. São Paulo: Parábola, 2008.

TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: Questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 1999.

RELEASE NOS JORNAIS O PROGRESSO E CORREIO POPULAR, DE IMPERATRIZ (MA)¹

MARCO ANTÔNIO GEHLEN²

1. INTRODUÇÃO

A disseminação do uso das novas tecnologias de informação e comunicação promoveu, principalmente nas duas últimas décadas, profundas modificações nas rotinas produtivas do jornalismo, intensificando o volume de informações disponibilizadas aos jornalistas - o que coincide com a profissionalização das assessorias de imprensa - com reflexos diretos na necessidade crescente de editores e repórteres atuarem como filtros das informações. Os interesses e critérios, ou seja, as estruturas inferenciais da seleção do que pode se tornar notícia, no entanto, dependem de uma gama de perspectivas e influências que merecem atenção de pesquisadores da área da comunicação.

Sob esse prisma, o presente estudo buscou, por meio da hipótese do *newsmaking*, compreender os processos de *gatekeeping* (filtragem da informação) utilizados pelos dois jornais diários – *O Progresso e Correio Popular* – em circulação no município de Imperatriz, a segunda maior cidade do Maranhão.

Foram pesquisadas as edições diárias dos dois jornais durante os meses de junho e julho de 2012, analisando, por meio de uma abordagem predominantemente quantitativa, o tratamento dado a um tema específico: Expoimp (Exposição Agropecuária de Imperatriz) – evento realizado entre 7 e 15 de julho de 2012 no município, com objetivo de levantar peculiaridades

¹ Artigo apresentado à disciplina de Teorias da Comunicação, do Doutorado Interinstitucional PUC-RS/ UFMA, conforme solicitação do professor doutor Antônio Hohlfeldt.

² Doutorando em Comunicação pela PUC-RS, mestre em Agronegócios (UFMS), pós-graduado em Comunicação Empresarial e professor de Jornalismo da UFMA. E-mail: gehlen.m@gmail.com

do processo de seleção ou filtragem das notícias publicadas no período, a partir da hipótese preliminar de que predominam as publicações de textos na íntegra, oriundos de assessorias de imprensa, em detrimento de textos autorais, escritos por repórteres.

2. JORNALISMO IMPRESSO E A CONDIÇÃO DA VELOCIDADE

As explosões informacionais, ocorridas nas últimas décadas, a partir da disseminação do uso dos computadores e das redes digitais, assim como o advento da convergência multimidiática em curso, expandiram as fronteiras e alteraram os modelos das organizações midiáticas, com profundas modificações nas estruturas dos veículos de comunicação, bem como no *modus operandi* do jornalismo.

Os processos de produção da notícia, assim como os canais de distribuição e consumo das informações, foram profundamente modificados, nas últimas décadas, pela informatização e pelo surgimento da internet comercial. De acordo com Neveu (2006), a atividade jornalística foi afetada diretamente pela informatização e pelas técnicas mais recentes, como a criação de espaços pré-formatados para as notícias, até a velocidade de cobertura atualmente intensificada pela acelerada e facilitada transmissão de dados pela rede. Outro aspecto observado é que a descentralização da *web* torna cada indivíduo como potencial produtor de conteúdo, ampliando de modo imensurável as possibilidades de acesso a fontes de informação, o que impõe grande desafio para os jornalistas.

Nas palavras de Marcondes Filho (2009), as novas tecnologias incidem de duas maneiras na atividade: virtualizam o trabalho e interferem nos conteúdos, propondo às redações, acostumadas anteriormente à materialidade do papel dos jornais impressos, a se depararem com a volatilidade das redes de computadores e a intensificação no ritmo de produção, a reorganização das relações de trabalho e novas atribuições e exigências aos jornalistas.

Para se compreender os efeitos no cotidiano jornalístico é preciso observar que a internet permitiu o surgimento do jornalismo digital (ou jornalismo *online*), tornando-se uma fonte poderosa para a produção de

informações jornalísticas, mas passou também a organizar e estruturar as etapas de apuração, composição, edição e circulação das notícias, seja como ferramenta de trabalho do jornalista, seja como meio para acesso às fontes de conteúdo. Como reflexo da incorporação de novas ferramentas na rotina do jornalista, vê-se a exigência de profissionais multitarefas e com capacidades multimídias, cada vez mais aptos a atuar com agilidade no processo de produção e distribuição de conteúdos. É uma mudança de fluxo e de rotina (SILVA, 2009, p.8).

Conforme Luciane Agnez (2011), essa profusão de ferramentas está influenciando na rotina e na organização do tempo por parte das empresas jornalísticas. Com a pressão do tempo e as facilidades de localizar todo tipo de informação pela internet, por meio de bancos de dados ou agregadores de conteúdo, os jornalistas, segundo a autora, também estão limitando, ao computador ou a poucos contatos telefônicos, o procedimento de apuração, levando ao que Marcondes Filho (2009) avalia como a *precarização do jornalismo*, em consequência do processo de informatização. Para esse autor, a aceleração do tempo e a multiplicação das funções levaram a um esvaziamento da parte analítica, formatando um jornalismo essencialmente de relato, com base em declarações de fontes, em detrimento das análises, especialidades, críticas e comentários.

Com relação à rotina jornalística, a necessidade cada vez maior de agilidade imposta pelo ritmo das notícias *em tempo real* e por imposições de *furo* e de *sair na frente* encurtaram o processo, forçando jornalistas a filtrar e a distribuir informações até mesmo antes de executar e/ou concluir a apuração. Para Moretzsohn (2002), essa lógica da velocidade, extremamente valorizada, condiciona toda a rotina jornalística, sendo que *chegar na frente* passa a ser tão ou mais importante do que *dizer a verdade*. As consequências disso são severas para o jornalismo.

Nesse mesmo sentido, configura-se um mimetismo entre os meios de comunicação, ou seja, a redução do tempo para produção de novas notícias tem levado a uma repetição de temas em *sites* noticiosos, agências de notícias e, como consequência, também nos jornais impressos (AGNEZ,

2011). Acrescente-se a isso a crescente profissionalização das assessorias de imprensa - e dos conteúdos disponibilizados por estas - o que desloca as discussões da pressa e da velocidade, nas rotinas produtivas jornalísticas, para o questionamento sobre a cópia no jornalismo (impresso ou digital), sem apuração criteriosa, originalidade ou pluralidade.

Nesse contexto, o jornalismo impresso encontra-se desafiado pelas novas mídias, exigindo adaptações em suas rotinas produtivas frente aos intensos fluxos de informação e à consequente condição da convergência. É nesse cenário que estão sendo definidos não apenas novos formatos de jornalismo, mas, sobretudo, novos modos de fazer. Segundo Agnez (2011), os *saberes* da atividade – de reconhecimento, de procedimento e de narração – estão sofrendo mutações, levando consequentemente a transformações estruturais do próprio jornalismo (TRAQUINA, 2005) e também da função do jornalista que, em meio à superabundância da informação, enfrenta as indispensáveis habilidades de filtragem jornalística de conteúdos neste mundo dos tempos reais (PALÁCIOS, 2010, p. 43-44).

Agnez (2011) destaca que reconhecidos autores defendem justamente a manutenção do jornalismo em seu papel de mediador legítimo entre sociedade e informação (WOLTON, 2010; SODRÉ, 2009; MORETZSOHN, 2007; LEMOS e LÉVY, 2010). Ou seja, é ressaltada a capacidade do jornalismo como intermediário no processo comunicativo e do jornalista no papel de filtro.

A filtragem deve garantir a qualidade no jornalismo, sendo que as premissas dessa qualidade não devem ser associadas especificamente à velocidade e ao desempenho com as tecnologias, mas sim, com investimentos na tríade qualidade (bons jornalistas e boas pautas), credibilidade (excelência na apuração) e, consequentemente, lucro (RIGHETTI; QUADROS, 2009).

Kischinhevsky (2009, p. 69) preocupa-se com o fato de que, embora resista a admitir abertamente, o jornalista acaba deixando em segundo plano a profundidade na apuração, abrindo mão de novas entrevistas e checagens, que poderiam garantir maior qualidade na informação, para adequar-se às exigências de velocidade nas publicações.

Relevante salientar, ainda, como sublinha Agnez (2011), que, na contramão do uso instrumental dado aos computadores durante o processo gradual de entrada destes equipamentos nas redações, a disseminação do jornalismo digital, enquanto nova modalidade jornalística, pressupõe a criação de técnicas de pesquisa e apuração adequadas ao entorno constituído pelas redes telemáticas, além de possibilitar que tais métodos fossem empregados também, em teoria, nas redações de jornais impressos.

Marcondes Filho (2000) reflete sobre o papel do jornalista diante dessa evolução tecnológica: os sistemas informatizados de transmissão e consulta de informações estão ocupando o espaço que, no passado, era reservado aos jornais, sobretudo os impressos. O jornalismo impresso, por sua vez, agora reduzido e debilitado, tende a se concentrar nos dossiês, análises e comentários, e na imprensa especializada. Como um dos fatores desses processos de debilidade dos jornais impressos, Marcondes Filho (2000, p. 147) questiona a credibilidade das publicações atuais, ou seja, até que ponto notícias produzidas em ritmo de alta velocidade ainda são confiáveis?

Nos últimos anos, algumas publicações buscaram compreender as alterações nas rotinas jornalísticas diante do novo contexto, como o trabalho intitulado “O ciberespaço como fonte para os jornalistas”, de Elias Machado (2002). Em suma, as novas tecnologias, bem como as redes e os meios digitais, são vistos como detentores de potencial imensurável para captação, confronto, checagem e apuração de informações jornalísticas, seja para publicações em meios digitais, seja para impressos. No entanto, empiricamente, o que se constata é que as facilidades de pesquisas e de acesso a conteúdos e informações distintas, em vez de propiciarem aprofundamento dos jornalistas nos temas noticiáveis, terminam por promover certo comodismo nesses profissionais das redações, que reduzem ou eliminam os processos de apuração das notícias e passam a replicar conteúdos disponibilizados pelos meios digitais. Tais condutas reforçam a necessidade de discussões sobre os processos de seleção de conteúdos.

2.1 FILTRAGEM DA INFORMAÇÃO

O *newsmaking*, hipótese contemporânea de pesquisa em comunicação que se debruça sobre as rotinas de produção no jornalismo, é um estudo ligado à sociologia do jornalismo e tem ênfase na produção de informações, ou melhor, na potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícia (HOHLFELDT, 2001).

Os estudos de *newsmaking* têm origem em pesquisas sobre a filtragem da informação e sobre a seleção dos acontecimentos que se transformam em notícia, sendo a pesquisa em *newsmaking* baseada na observação participante (WOLF, 2001, p.186). Após a coleta dos dados, o investigador afasta-se para manter o espírito crítico e melhor poder descrever, analisar e, eventualmente, criticar as práticas observadas (HOHLFELDT, 2001).

O olhar dessa hipótese é centrado no emissor, visto enquanto intermediário entre o acontecimento e a notícia, e dá atenção ao relacionamento entre jornalistas e fontes, assim como às diferentes etapas de produção: captação, tratamento, edição e distribuição da informação. Neste momento da pesquisa, é importante observar a relação entre a cultura organizacional do veículo de comunicação e a cultura profissional dos jornalistas envolvidos (STRELOW, 2007, p. 65).

Na realidade, como destaca Hohlfeldt (2001), os estudos em torno de *newsmaking*, que em tradução livre seria os *fazedores de notícias*, surgiram em torno dos processos de *gatekeeping* ou *filtragem da informação*, por meio de pesquisa desenvolvida, ainda em 1947, por Kurt Lewin, que percebeu distorções na relação entre o volume de informações que chegavam à redação e a utilização destas nas edições posteriores do jornal.

Lewin concluiu na época que, de cada dez notas que chegaram à redação pesquisada, somente uma era transformada efetivamente em notícia na edição seguinte (HOHLFELDT, 2001), revelando a existência de mecanismos que selecionam os fatos de interesse público a serem publicados nos meios de comunicação, pois, como afirma ele (1947 apud WOLF, 1999, p. 180), um indivíduo, ou um grupo, tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia.

Pesquisas posteriores explicaram, no entanto, que tais filtros dependiam de diversas perspectivas e influências vivenciadas pelos profissionais, menos vinculadas ao nível individual, mas, mais centrados nas normas ocupacionais, profissionais e organizativas dos processos de seleção e filtragem das notícias. Tornou-se necessário, então, reconhecer as normas profissionais de seleção das informações, ou seja, das filtragens.

Para Robinson (1981 apud WOLF, 1999, p. 181), as decisões do *gatekeeper* são tomadas menos a partir de uma avaliação individual de noticiabilidade, mas mais ligadas a um conjunto de valores que incluem critérios, quer profissionais, quer organizativos, tais como a eficiência, a produção de notícias, a rapidez. Wolf (2005, p. 185) concorda que, “na seleção e no filtro das notícias, as normas ocupacionais, profissionais e organizacionais parecem mais fortes do que as preferências pessoais”.

Portanto, como suscita Hohlfeldt (2001), o *gatekeeping* constitui-se em uma distorção involuntária da informação, relacionada ao modo pelo qual se organiza, institucionaliza e desenvolve a função jornalística, que não significa manipulação, pura e simplesmente, pois não se trata de distorção deliberada, mas, sim, involuntária, inconsciente, porém, não menos perigosa, já que também omite ou marginaliza acontecimentos que poderiam ser efetivamente importantes para determinada coletividade.

Assim, considerar a hipótese dos *fazedores de notícias (newsmaking)* e os processos de *filtragem da informação (gatekeeping)* foi uma das opções avaliadas como adequadas para o presente estudo, que apresenta a seguir as características do percurso metodológico desenvolvido.

2.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Sob o prisma dos conceitos do *newsmaking* e *gatekeeping*, e diante da hipótese inicial de que os jornais analisados configuram-se, em grande parte, como meros replicadores de informações disponibilizadas aos jornalistas, com iminente limitação nos processos de apuração jornalística, este estudo se propôs a buscar evidências dos critérios de filtragem e seleção de notícias

empregados nos dois jornais impressos diários existentes no município de Imperatriz (MA): *O Progresso e Correio Popular*.

Imperatriz (MA) é a segunda maior cidade do estado do Maranhão (IBGE, 2010), com 247.505 habitantes, atrás apenas da capital, São Luís. *O Progresso*, fundado em 3 de maio de 1970, é o jornal mais antigo em circulação diária no município - e o terceiro do Maranhão -, atualmente veiculado com tiragem de 4 mil exemplares/dia. Já o *Correio Popular* é um jornal impresso, fundado em 1º de março de 2011, e que circula diariamente no município, com 3 mil exemplares. Ambos são os únicos dois jornais impressos diários em circulação em Imperatriz (MA).

Esta pesquisa analisou as publicações dos dois jornais diariamente, durante os meses de junho e julho de 2012. Limitou-se a observar como ocorreu a cobertura de um tema específico: a Expoimp (Exposição Agropecuária de Imperatriz), o maior evento do município, realizado entre 7 e 15 de julho de 2012.

A partir das investigações sobre as edições dos impressos, buscou-se detectar o número de espaços jornalísticos direcionados para a cobertura da Expoimp, bem como o teor destas publicações. Em paralelo, foram levantados o número e o teor dos *releases* distribuídos pela Assessoria de Imprensa da Expoimp, para os meios de comunicação durante o evento. Estes foram solicitados previamente e obtidos, em sua totalidade, junto à assessoria, para fins desta pesquisa.

Entre as variáveis observadas no material selecionado nos jornais e na assessoria, buscou-se detectar a origem da informação publicada nos jornais, ou seja, qual a fonte da informação que chegou até a redação para, posteriormente, tornar-se notícia; e buscou-se classificar, ainda, se o texto publicado era autoral (escrito por repórteres dos jornais) ou se tratou de cópia de *releases* que chegaram à redação, oriundos de assessorias.

2.3 RESULTADOS

No período de junho e julho de 2012, foram encontradas 69 veiculações sobre a Expoimp, nas edições diárias dos jornais impressos *O Progresso* e *Correio Popular*, distribuídas em 14 dias aleatórios, sendo que as publicações foram concentradas, somente, entre os dias 26 de junho e 18 de julho de 2012, ou seja, em dias próximos ao período de realização do evento, que ocorreu entre 7 e 15 de julho de 2012. No período analisado, a Assessoria de Imprensa da Expoimp distribuiu 81 textos sobre o evento para os dois jornais pesquisados.

Das 69 veiculações observadas nos jornais, 35 (51%) correram em *O Progresso* e 34 (49%), no *Correio Popular*, conforme Gráfico 1:

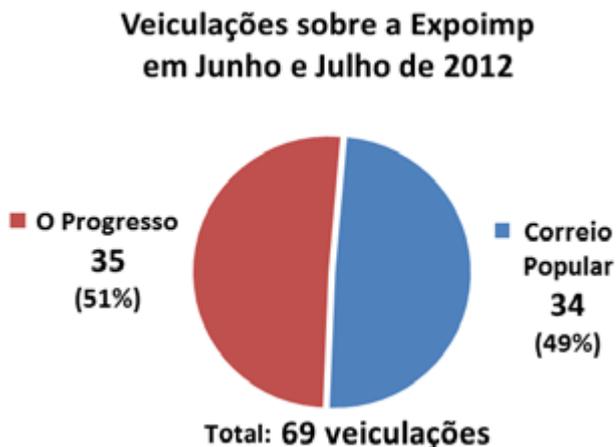


Gráfico 1: Veiculações sobre a Expoimp em Junho e Julho de 2012.

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Ao verificar o conteúdo das 69 veiculações sobre a Expoimp, nota-se que 65 (94%) corresponderam a textos (como notícias, notas e editoriais) e 4 (6%) foram publicadas na forma de galeria de fotos (somente com imagens do evento), como mostra o Gráfico 2:

Características das 69 veiculações sobre a Expoimp observadas nos jornais

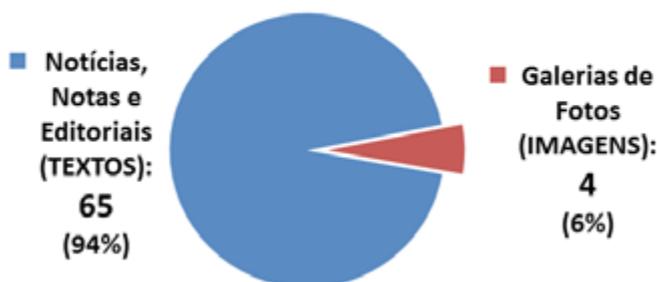


Gráfico 2: Características das 69 veiculações sobre a Expoimp observadas nos jornais.

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Concentrando as análises exclusivamente sobre os 65 textos (notícias, notas ou editorial), veiculados sobre a Expoimp no período analisado, observa-se que 54 (83%) são cópias na íntegra de textos enviados à imprensa, no período, por assessorias de imprensa; e somente 11 textos (17%) são autorais, ou seja, escritos por repórteres dos jornais investigados, como aponta o Gráfico 3:

Origem dos 65 textos sobre a Expoimp publicados nos jornais

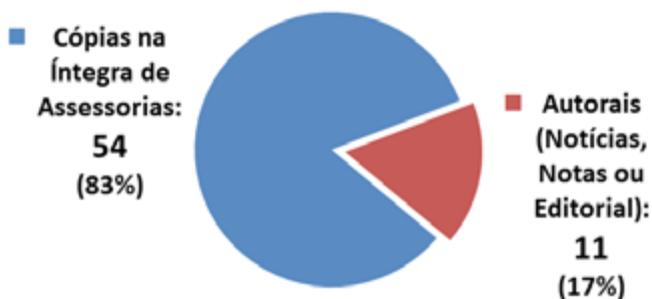


Gráfico 3: Origem dos 65 textos sobre a Expoimp publicados nos jornais.

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Observa-se ainda que, dos 54 textos publicados na íntegra, oriundos de assessorias, 32 (59%) estavam em *O Progresso* e 22 (41%), no *Correio popular*, como mostra o Gráfico 4:

Em quais jornais estavam os 54 textos sobre a Expoimp publicados na íntegra?

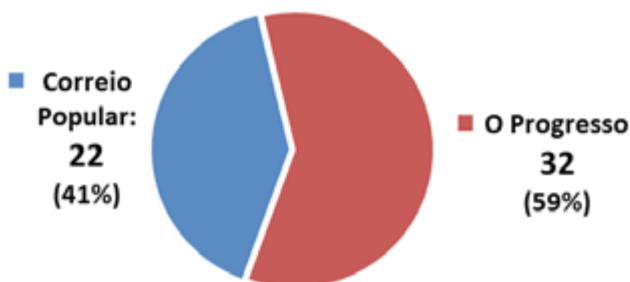


Gráfico 4: Em quais jornais estavam os 54 textos sobre a Expoimp publicados na íntegra.

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Ao confrontar o teor dos 54 textos copiados e publicados na íntegra com os *releases* distribuídos aos meios de comunicação, durante os dias de evento, por assessorias de imprensa, a pesquisa revela que 44 textos (82%) foram originários da Assessoria de Imprensa Oficial da Expoimp; 5 textos (9%) foram originários da Assessoria de Imprensa da Prefeitura de Imperatriz (MA); 4 textos (7%) foram originários da Assessoria de Imprensa do Governo do Maranhão; e 1 texto (2%) foi originário da Assessoria de Imprensa da Concessionária Honda, presente, como expositora, na Expoimp, como aponta o Gráfico 5:

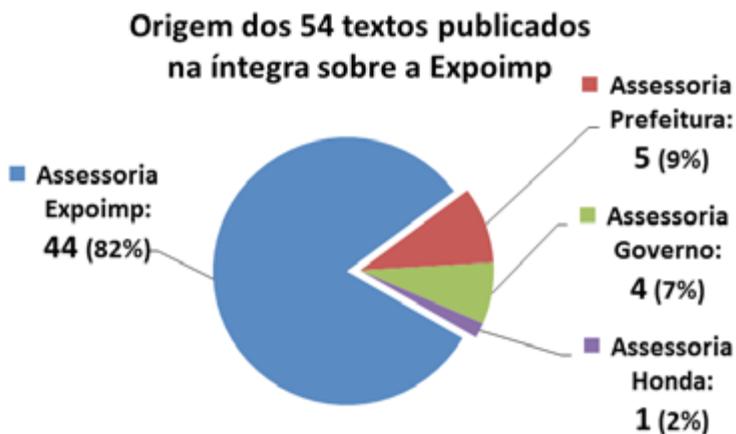


Gráfico 5: Origem dos 54 textos publicados na íntegra sobre a Expoimp.

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

O teor dos textos analisados permitiu, também, a identificação da autoria dos únicos 11 textos *autorais*, de um universo de 69 veiculações sobre a Expoimp, que foram produzidos por repórteres dos dois jornais, durante a Expoimp, conforme Gráfico 6:

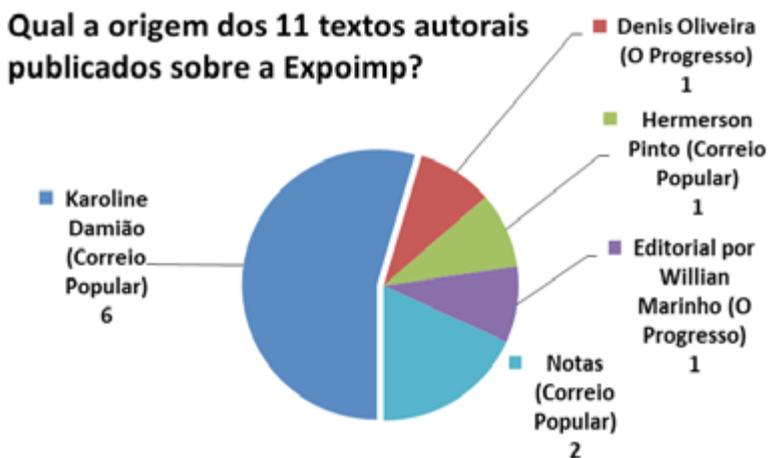


Gráfico 6: Qual a origem dos 11 textos autorais publicados sobre a Expoimp?

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

A pesquisa detectou ainda que, ao comparar as veiculações em dias iguais nos dois jornais, houve uma dezena de textos idênticos, publicados simultaneamente nos dois jornais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa comprova que, das notícias analisadas e veiculadas nos jornais estudados, 83% foram publicadas na íntegra, com teor copiado idêntico aos conteúdos enviados pelas assessorias de imprensa, sendo que somente 17% das notícias foram autorais, escritas por repórteres dos jornais.

Nas publicações que tiveram seus conteúdos completamente copiados, houve predomínio dos textos (82%) produzidos pela Assessoria de Imprensa Oficial da Expoimp, sem que esses tenham passado por processos jornalísticos consolidados de tratamento das informações, como checagem, apuração, espaço para multiplicidade de fontes e versões, ou seja, sem dar oportunidade ao contraditório. Em suma, a versão veiculada nos jornais impressos foi, em 82% das matérias copiadas, a versão de interesse da entidade realizadora do evento. Vale salientar que, durante a análise dos 69 textos que citaram a Expoimp nos dois meses pesquisados, nenhum foi publicado com status *negativo* ou com eventual questionamento quanto à veracidade dos dados, oficialmente divulgados pela entidade que promove o evento. Ou seja, as notícias foram sempre *positivas* e trataram como autênticas todas as informações produzidas pela assessoria de imprensa.

Quanto à rotina jornalística empregada na seleção dos conteúdos, nota-se que a filtragem para publicação das informações que seriam veiculadas na edição seguinte preocupou-se, predominantemente, em preencher os espaços das páginas a serem impressas, ignorando quaisquer processos de apuração das informações que chegaram à redação.

Ainda, a condição de velocidade, imposta nas últimas décadas aos meios de comunicação, com o advento da internet e dos novos meios digitais, bem como as facilidades de transmissão de informações que estes meios proporcionam, têm ofertado aos repórteres um amplo volume de informações, mas (por motivos que merecem ser mais profundamente

estudados em novas pesquisas, como comodismo, pressa ou até descaso) estão também reduzindo a capacidade de filtragem, justamente quando esta tarefa tem a sua relevância ampliada.

Conclusivamente, os processos de *gatekeeping* ou de *filtragem da informação*, quando demasiadamente seletivos - por inúmeros critérios vinculados às estruturas inferenciais, perspectivas e influências incidentes sob os *filtros* - omitem ou marginalizam acontecimentos que poderiam ser efetivamente importantes para determinada coletividade; por outro lado, a ausência de critérios de filtragem, numa perspectiva de que tudo o que chega à redação é publicado na edição seguinte, favorece o aparecimento de um jornalismo acrítico, parcial e tendencioso, que se reproduz mesmo em veículos de comunicação de massa, como nos jornais impressos analisados, também ofertando aos leitores um jornalismo precário se é que, a isso, pode-se denominar jornalismo.

REFERÊNCIAS

AGNEZ, Luciane Fassarella. *A convergência digital na produção da notícia: Reconfigurações na rotina produtiva dos jornais Tribuna do Norte e Extra*. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. 2011.

HOHLFELDT, Antônio; FRANÇA, Vera; MARTINO, Luiz. *Teorias da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Brasília: 2010. Disponível em: <www.ibge.com.br/home>. Acesso em: 30 agosto 2012.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. "Convergência nas redações: Mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico". In: RODRIGUES, Carla (org.). *Jornalismo online: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Sulina, 2009, p. 57-74.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. *O futuro da internet*. Em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

MACHADO, Elias. "O ciberespaço como fonte para os jornalistas". 2002. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>. Acesso em: 28 maio 2012.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser jornalista. O desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo: Paulus, 2009.

_____. *A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker, 2000.

MORETZSOHN, Sylvia. *Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano: Do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

_____. *Jornalismo em "tempo real". O fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

NEVEU, Érik. *Sociologia do jornalismo*. São Paulo: Loyola, 2006.

RIGHETTI, Sabine; QUADROS, Ruy. "Impactos da internet no jornalismo impresso". In: ComCiência. *Revista Eletrônica de Jornalismo Científico*. 24 nov. 2009. Disponível em: <http://www.comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=48&id=602>. Acesso em 15 jun 2012.

SILVA, Fernando Firmino da. "Mobilidade convergente: Abordagem sobre a prática e os estudos do jornalismo móvel". In: *lcone*, v. 11, n. 2, dezembro de 2009.

SODRÉ, Muniz. *A narração do fato*. Notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

STRELOW, Aline do Amaral Garcia. *Análise global de periódicos jornalísticos (AGPJ): Uma proposta metodológica para o estudo do jornalismo impresso*. Porto Alegre, 2007.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 2001.

WOLTON, Dominique. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

ANEXO 1

	Veiculação	Jornal	Título	Enquadramento	Origem
1	26/06/2012	O Progresso	Expoimp 2012 deve movimentar R\$ 30 milhões em negócios	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
2	26/06/2012	O Progresso	Expoimp 2012 (R\$ 30 milhões)	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
3	26/06/2012	Correio Popular	Expoimp 2012 deve movimentar R\$ 30 mi	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
4	27/06/2012	Correio Popular	Regras estabelecem que cavalgada deste ano terá percurso menor para carroças	Autoral	Karoline Damião
5	27/06/2012	O Progresso	Milhões (R\$ 30 milhões)	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
6	29/06/2012	Correio Popular	Inscrições para cavalgada de abertura da Expoimp 2012 começam dia 2 de julho	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
7	29/06/2012	O Progresso	Inscrições para os condutores de carroças que vão participar da Cavalgada 2012 começam dia 2	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
8	05/07/2012	Correio Popular	Sinrural investe R\$ 500 mil em reformas	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
9	05/07/2012	O Progresso	Parque recebe quase meio milhão de reais em reformas para a Expoimp	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
10	05/07/2012	O Progresso	Setran cadastra mais de 600 carroças para participar da Cavalgada	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
11	06/07/2012	O Progresso	Leilão Balde Branco abre os leilões da Expoimp 2012	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
12	06/07/2012	O Progresso	Lojistas apostam na moda country para aumentar as vendas durante a Expoimp	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp

	Veiculação	Jornal	Título	Enquadramento	Origem
13	07/07/2012	Correio Popular	Cavalgada com mais de 600 carroças exige cuidados especiais com os animais	Autoral	Karoline Damião
14	07/07/2012	Correio Popular	Lojistas apostam na moda country para aumentar as vendas durante a Expoimp	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
15	07/07/2012	Correio Popular	Abertura oficial será domingo à noite	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
16	07/07/2012	Correio Popular	Maior a cada ano, Leilão Bande Branco abre os leilões da Expoimp 2012	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
17	07/07/2012	Correio Popular	Para manter o Maranhão livre da aftosa AGED fiscaliza animais na Expoimp	Autoral	Karoline Damião
18	07/07/2012	Correio Popular	Comitivas com nomes e estratégias inusitadas para aparecer na Cavalgada	Autoral	Karoline Damião
19	07/07/2012	O Progresso	Shows, rodeio, oportunidade de negócios e muita alegria: Expoimp 2012 começa hoje	Autoral	Denis Oliveira
20	07/07/2012	O Progresso	Sindicato Rural realizará cerimônia de abertura oficial da 44ª Expoimp no domingo	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
21	07/07/2012	O Progresso	Editorial A era Sabino e Nota sobre Leilões	Editorial	Willian Marinho
22	07/07/2012	O Progresso	Motoca disponibiliza simulador de pilotagem em estande da Expoimp	Publicada na íntegra	Assessoria Motoca
23	08/07/2012	Correio Popular	Nota Expoimp	Autoral	Nota
24	08/07/2012	Correio Popular	Governo do Estado na Expoimp 2012	Publicada na íntegra	Secom Governo

	Veiculação	Jornal	Título	Enquadramento	Origem
25	08/07/2012	Correio Popular	Órgãos do Estado demonstrarão serviços em estandes na 44ª Expoimp	Publicada na íntegra	Secom Governo
26	08/07/2012	Correio Popular	Cavaleiros e amazonas invadem as ruas	Autoral	Karoline Damião
27	08/07/2012	O Progresso	Começa a 44ª Expoimp	Publicada na íntegra	Secom Governo
28	08/07/2012	Correio Popular	Nota Cavalgada	Autoral	Nota
29	08/07/2012	O Progresso	Galeria de Fotos	Autoral	Fotos
30	10/07/2012	Correio Popular	Palestras e campanhas conscientizam motoristas sobre riscos de acidentes	Publicada na íntegra	Secom -Prefeitura
31	10/07/2012	Correio Popular	Palestras e cursos atraem produtores	Autoral	Karoline Damião
32	10/07/2012	Correio Popular	Sessenta famílias recebem tanques de resfriamento de leite doado pelo governo	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
33	10/07/2012	Correio Popular	Parque de diversões tem 30 atrações	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
34	10/07/2012	Correio Popular	Projeto "Um dia com a cavalaria" leva estudantes ao parque de exposições	Autoral	Hermerson Pinto
35	10/07/2012	Correio Popular	Clima de São João: estande Vila Junina busca resgatar as tradições caipiras	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
36	10/07/2012	Correio Popular	Demonstração de animais marca abertura oficial da Expoimp 2012	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
37	10/07/2012	Correio Popular	Galeria de Fotos	Autoral	Fotos
38	10/07/2012	Correio Popular	Com grandes artistas, agenda variada garante arena cheia em todos os shows	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp

	Veiculação	Jornal	Título	Enquadramento	Origem
39	10/07/2012	O Progresso	Palestras e campanhas conscientizam motoristas sobre riscos de acidentes	Publicada na íntegra	Secom -Prefeitura
40	10/07/2012	O Progresso	Prefeitura mantém stand no Parque de Exposição	Publicada na íntegra	Secom -Prefeitura
41	10/07/2012	O Progresso	Sagrima distribui tanque de resfriamento de leite durante a 44ª Expoimp	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
42	10/07/2012	O Progresso	Demonstração de animais marca abertura oficial da Expoimp 2012	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
43	10/07/2012	O Progresso	Estande Vila Junina busca resgatar o clima de São João	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
44	11/07/2012	Correio Popular	Animais já expostos no Parque de Exposições abrilhantam a Expoimp 2012	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
45	11/07/2012	Correio Popular	A força da Produção do Maranhão	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
46	11/07/2012	Correio Popular	Estandes na Expoimp esclarecem dúvidas sobre adestramento de cães	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
47	11/07/2012	O Progresso	Abertura do rodeio da 44ª Expoimp acontece hoje	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
48	11/07/2012	O Progresso	Orientações sobre adestramento de cães na Expoimp	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
49	11/07/2012	O Progresso	No ar: rádio expoimp FM	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
50	11/07/2012	O Progresso	Casa do idoso: coral faz apresentação cultural na Expoimp	Publicada na íntegra	Secom -Prefeitura

	Veiculação	Jornal	Título	Enquadramento	Origem
51	11/07/2012	O Progresso	Deputado Dr. Pádua e prefeiro Madeira visitam Expoimp	Publicada na íntegra	Secom -Prefeitura
52	11/07/2012	O Progresso	Leilão, concurso leiteiro e julgamentos	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
53	12/07/2012	Correio Popular	Galeria de Fotos	Autoral	Fotos
54	12/07/2012	Correio Popular	Aberta temporada de rodeios	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
55	12/07/2012	Correio Popular	Pôneis e minivacas viram atração à parte e conquistam público infantil	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
56	12/07/2012	Correio Popular	Exposição de móveis rústicos do Pará é novidade na feira agropecuária	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
57	12/07/2012	Correio Popular	João Bosco & Vinicius: expectativa para um dos grande shows da Expoimp 2012	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
58	12/07/2012	Correio Popular	Inédito na Expoimp, leilão de animais de serviço deve movimentar 300 mil reais	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
59	12/07/2012	O Progresso	Pôneis e minivacas conquistam público infantil da Expoimp 2012	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
60	12/07/2012	O Progresso	Leilão Nelore Elite deve alcançar R\$ 300 mil em comercialização	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
61	12/07/2012	O Progresso	Exposição de móveis rústicos do Pará é novidade na Expoimp	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
62	12/07/2012	O Progresso	Começa o julgamento de animais	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
63	13/07/2012	O Progresso	Abertura do rodeio leva milhares de pessoas à Expoimp	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp

	Veiculação	Jornal	Título	Enquadramento	Origem
64	13/07/2012	O Progresso	Projeto Fazendo Educação da Aged é destaque na Expoimp	Publicada na íntegra	Secom Governo
65	14/07/2012	Correio Popular	Galeria de Fotos	Autoral	Fotos
66	15/07/2012	O Progresso	Expoimp termina hoje	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
67	18/07/2012	O Progresso	Banho de leite encerra 15º torneio leiteiro	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
68	18/07/2012	O Progresso	Associações comerciais na Expoimp	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp
69	18/07/2012	O Progresso	Editorial sobre Rodeio	Publicada na íntegra	Assessoria Expoimp

O EMBATE DE OPINIÕES DAS FONTES NO DISCURSO SOBRE A REFORMA PSIQUIÁTRICA NO JORNAL FOLHA DE S. PAULO

DENISE CRISTINA AYRES GOMES¹

1. INTRODUÇÃO

O jornal é um espaço discursivo em que os agentes sociais lutam pelo poder simbólico e procuram impor um modo próprio de interpretar a realidade. As declarações das fontes produzem efeitos valorativos que são tornados públicos e ajudam a construir o imaginário social. Este artigo analisa a representatividade das fontes e o valor do dito no discurso sobre a reforma psiquiátrica do jornal *Folha de S. Paulo* (FSP).

A reforma psiquiátrica iniciou na Itália, com Franco Basaglia, na década de 1960, e significou uma ruptura epistemológica com o saber psiquiátrico tradicional. O movimento reformista resultou de uma nova abordagem sobre a saúde mental, proporcionada com o avanço tecnológico, a crise nas ciências, o fortalecimento de movimentos sociais e o crescente custo com o tratamento de pacientes psiquiátricos asilares. Esse ideário se tornou referência de um projeto de desconstrução do saber e das instituições psiquiátricas, expresso principalmente através do fechamento dos hospícios.

A abertura democrática brasileira, a partir da década de 1980, e o fortalecimento dos movimentos sociais proporcionaram a emergência de atores que passaram a reivindicar um novo estatuto para a loucura. Esta pesquisa resgata 16 textos jornalísticos informativos da *Folha de S. Paulo* (FSP), alusivos ao tema. As ocorrências foram selecionadas no arquivo eletrônico do periódico, a partir das palavras-chave “reforma psiquiátrica”

¹ Professora e pesquisadora da Universidade Federal do Maranhão (UFMA); doutoranda pela PUCRS, pesquisadora do G. Mídia – CNPq, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS e jornalista. E-mail: dayres2@terra.com.br

e “antimanicomial”. O *corpus* compreende o ano de 2001, época da aprovação da lei da reforma psiquiátrica no país, e os anos de 1991 e 2011, que representam as décadas anterior e posterior, respectivamente, ao marco da lei antimanicomial. Em 1991, foram publicadas nove matérias e duas entrevistas; em 2001, apenas uma matéria e, em 2011, quatro textos.

A pesquisa classifica as fontes presentes, nos textos jornalísticos, dividindo-as em oficiais, institucionais, especializadas, testemunhais e populares, de acordo com Schmitz (2011). O trabalho analisa o valor do dito, que compreende as declarações das fontes, de acordo com os efeitos de decisão, saber, opinião e testemunho, propostos por Charaudeau (2012).

Os agentes afetados pela reforma psiquiátrica utilizaram a mídia para dar visibilidade aos discursos. O jornal *Folha de S. Paulo*, como exemplar da grande imprensa, constituiu-se no espaço em que as fontes disputaram sentidos e travaram embates discursivos, a favor e contra o fim dos manicômios. Ao longo dos 16 textos jornalísticos que trataram do assunto, nos anos de 1991, 2001 e 2011, o periódico possibilitou a emergência de discursos que enunciavam as mazelas do sistema asilar, a necessidade de aprovação da lei da reforma psiquiátrica, a construção da rede de assistência descentralizada e as dificuldades de implantação do novo modelo.

Nesse panorama de profundas mudanças que implicam a revisão do conceito de loucura, é importante investigar qual a representatividade das fontes que constituíram o discurso, sobre a luta antimanicomial no período anterior e posterior à aprovação da lei, e o valor de suas declarações, visto que esses sentidos são colocados em circulação na sociedade e projetam a imagem do veículo.

2. A HEGEMONIA DO DISCURSO DAS FONTES

A doença mental, além de ser um fenômeno de ordem psíquica, constituiu-se em uma problemática cultural e discursiva, portanto, simbólica, em que os significados são construídos e expressos através do discurso jornalístico.

[...] A doença mental foi constituída pelo conjunto do que foi dito no grupo de todos os enunciados que a nomeavam, recortavam, des-

creviam, explicavam, contavam seus desenvolvimentos, indicavam suas correlações, julgavam-na e, *eventualmente*, emprestavam-lhe a palavra, articulando em seu nome, discursos que deviam passar por seus (FOUCAULT, 2004, p. 36).

Os fatos chegam aos jornalistas através das fontes. Se as informações têm interesse público e potencial para se tornar notícia, são publicadas. As fontes constituem parte do processo de produção noticioso, porque repassam informações ao jornalista ou porque são observadas. Embora qualquer pessoa tenha potencial para ter acesso ao discurso jornalístico, a mídia estabelece uma rede hierarquizada de fontes. Existem desde as oficiais, que são aquelas diretamente relacionadas aos setores político, econômico, social ou cultural, até pessoas sem representatividade social, que se constituem em fontes testemunhais.

O indivíduo, tomado isoladamente ou sem representatividade social, tem dificuldades para se tornar fonte e é procurado apenas quando está envolvido ou testemunha algum fato específico; é a chamada fonte testemunhal. O embate pela visibilidade no discurso jornalístico decorre, em termos noticiosos, de fatores que vão crivar as fontes aptas a fornecer informação ou promover a notícia, e outros setores sociais, que dificilmente ascendem à condição de fonte.

De acordo com Charaudeau (2012, p. 148), a mídia é responsável por obter um número máximo de fontes, confirmar a veracidade do que é dito e apresentá-las.

Coloca-se então o problema dos jogos de manipulação que podem instaurar-se entre as mídias e as fontes. De um lado, pressão da parte das instâncias de poder (Estado, governo) ou dos movimentos cidadãos (sindicatos, associações, manifestações); de outro, pressão das mídias junto a algumas dessas instâncias (oficiais ou não) para obter informações.

A busca pela imparcialidade é conferida, em grande parte, através da pluralidade de fontes que constituem e dão credibilidade ao texto jornalístico. “O que é dito sobre o jornal deve ser estendido para outras mídias. Todas elas precisam garantir que o conteúdo oferecido seja verdadeiro e

se aproxime ao máximo do que aconteceu na realidade”² (FONTCUBERTA, 2010, p. 58 e 59). No entanto, esse procedimento não garante a representatividade dos vários segmentos sociais e seus pontos de vista. A imprensa exerce um controle sobre as fontes e tende a favorecer os interesses da empresa jornalística e de seus associados.

Tuchman (1978, p.24) denomina de *rede noticiosa* a prática dos veículos de enviar repórteres a instituições e lugares que possam produzir informação. “Igualmente importante, a rede noticiosa é um sistema hierarquizado de coletores de informação e o status do repórter, na rede noticiosa, pode determinar que informação será identificada como notícia”³. No processo de construção da notícia, há a predisposição do jornalista em receber informações de instituições.

As fontes recorrentemente utilizadas pela empresa jornalística refletem a estrutura social e poder dominantes. De acordo com Gans (2004, p. 80), “a característica principal das fontes é que elas proveem informação como membros ou representações de grupos de interesses organizados e não organizados e ainda vastos setores da nação e sociedade”⁴.

Alsina (2009) afirma que existe uma institucionalização de fontes, ou seja, determinados agentes sociais se tornam informantes rotineiros, têm acesso facilitado aos meios de comunicação, e seus discursos são mais veiculados.

Enquanto temos agentes sociais que têm acesso praticamente imediato aos meios de comunicação (seja para promover informações, ou para conseguir que sejam publicadas as devidas correções), outros agentes sociais quase não conseguem entrar no circuito da informação (ALSINA, 2009, p. 163).

A atividade jornalística depende das fontes para obter informações credíveis e de modo regular. De acordo com Hall *et al*, os constrangimentos organizacionais do processo de produção noticioso e as noções de

² Tradução livre da autora.

³ Idem.

⁴ Todas as citações de Gans (2004) foram traduzidas livremente pela autora.

imparcialidade, equilíbrio e objetividade norteiam a procura por fontes institucionais e oficiais e produzem um

exagerado acesso sistematicamente estruturado aos media por parte dos que detêm posições institucionalizadas privilegiadas. Deste modo, os media tendem, fiel e imparcialmente, a reproduzir simbolicamente a estrutura de poder existente na ordem institucional da sociedade (HALL *et al.* 1993, p. 229).

O jornalista seleciona as fontes segundo critérios próprios do processo de produção da notícia. Gans (2004) enumera seis fatores que intervêm nessa seleção. A *adequação passada* diz respeito às informações que a fonte forneceu anteriormente. Se elas foram adequadas, as fontes possivelmente serão novamente acionadas.

O segundo critério é a *produtividade*. “As fontes são julgadas por sua habilidade em fornecer informações sem que o jornalista precise dispender tempo e esforço” (GANS, 2004, p. 129). A *confiabilidade* é outra característica que determina a escolha da fonte. Os jornalistas precisam de informações confiáveis, que demandem o mínimo de checagem. De acordo com o autor, quando o assunto for controverso, é necessário reunir provas de duas fontes independentes, no mínimo, para atestar a veracidade da informação.

O quarto critério é a *veracidade*. Os jornalistas procuram fontes credíveis e “quando a confiabilidade não pode ser suficientemente checada, os jornalistas procuram por fontes fidedignas” (GANS, 2004, p. 130). Por isso, as fontes oficiais são as mais acessadas.

De acordo com Alsina (2009, p. 174), “as fontes que aparecem nos discursos informativos são importantes, já que são elas as que se institucionalizaram socialmente. Inclusive, poderíamos dizer que elas são elementos essenciais para o estatuto de prevaência (*sic*) da verdade desses discursos”.

A *autoridade* é outro fator para que a fonte seja acionada. “Presume-se que essas fontes sejam mais credíveis, quanto mais não seja, porque não podem se permitir mentir abertamente e porque são também consideradas mais persuasivas, em virtude de suas ações e opiniões serem oficiais” (GANS, 2004, p. 130).

Nelson Traquina (2005, p. 191) também destaca que “a autoridade da fonte é um critério fundamental para os membros da comunidade jornalística. O fator da respeitabilidade refere-se aos procedimentos dos jornalistas que preferem fazer referência a fontes oficiais ou que ocupam posições institucionais de autoridade”.

Por último, Gans enumera a *expressividade*, que consiste na habilidade de ser conciso e dramático, como um fator para a escolha da fonte, principalmente em entrevista televisiva.

Gomis (1991, p. 61) também concorda que ocorra a institucionalização das fontes, porque elas se adequam aos critérios jornalísticos:

Os poderes públicos e as demais grandes fontes habituais de notícias são organizações de produção de fatos que dispõem também de abundantes canais de comunicação; porta-vozes, gabinetes de imprensa, etc. E as organizações que vivem de notícia, por sua vez, buscam essas fontes para encher os espaços da programação diária⁵.

Para efeito desta pesquisa, as fontes foram classificadas em oficial, institucional, especializada, testemunhal e popular, de acordo com Schmitz (2011). A fonte oficial representa os órgãos mantidos pelo Estado, os três poderes e as organizações estatais. A fonte institucional agrega organizações sem fins lucrativos ou atores sociais, como o movimento da luta antimanicomial.

A fonte especializada é a pessoa ou organização que possui conhecimento aprofundado sobre determinado assunto. “Normalmente está relacionada a uma profissão, especialidade ou área de atuação. Tem a capacidade de analisar as possíveis consequências de determinadas ações ou acontecimentos” (SCHMITZ, 2011, p. 26).

A fonte testemunhal é utilizada para reiterar o que se afirma e dar veracidade ao relato. Por estar envolvida com os fatos, tem condições de relatar o acontecido com maior proximidade. A fonte testemunhal representa “aquilo que viu ou ouviu, como partícipe ou observadora” (SCHMITZ, 2011, p. 26). Por isso, não suscita suspeita, porque é independente.

⁵ Tradução livre da autora.

Tendo procedido à classificação das fontes, é importante verificar qual o valor do discurso relatado que, de acordo com Charaudeau (2012, p. 161), “é o ato de enunciação pelo qual o locutor (Loc/r) relata (Dr) o que foi dito (Do) por um outro locutor (LOc/o), dirigindo-se a um interlocutor (Interloc/r) que, em princípio, não é o interlocutor de origem (Interloc/o)”. O valor do dito projeta a imagem e a credibilidade do veículo, porque este concede a palavra a determinados atores sociais.

Toma-se por base a divisão de Charaudeau (2012), que enumera os efeitos de decisão, saber, opinião e testemunho. Quando o efeito de decisão prepondera, o jornal tende ao oficialismo porque privilegia fontes diretamente ligadas aos órgãos oficiais. O saber confere um viés técnico e especializado ao veículo, que tende a abordar temas de forma mais aprofundada e que necessitem de análise. A opinião constrói uma imagem democrática do jornal, que procura fontes diversas que expressem seus pontos de vista. O testemunho e a fonte popular aproximam o jornal do populismo, porque busca fontes que observam ou participam de um fato.

A relação entre fontes e jornalistas deve ser permeada por regras que regulem a prática jornalística, como a pluralidade de fontes e a necessidade de ouvir instâncias que possuam pontos divergentes sobre um mesmo assunto. As rotinas jornalísticas e a própria ideologia que atravessam a empresa jornalística nem sempre permitem que essa premissa seja cumprida, prejudicando assim, a pluralidade de opiniões e o posicionamento dos vários setores da sociedade.

O estudo das fontes é imprescindível no jornalismo, porque o profissional processa as informações colhidas, transformando-as em notícia. O texto jornalístico dá visibilidade às fontes que, através da hegemonia do discurso, constroem sentidos que formam o imaginário social sobre o tema.

3. O EMBATE DE OPINIÕES DAS FONTES SOBRE A REFORMA PSIQUIÁTRICA

O estudo analisou 16 textos jornalísticos informativos dos anos de 1991, 2001 e 2011 do jornal Folha de S. Paulo (FSP). As ocorrências foram selecionadas no arquivo eletrônico do periódico, de acordo com as palavras-chave

“antimanicomial” e “reforma psiquiátrica”. As fontes foram classificadas em oficiais, institucionais, especializadas, testemunhais e populares, conforme explicado anteriormente.

Das 16 ocorrências, 15 delas foram publicadas durante a Semana Nacional da Luta Antimanicomial, estratégia que o movimento da reforma psiquiátrica utiliza para chamar a atenção da sociedade para a problemática da saúde mental. A semana é marcada por protestos, divulgação de dados sobre a reforma e fatos agendados que possam atrair o interesse da mídia.

Dentre os 16 textos jornalísticos, tem-se um total de 47 fontes, sendo 14 delas oficiais (29,78%), 22 fontes institucionais (46,80%), cinco fontes especializadas (10,63%), cinco fontes testemunhais (10,63%) e uma popular (2,12%). O estudo observou que, das 47 fontes, 14 delas são representadas por médicos (29,78%), sendo 12 psiquiatras, o que corresponde a 25,53% da totalidade.

A partir da classificação das fontes, analisou-se o valor do dito, de acordo com Charaudeau (2012), dividindo-o em efeito de decisão, opinião, saber e testemunho. As 47 fontes produziram 72 efeitos nas declarações. O efeito de opinião foi constatado 32 vezes (44,44%); seguido do efeito de decisão, com 23 ocorrências (31,94%); o efeito de saber aparece 23 vezes (31,945); e o efeito de testemunho apenas cinco vezes (6,94%).

Em meio às fontes oficiais, prevalecem os efeitos de decisão e de opinião, com nove ocorrências cada um, e quatro efeitos de saber. As fontes oficiais são representativas dos órgãos do governo e dos poderes instituídos, como o executivo federal, que implementa as políticas de saúde, e o legislativo federal, onde a lei da reforma psiquiátrica tramitou entre os anos de 1989 a 2001.

O efeito de decisão procede quando o que se diz implica em ação. Pode-se observar esse valor no seguinte trecho: “O Ministério da Saúde fará um censo para avaliar se há irregularidades no tratamento de doentes em todos os 201 hospitais psiquiátricos do país conveniados ao SUS” (BANDEIRA, 28 jul 2011, “Cotidiano”, p. 9). Nesse caso, o jornal utilizou o discurso indireto para referenciar a declaração de uma fonte oficial, o Ministério da Saúde, que tem o poder de realizar a ação; o censo que levantará irregularidades.

Entre as fontes oficiais que implementam as políticas de saúde, destacou-se o deputado federal Paulo Delgado, que apresentou o projeto de lei antimanicomial, e é citado em quatro matérias como fonte. No trecho seguinte, observaram-se os efeitos de decisão e opinião nas declarações. “Não se trata de pôr os loucos na rua”, diz o deputado Paulo Delgado, mas de “extinguir progressivamente os manicômios, substituindo-os por instituições como hospital-dia, hospital-noite, centro de atenção etc” (FSP, 19 maio 1991. “Cotidiano”, p.4).

As fontes oficiais respondem aos critérios propostos por Gans (2004): fornecem informações adequadas, verídicas e atendem às exigências da rotina de produção jornalística. São confiáveis, porque não podem mentir, e possuem autoridade legitimada no espaço social.

As instituições representam 46,80% das fontes, porque são setores organizados da sociedade, envolvidos na discussão sobre a reforma psiquiátrica e afetados pela implantação da lei antimanicomial. Como observam Gomis (1991) e Alsina (2009), existe uma rede institucionalizada de fontes que acabam se tornando rotineiras. Observa-se o predomínio de diretores e médicos de hospitais psiquiátricos. Como há uma grande controvérsia sobre o tema, a FSP procurou diversas instituições que opinaram e analisaram as decisões dos órgãos executivos.

As declarações das fontes institucionais produzem 37 efeitos, sendo 20 de opinião, três de decisão e 14 de saber. As fontes ligadas ao poder psiquiátrico predominam, porque são representativas de entidades psiquiátricas, hospitais e o movimento antimanicomial. As instituições não têm poder de decisão nas políticas de saúde, mas influenciam o processo da reforma psiquiátrica e são instadas a se pronunciar sobre o assunto. Os psiquiatras opinam sobre a polêmica lei antimanicomial e têm conhecimento técnico, e os efeitos de opinião e saber são preponderantes.

As fontes especializadas representam 10,63% da totalidade e são compostas principalmente por psiquiatras com conhecimento notório sobre o assunto e que opinam como especialistas, sem representar a entidade da categoria. Elas produzem o efeito de saber com cinco ocorrências, por-

que detêm o conhecimento médico e produzem dois efeitos de opinião. A polêmica sobre o assunto é expressa em duas ocorrências das fontes especializadas, que produzem o efeito de opinião: “Já o psiquiatra Guido Palomba, 42, defende a manutenção dos manicômios judiciais” (FSP, 21 mai 1991. “SP Norte”, p.1). Na matéria “Especialista diz que há hospitalismo”, o psiquiatra se manifesta a favor do fechamento dos manicômios. “A sociedade também é culpada porque se acomodou. As famílias acabariam achando mais fácil isolar o doente no hospital do que mantê-lo em casa” (FSP, 21 mai 1991. “SP Norte”, p. 1).

A fonte especializada produz o efeito de saber e analisa a problemática na matéria intitulada “Lei dos manicômios questiona ética psiquiátrica” (ROSSETTI, 19 mai 1991. “Cotidiano”, p. 4) e relata a mesa-redonda que discutiu o projeto. A emergente forma de se conceber a loucura como constitutiva do homem ganha visibilidade no discurso jornalístico, através da fonte especializada. “Segundo o psiquiatra da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Pedro Gabriel, 40, ‘pode-se pensar e admitir a existência da loucura não como uma coisa que tem que ser curada, mas que precisa de assistência’” (FSP 19 mai 1991. “Cotidiano”, p. 4).

Na matéria intitulada “Especialista diz que há ‘hospitalismo’” (FSP 21 mai 1991. “SP Norte”, p.1), o psiquiatra Carlos Dario Berto reconhece que os hospitais psiquiátricos internam doentes muitas vezes para obter lucros. “Ele diz que tentam segurar o paciente por mais tempo porque o faturamento é maior” (FSP 21 mai 1991. “SP Norte”, p.1). A fonte institucional possui uma visão crítica sobre a internação de pacientes e evidencia os problemas, produzindo o efeito de opinião e saber, simultaneamente.

Ainda as fontes especializadas produzem os efeitos de saber e opinião. O psiquiatra é uma fonte institucional que detém um determinado saber e, ao mesmo tempo, expressa seu ponto de vista sobre o assunto, que é controverso. Podem-se verificar esses efeitos nos exemplos que demonstram a reação de parte da área médica, contrária às mudanças. Na matéria intitulada “Diretores do Bezerra de Menezes são contra extinção dos hospícios”, as quatro fontes institucionais, sendo três delas médicas, manifestam-se contra o projeto de

lei que propõe a reforma psiquiátrica. Segundo o clínico geral do hospital, “impedir a internação do doente é ir contra os princípios da medicina”. Outro argumento é que o paciente em crise não tem discernimento. “Como um doente que ameaça matar seus familiares pode optar em ser internado ou não?” (ALMEIDA, César. 21 mai 1991. “SP Norte”, p. 1).

As fontes testemunhais são utilizadas para dar credibilidade ao relato, constituindo-se em uma experiência vivenciada. Elas produzem o efeito de testemunho e do total de cinco fontes, duas eram pacientes internos, à época em que ainda se iniciava a reforma psiquiátrica, em 1991. Outras duas fontes são representadas por ex-pacientes que se tornaram usuários de serviços de saúde mental e a esposa de um esquizofrênico, que fundou uma associação de familiares de pessoas com transtornos psiquiátricos. Estas três fontes aparecem em textos do ano de 2011.

As declarações das fontes testemunhais conferem veracidade ao relato e dramatizam a narrativa. Na matéria intitulada “Surto em família”, a dona de casa Cirlene Ornelas conta a história de sofrimento que a levou a fundar uma entidade para apoio a familiares de pacientes. “Meu marido foi internado mais de 30 vezes. Por anos, passei assim: ele melhorava, voltava para casa, depois ia para o hospital de novo” (FSP 16 mai 2011. “Cotidiano”, p. 11). Muitos pacientes e familiares começaram a participar ativamente da implementação da reforma psiquiátrica.

A FSP também aborda novas formas de lidar com os transtornos mentais como a arte e o rádio. O texto se refere às experiências da Casa de Saúde Anchieta, em Santos, pioneira na reforma psiquiátrica no Brasil. Das quatro fontes da matéria, duas delas são pacientes que o jornal denomina de *locutor* e *repórter* por participarem da rádio Tam-Tam. São fontes consideradas testemunhais porque são pacientes psiquiátricos que vivenciam uma nova experiência.

Apenas uma fonte foi classificada como popular, por ser um ouvinte de uma emissora que questionou a reforma psiquiátrica durante um programa. Por isso, a declaração tem efeito de opinião.

É necessário destacar que as fontes médicas representam disputas de poder e opiniões divergentes sobre o assunto. A medicina é a área mais diretamente afetada pela ruptura epistemológica operada com a reforma psiquiátrica. O que se observa nos textos é a preponderância da área médica representada por fontes que apoiam o movimento, a exemplo das três esferas de governo e entidades ligadas a instituições que promovem a remodelação na assistência à saúde mental.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As autoridades aludidas no título desta pesquisa se referem às fontes oficiais, que correspondem a 29,78% do total. São elas que têm o poder de decisão (9 ocorrências) nas políticas de saúde, e também opinam (9 ocorrências) sobre o assunto. O efeito de saber aparece em quatro ocasiões, porque alguns gestores são também psiquiatras.

Os embates entre os atores sociais para impor seus pontos de vista, através do discurso, são observados na lenta tramitação da lei antimanicomial, que demorou 12 anos para ser aprovada, e a intensa polêmica gerada por ela. O efeito de opinião aparece em 44,44% da totalidade, denotando que o assunto é amplamente discutido no jornal, mas há poucas ações efetivas para modificar a situação, como aponta a baixa ocorrência dos efeitos de decisão que correspondem apenas a 16,66% da totalidade. Os dados também revelam que, conforme explica Charaudeau (2012), a proeminência das fontes institucionais projeta uma imagem democrática do veículo, que procura revelar diversos pontos de vista de entidades sobre o tema controverso.

As fontes institucionais são maioria nos textos (46,80%), o que confirma a teoria que aponta a primazia das fontes ligadas aos poderes instituídos e à sociedade organizada, como propõem os autores utilizados neste estudo. Devido à grande polêmica que a lei antimanicomial acarretou, muitas instituições foram afetadas e se posicionaram sobre o assunto, ocasionando o predomínio do efeito de opinião.

As fontes especializadas são, na maioria, compostas por psiquiatras que fornecem informações técnicas sobre o assunto e promovem o efeito de saber, mas em duas ocasiões elas emitiram opiniões. As fontes testemunhais são pacientes e ex-internos que assumem um novo estatuto com a reforma psiquiátrica e participam de iniciativas de ressocialização. Apenas uma fonte popular foi observada e manifestou-se por si mesma, sem vínculo com posições institucionais.

Pode-se depreender que há o predomínio das fontes institucionais devido à polêmica levantada com a reforma psiquiátrica, que se estende aos dias atuais. Embora o sistema asilar não tenha se mostrado eficiente para tratar as doenças mentais, a rede de assistência descentralizada, que substituiria os manicômios, ainda não está devidamente implantada no país e muitos pacientes deixam de receber o tratamento necessário. Esse quadro acirra a controvérsia sobre o fim dos manicômios e as instituições se pronunciam contra e a favor da lei antimanicomial.

Quanto às décadas anterior e posterior à aprovação da lei antimanicomial, há o predomínio das fontes institucionais, seguidas das oficiais, especializadas, testemunhais, enquanto existe apenas uma fonte popular, no ano de 1991. Depreende-se que, mesmo com a reforma, não houve mudanças significativas no estatuto das pessoas que se submetem a tratamento psiquiátrico, porque raramente ascendem à condição de fonte. O viés institucional e oficial prevalece nos períodos estudados.

A análise do *corpus* mostra que a quase totalidade das matérias são publicadas durante a Semana Nacional da Luta Antimanicomial, que promove uma série de discussões para atrair o interesse da mídia e colocar o tema em discussão. O assunto gerou polêmica e o embate de opiniões entre fontes diversas.

O estudo confirma a teoria das fontes, que explica os motivos das fontes oficiais e institucionais serem procuradas por jornalistas, para fornecer versões, e acabam norteando as discussões sobre a loucura. São elas que possuem legitimidade e representatividade social, além de se adaptar aos constrangimentos impostos pelas rotinas de produção jornalística.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miguel Rodrigo. *A construção da notícia*. Petrópolis, Vozes, 2009.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2012.
- FONTCUBERTA, Mar de. *La noticia: Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós, 2010.
- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense, 2004.
- GANS, Herbert J. *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Evanston, Illinois: Northwestern University, 2004.
- GOMIS, Lorenzo. *Teoria del periodismo*. Paidós: Barcelona, 1991.
- HALL, Stuart *et al.* "A produção social das notícias: o "mugging" nos media". In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: Questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1999.
- SCHMITZ, Aldo Antonio. *Fontes de notícias: Ações e estratégias das fontes no jornalismo*. Florianópolis: Combook, 2011.
- TUCHMAN, Gaye. *Making news: A study in the construction of reality*. New York: The Free Press, 1978.
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo. A tribo jornalística – Uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2005.

TEXTOS CITADOS

- ALMEIDA, César. "Diretores do Bezerra de Menezes são contra extinção dos hospícios". *Folha de S. Paulo*. São Paulo. 21 mai 1991. SP Norte, p. 1.
- BANDEIRA, Luiza. "SUS fará censo em hospitais psiquiátricos". *Folha de S. Paulo*. 28 jul. 2011. Cotidiano, p. 9.
- "ESPECIALISTA diz que há 'hospitalismo'". *Folha de S. Paulo*. 21 maio 1991. SP Norte, p.1
- ROSSETTI, Fernando. "LEI dos manicômios questiona ética psiquiátrica". *Folha de S. Paulo*. 19 mai 1991. Cotidiano, p. 4.
- "PROJETO proíbe novos hospícios". 19 mai 1991. Cotidiano, p.4).
- "PSIQUIATRIA pede fim de manicômios". *Folha de S. Paulo*. 21 maio 1991. SP Norte, p. 1.
- "SURTO em família". *Folha de S. Paulo*. 16 mai 2011. Cotidiano, p.11.

“SENHORES REDACTORES”: A POLÍTICA NAS CARTAS DOS LEITORES DO JORNAL *O CONCILIADOR* DO ANO DE 1821

ROSEANE ARCANJO PINHEIRO¹

1. JORNALISMO E COTIDIANO

O que as cartas de leitores podem representar em um jornal do começo do século XIX? O que dizem e o que não dizem? Estudar as cartas publicadas em *O Conciliador do Maranhão*, primeiro jornal do território maranhense, editado em 1821, é desnudar as nuances que marcam a relação do jornal e seu público, compreender as vozes silenciadas e as vozes amplificadas, conhecer as marcações desse diálogo, os contrapontos e as similaridades.

Essas representações surgem da engrenagem do cotidiano, dos sujeitos e seus lugares de fala, com as contradições, interesses e tensões de todo esse processo. No caso de *O Conciliador do Maranhão*, as bases da nova Constituição Portuguesa, decretada em 1821, garantiam “a livre comunicação do pensamento como um dos direitos mais preciosos do homem” (*O Conciliador do Maranhão*, 3 mai 1821, p. 01). Como o jornalismo apreende esses aspectos do cotidiano? Enquanto campo de produção de sentido, capta a teia de relações da vida cotidiana.

O jornalismo também tem uma maneira diferenciada de o reproduzir, vinculada à função de comunicação que lhe é inerente. O Jornalismo não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais. O campo jornalístico se constitui em novos referentes sobre a realidade imediata (MEDISTSCH, 2012, p.03).

Por essa razão, Sousa (1999, p. 03) reforça a perspectiva da teoria construcionista, ao afirmar que o processo de produção do jornalismo é

¹ Professora assistente (Curso de Jornalismo/UFMA), mestre em Comunicação (UMESP), doutoranda em Comunicação (PUC/RS). E-mail: roseane.ufma@gmail.com

somatório de conjuntos de forças históricas, em seus âmbitos pessoal, social, ideológico, cultural e tecnológico. As representações construídas pelo jornalismo nascem dessa conjugação de elementos, que se inter-relacionam e interpenetram para propiciar referências acerca do mundo.

As cartas e os comentários dos redatores do jornal O Conciliador do Maranhão tecem considerações sobre o jogo de forças e o exercício do poder em um território de disputas e discrepâncias sociais e políticas, além de trazer pistas e cenas da vida na capital ludovicense, em tempo de liberalismo dominante e rompimentos políticos, no século XIX.

Podemos compreender esse fenômeno sob as reflexões da Teoria dos Estudos Culturais, que articula relações entre a cultura, a história e a sociedade. Muito além de artefato estanque e desconexo, o conceito de *prática cultural* se expande na perspectiva dos pesquisadores dos Estudos Culturais (ESCOSTEGUY, 2008, p.156). A cultura abrange, nessa perspectiva, todos os rituais do cotidiano, com seus sujeitos, instituições e movimentos, as expressões tradicionais e não-tradicionais, hegemônicas e não-hegemônicas.

Ao realocar o conceito de cultura e relacioná-lo a todas as ações e representações no cotidiano, os estudiosos tornam mais complexas a rede de relações que dirige os acontecimentos históricos e seus desdobramentos. As manifestações culturais alcançam a representação sobre a realidade e as intervenções no dia a dia, como pontuam Armand e Michèle Mattelart (2002, p. 105): “A cultura é um processo global por meio do qual as significações são social e historicamente construídas”.

O jornalismo, como explica Beltrão (2008, p.70), emerge justamente do presente passageiro que se dilui ao longo das horas. Não é por acaso que a atualidade é uma das principais características do processo jornalístico. Ao narrar ou opinar sobre seu tempo, o jornalista ousa marcar o que seria fundamental, o extraordinário de sua época. O esforço é dar densidade a um conjunto de setores e suas múltiplas questões e temas:

A atualidade abrange não tanto o que ocorre no tempo presente, como a oportunidade, conjuntura ou ocasião propícia ou favorável para fazer ou dizer alguma coisa; que não se compõe apenas dos

fatos que se sucedem em um determinado lapso, mas também da consciência pública presente nesse tempo (BELTRÃO, 2008, p. 72).

A construção da notícia ou da opinião é marcada pela ação do jornalista, pelas contingências históricas de seu tempo e pelas interpretações que deixa sobre os acontecimentos. Como prática cultural, o jornalismo desperta o interesse pelo cotidiano, como lugar de produção de sentido e de formas materiais e simbólicas, que se transformam em referências sobre a sociedade.

2. SOBRE O JORNAL O CONCILIADOR DO MARANHÃO

O jornal O Conciliador do Maranhão surgiu após a Revolução do Porto, em 1820, provocada pela insatisfação de segmentos da população portuguesa frente ao abandono do monarca D. João VI, quanto ao destino da nação. As bases da nova Constituição Portuguesa traziam uma novidade: a liberdade de imprensa sob o calor dos embates entre liberais e absolutistas (LUSTOSA, 2003, p.21).

No Maranhão, o governador da Província, marechal Bernardo da Silveira Pinto da Fonseca, adquiriu oficialmente a primeira tipografia do Maranhão. Jorge (2000, p. 18) observa que a aquisição do maquinário e, posteriormente, a impressão do jornal pioneiro, inaugurou mais um espaço para a defesa da opinião política do dirigente e seu grupo.

É notável que um dirigente, a princípio absolutista, por apoiar o regime de D. João VI, aproveitou a liberdade de imprensa para lançar um periódico e defender o constitucionalismo, sobre o qual o monarca português se equilibrava, pressionado pelos liberais. Como sinaliza Jorge (2000, p.20), essas contradições históricas desencadearam o surgimento da imprensa no Maranhão: “Esta Província sempre se colocou ao lado de Portugal [...] As relações com a metrópole eram grandes, chegando a ignorar as demais províncias e até mesmo o Rio de Janeiro, a sede das Cortes”.

Nesse contexto de contradições e disputas, buscamos analisar o jornal O Conciliador do Maranhão e compreender quais os vestígios que o jornal maranhense reuniu sobre a cidade de São Luís. Conforme Serra (2001,

p.23), o impresso pioneiro foi “oficial e noticioso”. Ao comentar sobre seu conteúdo editorial, Serra (2001, p. 47) contextualiza-o com a fundação do partido conspícuo, contrário às causas portuguesas: “Esse partido era acrimoniosamente atacado no Maranhão, no periódico governista O Conciliador, que publicava correspondências pessoais, cheias de alusões aos vultos mais salientes da oposição” (SERRA, 2001, p. 47).

Sobre a circulação do jornal, Lopes (1959, p. 27) afirma que a tiragem inicial não chegava a centenas de pessoas, em razão de o periódico ser escrito a bico de pena, situação que mudaria com a chegada da primeira tipografia ao território maranhense. Sobre esse item, Jorge (1987, p. 28) acredita que a tiragem seria em média de 300 jornais por edição.

2.1 AS CARTAS: O QUEM DIZEM, PARA QUEM DIZEM

Nos meses de abril, maio, novembro e dezembro de 1821, foram encontradas dez publicações na seção com indicação de “cartas de leitores” (ver Quadro 01) e seis cartas dos redatores, aos autores dos documentos. Como não há jornais preservados dos demais meses de 1821, na Biblioteca Nacional, os documentos se concentram nesses quatro meses. O período foi delimitado em razão de ser um ano antes da independência e o primeiro de circulação do impresso.

A carta compõe o gênero *opinativo* no jornalismo, que expressa as articulações entre o real, os processos jornalísticos e a apreensão pela sociedade (MELO, 1995). Para Beltrão (1980, p. 97), a carta é o “tipo mais significativo da colaboração do leitor”. Esses enunciados constroem um processo dialógico entre editores e leitores, embora caiba ao jornalista a escolha, a edição e a publicação das missivas, em contextos de choques e acomodações entre os grupos hegemônicos e segmentos não-hegemônicos. O jornal, enquanto instituição social, também se posiciona e faz escolhas, construindo referências sobre a realidade.

Quanto ao jornal O Conciliador do Maranhão, não se sabe claramente quais os critérios de escolha das cartas a serem publicadas, tampouco quantas

poderiam chegar à redação do jornal. As cartas, com os argumentos dos leitores e comentários dos redatores, abordam a ordem política e denotam as tensões e as incertezas vividas na cidade. Criticam os pasquins, defendem a Constituição e o apoio ao governo provisório, constituído após a volta de Dom João a Portugal. Porém, mesmo sendo um veículo financiado pelo governo da Província, o jornal, em certas passagens, mostra temor com a não identificação dos autores e os alerta sobre essa questão.

Os pseudônimos, com o uso facilitado pela Lei de Imprensa, foram adotados pelos autores das cartas. Tinham medo de represálias? O reconhecimento público os prejudicaria em seus interesses? Mesmo os que comungassem com as idéias da metrópole? “Hum amigo da boa ordem”, por exemplo, lembrou a proposta editorial do jornal e elogiou a postura equilibrada de O Conciliador do Maranhão.

Sr. Redactor de O Conciliador,

Tendo com grande satisfação lido os seus periódicos e observo que o exímio titulo que Vossa Mercê lhe deo de O Conciliador não poderia ser mais ponderado e adequado à circunstância política desse Paiz, onde, por desgraça, todos querem ser doutos, merecendo bem poucos esse nome (O Conciliador do Maranhão, N° 8, p. 6).

Na segunda parte da carta de 10 de maio de 1821, o autor critica os que, ao contrário do elogiado O Conciliador do Maranhão, como outros jornais da época, estariam apostando nas “sátiras indecorosas e pasquins”, que nascem de “espíritos remissos e turbulentos, fracos de educação e de poucos conhecimentos literários”. Os redatores, como prática que se repete em outros momentos e com algumas cartas, comentam abaixo os ditos do leitor. Atacam os pasquins, que são distribuídos na Praia Grande, e ressaltam que o jornal não deixará “os limites da nossa moderação”.

A manutenção do respeito à Constituição e ao rei de Portugal continua na carta do leitor que escreveu sob o pseudônimo de “Anonymo”, na edição de 17 de novembro de 1821. Bem informado, diz que a Câmara de São Luís e de outras localidades vai solicitar ao Congresso que não faça mudanças no Governo do Maranhão.

Na mesma edição, uma segunda carta, de autoria de “Hum amante da bem entendida Constituição” pede esclarecimentos sobre a atuação dos marinheiros, se podem deixar de cumprir com suas obrigações, de acordo com as bases do texto constitucional vigente. “Os redactores do Conciliador”, que assinaram a resposta, ressaltaram que a ordem estabelecida devia ser cumprida e recomenda aos oficiais que cumpram com seus deveres.

Entretanto, existiam rugas entre os redatores e os leitores que enviavam cartas. Na edição de número 39, os redatores reclamam do “Sr. Constitucional franco”:

Terá muita razão no que pretende publicar [...] porém quem quer esgrimir de pena, assignar-se para dar, e apanhar. Leia a Lei de Liberdade de Imprensa e conhecerá que os redactores não tem obrigação de se responsabilizarem por as thezouradas do Sr. Constitucional franco.

Novamente na edição de número 42, os redatores reclamam de um correspondente, “Sr. Solitário de Alcântara”. O impasse está em não ter assinado a carta e os redatores informam o porquê da carta não ter sido publicada:

Valha-nos Deos, Sr. Solitário V. m não leo o que respondemos ao Sr. Pescador de Itapecuru. Assigne-se se quiser ver sua meditação em letra redonda. Nós não disputamos que o seu homem tenha muitos ódios, inimizades, demandas ou xicanas, que espanque os credores etc, nem podemos negar que já contra ele se tenham impresso cousas desagradáveis no appendix a certo periódico escripto em Londres, em Abril de 1821; como diz o Sr. Solitário; porém se V. M quer isso em pratos limpos, ponha por baixo o seu nome, e será servido” (O Conciliador do Maranhão, nº 42, p.6)

Na edição nº 45 de O Conciliador, ao responderem a três cartas publicadas anteriormente, os editores reclamam do tom de algumas cartas endereçadas ao jornal, com troca de acusações e críticas a terceiros:

Quanto porém aos escriptos daquelles pretendem servir-se da Liberdade de Imprensa para atirar detrás do páo (sic), respondemos para sempre que hum Periódico não é valhacouto de detractores sobardes” (O Conciliador do Maranhão, nº 45, p.6).

Outros autores de cartas exortam o jornal a esclarecer a população sobre a escolha das autoridades nas eleições para a Junta Provincial. Assina José Silvestre de Seixas, na edição de número 44, de 12 de dezembro de 1821:

Fazer ver Senhores Redactores que as funções da Junta Provincial são delicadas; o que he necessário reunir nellas os talentos, as virtudes, e que o desdouro cahira também sobre os Eleitores se fizerem uma escolha má, tendo huma província inteira, e todas as Classes e hierarquias a sua disposição.

Das 16 cartas trocadas entre leitor e redação, nove abordam questões ligadas à política, cinco são comentários sobre a Lei de Imprensa e Constituição, e duas abordam outros temas. É notável que os assinantes do jornal somavam o número expressivo de 443, sendo 174 em São Luis, como assinala Galves (2010, p.142). O pesquisador conseguiu identificar integrantes do grupo: militares (126); comerciantes (43), desembargadores, escrivães e serventuários (19), religiosos (13), empregados civis (8), médicos (3) e cônsul (1). Parte deles pode ter assinado as cartas, pois atuavam em setores decisivos do governo e da economia e opinavam sobre o andamento da ordem política.

DATA	EDIÇÃO	AUTOR	ASSUNTO
10 de maio de 1821	Nº 08	Hum amigo da boa ordem	Proposta de conciliação do jornal e crítica aos pasquins
17 de novembro de 1821	Nº 37	Anonymo	Que o Maranhão obedeça à constituição, manutenção do governo do MA
17 de novembro de 1821	Nº 37	Um amante da bem entendida Constituição	Sobre contrato entre marinheiros e navio, de acordo com Constituição
17 de novembro de 1821	Nº 37	Dos redatores ao Um amante da bem entendida Constituição	Defendem que a ordem estabelecida devia ser cumprida e recomenda aos oficiais que cumpram com seus deveres.
24 de novembro de 1821	Nº 39	Dos redatores ao "Sr. Constitucional franco"	Crítica o leitor e chama atenção para a Lei de Imprensa
01 de dezembro de 1821	Nº 41	Dos redatores ao "Sr. Pescador Constitucional do Itapecuru"	Alerta leitor de que é preciso mandar uma 2ª carta para resguardar o jornal de problemas

5 de dezembro de 1821	Nº 42	José Gonsalvez e Companhia	Aviso da firma José Gonsalvez sobre ser credora
5 de dezembro de 1821	Nº42	Sr.Solitário de Alcântara	Solicita que o autor assina a carta, faz menção a jornal feito em Londres
8 de dezembro de 1821	Nº 43	Veritas	Sobre da carta anterior de José Gonsalvez
12 de dezembro de 1821	Nº 44	M. A. O. G.	Situação política da província
12 de dezembro de 1821	Nº 44	José Silveira das Seixas	Pede para jornal esclarecer a população para que a mesma não eleja pessoas não qualificadas
15 de dezembro de 1821	Nº 45	Dos redatores para M.A. O.G	Alerta que o leitor assine carta enviada antes, critica linguagem utilizada pelo autor e fala dos riscos
15 de dezembro de 1821	Nº 45	Dos redatores para Silvestre Joze de Seixas	Reafirma que jornal cumprirá deveres quanto a esclarecer cidadãos sobre eleições na Junta Provincial
15 de dezembro de 1821	Nº 45	Dos redatores para o “Observador Constitucional”	Alerta autor sobre o conteúdo da carta e a necessidade de assiná-la
20 de dezembro de 1821	Nº46/ suplemento	Hum amigo da verdade	Sobre trabalho das milícias
20 de dezembro de 1821	Nº46/ suplemento	Anonymo	Sobre apoio de câmaras, corporações e regimentos ao governo provisório

Quadro 01 - Sobre cartas publicadas e respostas – 1821.

2.2 ALÉM DAS CARTAS

Como aponta Marialva Barbosa (2010, p. 22), a imprensa, nascida sob os auspícios da Coroa Portuguesa, deixou pistas sobre o cotidiano das cidades, suas redes de comunicação, seus sujeitos, suas contradições e embates. Delineia-se a partir daí uma esfera pública de poder, um espaço comum no qual se tece uma multiplicidade de relações.

As discussões, nascidas nas páginas dos jornais, chegam às ruas, comércios, repartições públicas, cafés e igrejas, envolvendo letrados e não

letrados. Os comentários e burburinhos vão instigando percepções, ora sedimentando ações políticas, ora provocando questionamentos ou silêncios.

Elaborados por indivíduos letrados, esses periódicos, folhetos e panfletos amplificam os debates e polêmicas políticas. Há, portanto, uma cultura política no nascedouro e começa-se a visualizar a imprensa como lócus privilegiado do espaço público” (BARBOSA, 2010, p.51).

Barbosa (2010) aponta que os jornais não podem ser vistos como meros reflexos da realidade. A renovação historiográfica ajudou a redimensionar outro olhar sobre a imprensa, enquanto documento histórico. Os impressos comportam processos complexos e congregam atores sociais que podem ter contribuído para a definição de cenários políticos e culturais.

Enquanto ato discursivo, o jornalismo traz aspectos da realidade cotidiana e colabora para a construção por parte de seus leitores de novos referentes e novas representações sobre esse mesmo cotidiano. Para Bourdieu (2012, p.11), todo processo comunicacional - a exemplo do jornalismo - compreende relações de poder, articuladas às instâncias sociais que acumulam poder material e poder simbólico.

Reside principalmente no poder simbólico, ao gerar significados, a possibilidade de construir uma representação da realidade e, além disso, estabelecer um sentido homogêneo para a ordem vigente, naturalizar conflitos e reforçar interesses de determinado grupo nas disputas pelo poder político e econômico (BOURDIEU, 2012). Um jornal, tal como O Conciliador do Maranhão, pode ter proporcionado ao seu público um ideário acerca das transformações, rupturas e descontinuidades da São Luís das duas primeiras décadas do século XIX.

Podemos considerar que o jornal maranhense integrou um processo complexo que Gramsci (COUTINHO, 2003), em sua análise sobre o sistema capitalista, chamou de *hegemonia*, a movimentação de blocos e segmentos para formar ou romper alianças e relações de dominação e subordinação. “É a liderança tanto quanto dominação nos domínios econômicos, político, cultural e ideológico de uma sociedade” (FAIRCLOUGH, 2008, p.122).

O processo hegemônico e sua multiplicidade de elementos ocorrem em vários níveis da sociedade: no interior do Estado, entre as nações, entre classes sociais. “É algo que opera (...) sobre o modo de pensar, sobre as orientações ideológicas e sobre os modos de conhecer” (SIMIONATTO, 2003, p. 276). As relações de força, para Gramsci, devem ser o primeiro caminho a ser percorrido para o entendimento de uma situação histórica.

3. CONCLUSÕES

Publicar um jornal é delimitar um espaço de atuação social que se espraia em seus enunciados. O jornal O Conciliador do Maranhão, que circulou entre 1821 e 1823, exemplifica um lugar de fala, patrocinado pelo Governo da Província do Maranhão, agente social em um panorama de estremecimento do pacto colonial. Segmentos conservadores da Metrópole haviam pressionado pela volta da Família Real e por mudanças no ordenamento econômico, que entediavam estar privilegiando a colônia americana.

No Maranhão, o jornal O Conciliador do Maranhão, surgido sob uma nova Lei de Imprensa liberal, agrega notícias e opiniões sobre o cotidiano de São Luís e suas relações com a economia e a política capitaneada pela Coroa. Ao pesquisarmos sobre os conteúdos das cartas de leitores, seção intitulada “Variedades”, detectamos as tensões do grupo político português em manter a ordem vigente, apesar do retorno de Dom João, das concessões econômicas e dos ventos liberalizantes.

O jogo de forças aparece nos enunciados das cartas. Em dezesseis cartas trocadas entre jornalistas e leitores, entre abril e dezembro de 1821, a temática da política domina nove delas, sete abordam a lei de imprensa e outros temas. Mais do que simplesmente rotular o jornal O Conciliador como alinhado a Portugal, compreendemos que o exercício do poder estava na ordem do dia no jornal e para os leitores.

O respeito à nova Constituição, o papel de segmentos sociais e o questionamento sobre o desempenho do jornal no cenário político, são temáticas comuns nas cartas, atestando as preocupações dos setores da sociedade local, alinhadas ou não ao pacto colonial. As transformações políticas se

avizinhavam. Impressos e público buscavam apreender a extensão delas e suas conexões com a realidade da colônia e do território maranhense.

A ebulição política, a pressão dos liberais sobre o governo português, o descontentamento de setores mais conservadores, a Lei de Imprensa e a abertura maior nos jornais, podem ter colaborado para que a política predominasse nas querelas entre o jornal e seu público. Ressaltamos que, geralmente, eram cartas que tinham pontos de vistas semelhantes à posição editorial do impresso, cuja bandeira maior era manter o equilíbrio entre as forças portuguesas e a estrutura colonial.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Marialva. *História Cultural da Imprensa (1800-1900)*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1992

BELTRÃO, Luiz. *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*. Rio de Janeiro: Agir, 1960.

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

BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

COUTINHO, Carlos Nelson; TEIXEIRA, Andréa de Paula. *Ler Gramsci, entender a realidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. “Os Estudos Culturais”. In: HOHLFELDT et al. *Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, Vozes, 2008.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e Mudança Social*. Brasília: Universidade de Brasília, 2008.

GALVES, Marcelo Cheche. *Ao Público Sincero e Imparcial: Imprensa e independência no Maranhão (1821-1826)*. Tese. 2010. (Doutorado em História). Universidade Federal Fluminense.

HOHLFELDT, Antonio et al. *Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2008.

JORGE, Sebastião. *Os Primeiros Passos da Imprensa no Maranhão*. São Luís, PPPG/EDUFMA, 1987.

_____. *Política Movida a Paixão: O jornalismo polêmico de Odorico Mendes*. São Luís: Departamento de Comunicação Social/UFMA, 2000.

LOPES, Antonio. *História da Imprensa no Maranhão*. Rio de Janeiro, DASP, 1959.

LUSTOSA, Isabel. *O Nascimento da Imprensa Brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

MATTERLART, Armand e Michele. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2002.

MARQUES DE MELO, José. *A Opinião no Jornalismo Brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1995.

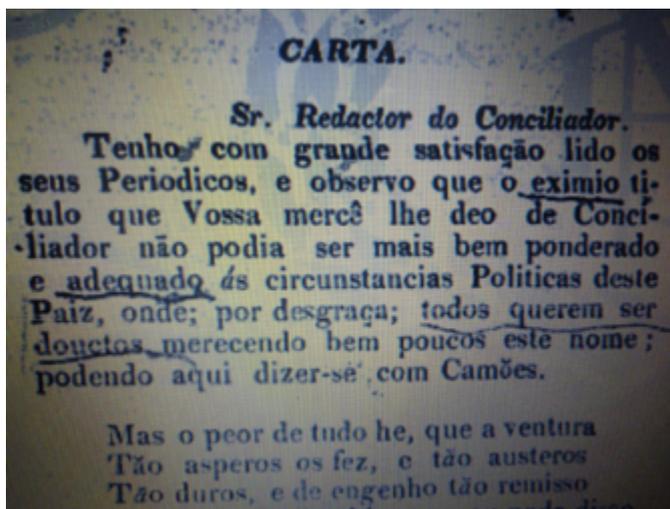
MEDITSCH, Eduardo. “O jornalismo é uma forma de conhecimento?”. In: www.bocc.ubi.pt (Biblioteca on line de Ciências da Comunicação). Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.html>>. Acesso em 02 out 2012.

MOREL, Marco; BARROS, Mariana Monteiro de. *Palavra, Imagem e Poder: O surgimento da imprensa no Brasil no século XIX*. Rio de Janeiro: DP & A, 2003.

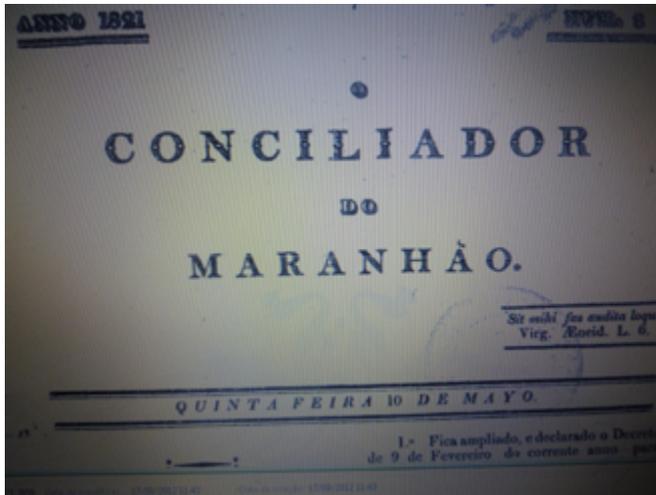
SIMIONATTO, Ivete. “A cultura do capitalismo globalizado. Novos consensos e novas subalternidades”. In: COUTINHO, Carlos Nelson, TEIXEIRA, Andréa de Paula. *Ler Gramsci, entender a realidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

SOUSA, Jorge Pedro. *A Notícia e seus Efeitos: As teorias do jornalismo e os efeitos sociais dos media jornalísticos*. Coimbra, Minerva, 2000.

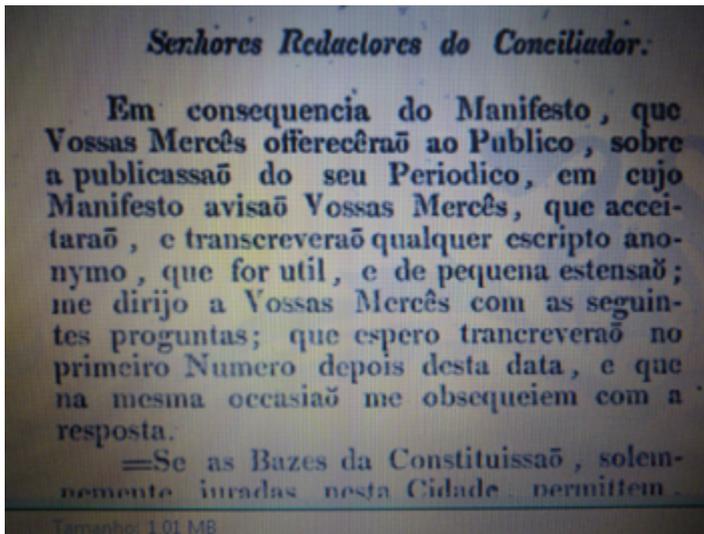
SERRA, Joaquim. *Sessenta Anos de Jornalismo: A imprensa no Maranhão*. São Paulo: Siciliano, 2001.



(O Conciliador do Maranhão, nº 8, p. 6, 10 de maio de 1821)



(O *Conciliador do Maranhão*, nº 8, capa, 10 de maio de 1821)



(O *Conciliador do Maranhão*, nº 37, p. 5, 17 de novembro de 1821)

O CAMPO DA COMUNICAÇÃO E O CONCEITO DE DIÁLOGO EM BAKHTIN: CONTRIBUIÇÃO À INVESTIGAÇÃO SOBRE INTERAÇÃO DIALÓGICA NOS AMBIENTES DIGITAIS NA INTERNET

LUCIANA SARAIVA DE OLIVEIRA JERÔNIMO¹

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Parte-se, neste *paper*, da ideia de que o Campo da Comunicação Social é um espaço de estudos, reflexões e pesquisa, tanto para os processos midiáticos, como para os processos de interação comunicacional extramidiáticos, sem valorar um em detrimento do outro, por mais registros acadêmicos que um objeto tenha em relação ao outro.

Considerando este acolhimento, localiza-se o objeto deste *paper* nos estudos sobre os diversos processos de interação comunicacional, determinado por um modelo dialógico alternado-recíproco da comunicação (ver BRAGA, 2001), sem que necessariamente seja simétrico e síncrono.

Esta perspectiva ultrapassa “as fronteiras facilmente demarcadas do território *meios de comunicação*” de massa (op. cit., p.20) e alcança a força emergente e em crescimento do que ocorre no espaço/suporte internet. Pela forma como é arquitetonicamente constituída, a internet disponibiliza, para aqueles que possuem letramento digital e capacidade de entender e produzir abstrações, aplicativos que possibilitam a seu usuário potencializar os processos simbólicos e suas práticas de interação comunicacional, redesenhando, também, a produção, a circulação e o consumo de informações. Potencializa, conseqüentemente, a organização de signos verbais

¹ Professora adjunta do Curso de Relações Públicas, do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo e doutoranda do programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, na linha de pesquisa *Práticas culturais nas mídias, comportamentos e imaginários da sociedade da comunicação*. E-mail: l-jeronimo@hotmail.com

e não-verbais, naturais e tecnológicos, em contextos enunciativos para a produção de sentido, na dinâmica das interações culturais, alterando a noção de mensagem posta em circulação (MACHADO, 2001).

Neste caso, ao observar um *website*, é possível perceber, objetivar e problematizar qualquer processo de interação comunicacional, desde que se utilizem propostas teóricas que deem conta de sua dinamicidade. Aqui nos interessa saber: que conceito de diálogo pode dar conta desse *outro* processo de interação entre os agentes? O que é inerente ao *website* que determina processos mais amplos de interação dialógica?

A prática da interação dialógica nos *websites* já está constituída *a priori*, de forma espontânea, intuitiva e criativa. Portanto, o Campo da Comunicação precisa apreender o processo e o resultado dessa prática, sistematizar os dados, interpretá-los e disponibilizar esse conhecimento, de tal forma que produza sentido para nossa sociedade. Começa-se, então, por aproximar o conceito de *diálogo*, de Mikhail Bakhtin, a esta prática constituída.

2. O GABINETE DIGITAL ENQUANTO ILUSTRAÇÃO

No *website* “Gabinete Digital” (www.gabinetedigital.rs.gov.br), pertencente ao governo eletrônico do Estado do Rio Grande do Sul, foram criados ambientes digitais com aplicativos que possibilitam a postagem de textos e o acesso a outros textos, fotos e vídeos sobre assuntos de responsabilidade do governo, mas que estão em discussão na sociedade gaúcha. Nele, quatro seções foram criadas enquanto ambientes digitais. Duas delas se destacam: a seção “Governador responde” e a seção “Governador pergunta”.

Na seção “Governador responde”², a população gaúcha faz perguntas ao governador, a partir de temáticas disponibilizadas na seção. As perguntas são escritas (enunciados verbais) e postadas em espaços nos ambientes digitais, para que o grupo que gerencia o portal possa agrupá-las e disponibilizá-las à população que irá votar e escolher quais questões têm prioridade de resposta. Na outra ponta do processo, o governador, ou qualquer

² Em agosto de 2012, este ambiente digital de participação política suspendeu suas atividades para ser reestruturado técnica e metodologicamente.

agente político de sua equipe, responde em vídeo (enunciado verbo-visual) às questões escolhidas como prioridade por metodologia quantitativa. Além do vídeo, há o formato textual (enunciado verbal) de respostas à população. Qualquer pessoa tem acesso ao conteúdo dos enunciados, mas não consegue perceber todo o processo de organização dos signos, pois é preciso acompanhar continuamente a dinâmica dos ambientes do *website* para entender como ocorre o entretecimento de vozes e de linguagens, entre esses elementos em cada ambiente digital.

Na seção “Governador pergunta”, o sentido se inverte. Agora, quem inicia a interação, seja ela simétrica ou não, síncrona ou não, é o governador. Ele escolhe um *grande tema* e pergunta sobre alguma situação peculiar (por exemplo: *saúde pública*; pergunta: *Como podemos melhorar o atendimento na saúde pública?*). A equipe governamental determina o período em que a pergunta ficará disponível na seção. Neste caso, a questão ficou disponível de 09 a 28 de novembro de 2011 e, segundo o próprio governo gaúcho, houve 1.388 respostas/propostas da população, 60 mil pessoas envolvidas nesse diálogo e 122 mil cidadãos votando nas propostas que consideraram prioritárias. Juntos, agentes públicos e cidadãos produziram um enunciado concreto sobre atendimento na saúde pública. Essas duas seções, por si, já materializaram o processo de interação dialógica assíncrona, assimétrica ou não, alterando as posições dos sujeitos ao ler e ao escrever, ao falar e ao ouvir, oferecendo contribuições concretas, sob a perspectiva discursiva, ao planejamento das ações de responsabilidade do governo e sobre a forma de governar.

Para além desses ambientes, ainda complementarmente ao processo de interação dialógica entre governante e cidadãos, existem as seções: “Governo escuta” e “Consulta pública”. Estas, apesar de estar disponíveis digitalmente, também existem na forma presencial, ampliando o processo de interação comunicacional.

3. O CONCEITO BAKHTINIANO DE DIÁLOGO PARA PENSAR A INTERAÇÃO COMUNICACIONAL

Mikhail Bakhtin construiu um arcabouço teórico-reflexivo para entender a linguagem como dinâmica, histórica, social e culturalmente constituída e materializada por sujeitos responsáveis por suas *falas* e participativos no seu tempo histórico. Com o conjunto das obras do chamado Círculo de Bakhtin, obtêm-se conceitos como: *ato, atividade, evento, autor, autoria, ética, estilo, polifonia, palavra, tema, significação, enunciado, enunciação, gêneros discursivos, diálogo e outros* (BRAIT, 2012a; BRAIT, 2012b).

O conceito de *diálogo*, que orientará nossa contribuição para pensar o processo de interação dialógica (comunicacional), em ambientes digitais na internet, está presente nas obras **Problemas da poética de Dostoiévski** (publicado em 1929), **Marxismo e filosofia da linguagem** (publicado em 1929) e **Estética da criação verbal** (publicado em 1971). Está presente também nas releituras de Bakhtin construídas por Beth Brait (2012a e 2012b) e por Adail Sobral (2009).

Nos estudos do Círculo de Bakhtin, a linguagem caracteriza-se por seu dialogismo, ou seja, pelos três planos distintos que o compõem: primeiro, o dialogismo é condição essencial do próprio ser (existência) e do agir dos sujeitos (ações) que produzem a linguagem; segundo, o dialogismo designa a condição de possibilidade de produção de enunciados/discursos e, conseqüentemente, da produção de sentido das coisas; e terceiro, o dialogismo é a base do diálogo (SOBRAL, 2009). Portanto, o *diálogo* destaca-se como um dos conceitos-chave e um dos conceitos-fonte que organiza a reflexão sobre a característica dialógica da linguagem e da comunicação.

Em Bakhtin, o *diálogo* é definido como “alternância entre enunciados, entre acabamentos, ou seja, entre sujeitos falantes, entre diferentes posicionamentos” (MARCHEZAN, 2012b, p. 116); é a alternância do falar e do ouvir, do escrever e do ler, produzindo sentidos imprevisíveis e sempre por se construir. Em **Estética da criação verbal** (1997), Bakhtin entende o diálogo como um processo simples e claro, normalmente materializado pela comunicação verbal, dando visibilidade às posições de quem fala e

de quem ouve, através de um acabamento específico que possibilita uma posição responsiva³ (MARCHEZAN, 2012b).

Nesse sentido, o *diálogo* concreto precisa de um conceito interdependente: o conceito de enunciado⁴.

O enunciado de um sujeito apresenta-se de maneira acabada permitindo/provocando, como resposta, o enunciado do outro; a réplica, no entanto, é relativamente acabada, parte que é de uma temporalidade mais extensa, de um diálogo social mais amplo e dinâmico (MARCHEZAN, 2012b, p. 117).

Para Bakhtin (2009), esse diálogo, no sentido amplo de condição dialógica da linguagem, pode ser representado por qualquer tipo de comunicação verbal e, ampliando ainda mais essa representação, pode ser qualquer comunicação contendo enunciado verbal, verbo-visual, visual, ou a mistura deles. O *diálogo* pode ser representado por (suas) propriedades como: a) a relação entre sujeito e entre tempo e espaço⁵; b) a diversidade de diálogos e de vozes (polifonia)⁶ traduzíveis, como sinaliza Marchezan

³ Responsividade no sentido de responder a alguém ou a alguma coisa, resultado de um pensamento não indiferente (cf. SOBRAL, 2012a, p. 20). Responsividade é também um requisito democrático para identificação ou aferição de *websites* governamentais, enquanto interface digital (ver SILVA, 2011).

⁴ O conceito de enunciado, derivado das preocupações com o processo dialógico, ajuda a compreender o processo enunciativo-discursivo. Para Bakhtin, o enunciado tem autor e destinatário (concreto ou presumido), e sua materialização possui forma (uso da linguagem) e conteúdo. Portanto, um *website* é um enunciado concreto que faz circular discursos (polifônicos). Para o Círculo, "o enunciado concreto (e não a abstração linguística) nasce, vive e morre no processo da interação social entre os participantes da enunciação. Sua forma e significado são determinados basicamente pela forma e caráter desta interação" (ver em BRAIT, 2012a, p. 68).

⁵ Um conceito bakhtiniano que representa a relação espaço-tempo é o de *cronotopos*. Este conceito indica a relação do lugar (ou não-lugar, se pensarmos na internet) onde se desenrolam as ações principais, onde ocorrem os encontros dos interagentes e que mudam suas vidas e a concepção de tempo (quando) que traz subjacente a dimensão de movimento e de transformação, em que as situações são provisórias (ver AMORIM, 2012b).

⁶ Está subjacente à categoria polifônica os conceitos de *realidade em formação, inconclusibilidade, não acabamento e permanente evolução do diálogo* (ver BRAIT, 2009 e BEZERRA, 2012a).

(2012b), em especificidades de estilo e de gêneros⁷; e c) os tipos de gêneros⁸ que ilustram o diálogo entre os sujeitos da comunicação.

O registro das propriedades do diálogo permite compreender o processo de interação dialógica e a apreensão da linguagem viva. Lembra-se sempre, que na construção teórica bakhtiniana, a palavra *diálogo* é bem entendida como

reação do eu ao outro, como “reação da palavra à palavra de outrem”, como ponto de tensão entre o eu e o outro, entre círculos de valores, entre forças sociais. A essa perspectiva, interessa, não a palavra passiva e solitária, mas a palavra na atuação complexa e heterogênea dos sujeitos sociais, vinculada a situações, a falas passadas e antecipadas (MARCHEZAN, 2012b, p. 123).

À luz dessa perspectiva, e com base nessas propriedades, identifica-se nas seções “Governador responde” e “Governador pergunta”, do *website* “Gabinete Digital”, um diálogo concreto. Tem-se, então: a) o diálogo entre dois ambientes digitais específicos, b) o diálogo entre sujeitos distintos (governante e cidadão) e c) diálogos distintos que compõem o “Governador pergunta” (este, um enunciado complexo e parte do enunciado concreto “Gabinete Digital”).

4. ILUSTRAÇÃO DOS DIÁLOGOS

O *website* “Gabinete Digital” é um ilimitado enunciado concreto sobre ações de responsabilidade do Governo⁹, que pertence ao dispositivo

⁷ Chama-se a atenção que essa diversidade está diretamente relacionada à natureza dos enunciados: natureza verbal, natureza verbo-visual e natureza visual. Com o espaço da internet, há a possibilidade de construção de enunciados com naturezas diferentes, assim como a construção de enunciados que mesclam tais naturezas, gerando gêneros digitais ou virtuais como *e-mail*, perfil, depoimentos, fóruns de comunidades, comentários de fotos, postagem de vídeos de celular, recados (*scraps*), etc.(cf. MARCUSCHI, 2004).

⁸ Gêneros representam como os interlocutores fazem uso da linguagem (seja ela de natureza verbal, verbo-visual ou visual) de forma simples ou de forma complexa. Assim, para Bakhtin (1997, p. 159), “importa, nesse ponto, levar em consideração a diferença essencial entre o gênero de discurso *primário* (simples) e o gênero de discurso *secundário* (complexo)”. O uso da linguagem pode determinar, no processo dialógico-interativo, como as interlocuções se aproximam ou se afastam da vivência cotidiana das pessoas, algo caro ao processo democrático de um país. Mas Bakhtin ainda chama a atenção para a riqueza e a variedade de gêneros de discurso que, para ele, são infinitos e amplos, tanto quanto a realidade que se vive (ver op. cit., p. 158 e BRAIT, 2005).

⁹ Assuntos e negócios públicos exclusivamente geridos e controlados pelo Governo, por definição da Constituição Federal Brasileira, e que estão sob sua única e completa responsabilidade.

tecnológico chamado *governo eletrônico* que, dentre uma de suas potencialidades, aqui interessa particularmente aquela de intervir na interação governo-cidadãos, através da produção de vários tipos de discursos que podem se misturar e se condensar.

Os próprios ambientes digitais do “Gabinete Digital” dialogam entre si, misturando-se e condensando-se. No “Governador responde” e no “Governador pergunta” é possível encontrar o mesmo conteúdo (temática), como é o caso da *saúde pública*, em diferentes gêneros de discurso, sendo apresentado através de várias vozes, sempre em formação, representando uma situação provisória e em relação à cotidianidade da população.

Ao sair do contexto mais amplo e se observar um ambiente digital mais específico, como é o caso do processo dialógico entre governo e cidadãos, sobre *atendimento na saúde pública*, no “Governador Pergunta”, é possível essa interação com os seguintes diálogos¹⁰:

DIÁLOGO 1

Governador: Como podemos melhorar o atendimento na saúde pública?

Contribuição da cidadã chamada Anelise Schena: Gostaria que os hospitais do interior fossem dotados de mais recursos para dar mais atenção aos pacientes evitando lotação nos hospitais da capital. (Este enunciado foi o mais votado pela população para representar seus anseios no período da consulta pública, no período de 09 a 28 de novembro de 2011).

Governo (Secretaria Estadual de Saúde): Estão previstas a adequação e ampliação de Leitos Hospitalares de referência regional, por meio da Ampliação dos Hospitais já existentes ou da construção de Hospitais Regionais, qualificando estes leitos e disponibilizando-os regionalmente, a fim de diminuir a concentração de encaminhamentos para a região metropolitana.

¹⁰ Diálogos retirados do “Relatório – Primeira Edição Novembro-Dezembro 2011- Governador pergunta” em www.gabinetedigital.rs.gov.br/govpergunta/results/govpergunta/results/p2, acesso em 22 mai 2012. Os enunciados de autoria dos cidadãos o Governo denomina de *contribuições*.

DIÁLOGO 2

Governador: Como podemos melhorar o atendimento na saúde pública?

Contribuição da cidadã chamada Belani Chaves: Formar plantões médicos para diagnosticar logo após a realização dos exames, com mais rapidez. Podendo este ser formado por médicos residentes, para irem ganhando experiência. Assim o atendimento, o exame e o resultado do diagnóstico, tudo será imediato, pelo menos nos casos de mais urgência.

Governo (Secretaria Estadual de Saúde): Está previsto, como projeto prioritário de governo, a construção de CENTROS DE ESPECIALIDADES REGIONAIS, que darão suporte regional para as unidades básicas de saúde e hospitais na realização de consultas especializadas e exames.

DIÁLOGO 3

Governador: Como podemos melhorar o atendimento na saúde pública?

Contribuição do cidadão chamada Mauro: Sugiro que se crie centro de especialidades regionais para cada 100 mil habitantes por exemplo ou tantos km² de área. Serviria para desafogar Porto Alegre e diminuir a tortura aos doentes que aguardam meses por uma vaga, meses para um exame, retorno ou procedimento e que necessitam viajar várias horas.

Contribuição (agregada) da cidadã chamada Tatiane Ossemer da Silva: Catuípe tem 9.843 habitantes. Onde segundo dados do IBGE, somente 54% da população moram na zona urbana. O município possui 3 ESF que atendem na zona urbana, deste modo pensando em melhor atender a população rural, uma vez que a base econômica do município é agrícola, merecem um atendimento ímpar, então pretendendo melhorar o acesso desta população, pensamos em montar um veículo.

Governo (Secretaria Estadual de Saúde): Está previsto, como projeto prioritário de governo, a construção de CENTROS DE ESPECIALIDADES REGIONAIS, que darão suporte regional para as unidades básicas de saúde e hospitais na realização de consultas especializadas e exames.

Os três diálogos representam, com suas especificidades, uma das formas de interação entre governo e cidadão, através de enunciados construídos verbalmente (escritos). Neles estão contidas as seguintes propriedades: a) a relação entre os sujeitos e entre tempo e espaço; b) a diversidade de vozes; c) a diversidade de estilo; e d) a diversidade de gêneros e estilo e possibilidade de ampliar esses gêneros.

4.1 A RELAÇÃO ENTRE SUJEITOS E ENTRE TEMPO E ESPAÇO

Nos diálogos anteriores, têm-se dois sujeitos: o governante e o cidadão. Ambos assumem posições alternadas de *falante* e *ouvinte* e, apesar do ambiente ser formalmente delimitado e controlado pelo Governo, a produção de sentido é imprevisível, podendo gerar uma grande mobilização ou a indiferença, o silêncio. Embora sejam diferentes social, cultural, econômica e juridicamente, estes sujeitos produzem enunciação sobre um tema, a partir da significação comum entre consciências. Essa enunciação é materializada por seus enunciados verbais escritos, postados nos espaços destinados para isso no ambiente digital “Governador pergunta”. Os enunciados dão visibilidade às posições de *falante* e de *ouvinte* que cada sujeito assume, alternadamente, e que representa a relação entre os sujeitos. Tanto governante quanto cidadãos assumem posições responsivas no momento do diálogo.

Nessa relação dialógica, tempo e espaço tornam-se uma unidade. Os sujeitos dialogam através de aplicativos que lhes permitem, à distância, comunicar-se de forma síncrona ou assíncrona. Neste exemplo, de forma assíncrona, pois pergunta, resposta e réplica foram construídas com defasagem de tempo. Os enunciados ocupam um espaço virtual de fluxo de dados, *a priori*. O diálogo não se dá em um lugar geográfico físico, mas o conteúdo representa um lugar (geográfico físico) de fala: regiões do Estado do Rio Grande do Sul.

A fluidez do ciberespaço torna complexa e abstrata a ideia de espaço e confunde a concepção de espaço e de tempo, que se alteram mutuamente.

Para Lévy (2009, p. 21), “no virtual, a sincronização substitui a unidade de lugar, e a interconexão, a unidade de tempo”. Nesse sentido, dialogar significaria colocar interlocutores sincronizados e interconectados, e qualquer enunciação fora dessa ideia não seria concebida como diálogo.

Na perspectiva bakhtiniana, quando se processa o diálogo, a concepção de espaço e tempo são indissociáveis, em que lugar (ou espaço) é “onde se dão os encontros que mudam a vida dos personagens” (AMORIM, 2012b, p.102) e

a concepção de tempo traz consigo uma concepção de homem e, assim, a cada nova temporalidade, corresponde um novo homem, Parte, portanto, do tempo para indicar o ponto em que este se articula com o espaço, e forma com ele uma unidade (Ibid.)

No processo dialógico no ciberespaço, o lugar é o conteúdo do enunciado, que indica a realidade geográfica de onde os sujeitos falam. Como esse conteúdo pode transitar de forma rápida ou lenta, o tempo se comprime ou se expande. Então, Bakhtin observa o tempo como dimensão de movimento, de transformação. O tempo é representado no diálogo pelo conteúdo do enunciado também. Através dele é possível identificar o *espírito de época* dos falantes, como as situações são provisórias e como o diálogo é movimento e transformação.

4.2 A DIVERSIDADE DE VOZES

Nos diálogos anteriores, a interrogação, a provocação e a resposta compõem um único texto, um único discurso. São diálogos composicionais expressos e levados a cabo por sujeitos: governante e cidadãos. Esse texto, ou enunciado concreto, que aqui se entende ser o “Gabinete Digital”, expõe as diferentes posições do governante e dos cidadãos e personifica o conceito bakhtiniano de *polifonia*.

Entende-se então, por essa perspectiva, *polifonia* como convivência e interação “de uma multiplicidade de vozes e consciências independentes e imiscíveis; vozes plenas e consciências equipolentes” (BEZERRA,

2012(a), p.194), em um mesmo ambiente do “Gabinete Digital”, sendo essas vozes todas representantes de um determinado universo, marcadas pelas peculiaridades desse universo.

Nos diálogos 1, 2 e 3, o governante não fala pelos cidadãos gaúchos, não os reduz a seus objetos; ele deixa espaço (mesmo que controlado pelo governo) para que eles falem, para que eles usem sua linguagem, seu estilo, suas ênfases, sua própria maneira de se exprimir. Esses diálogos parecem representar o ponto de vista polifônico.

Sob o ponto de vista polifônico, na relação dialógica, diferentes ideias e ideologias aparecem lado a lado, num único texto. Todos os falantes representam ideias de outros indivíduos (que não estão na posição de *falantes*), sem negar-se a expor as suas próprias ideias.

[...] Representar a idéia do outro, conservando-lhe toda a plenivalência enquanto ideia, mas mantendo simultaneamente a distância, sem reafirmá-la nem fundi-la com sua própria ideologia representada. [...] A idéia é um acontecimento vivo, que irrompe no ponto de contato dialogado entre duas consciências. Neste sentido, a idéia é semelhante ao discurso, a idéia quer ser ouvida, entendida, *respondida* por outras vozes e de outras posições. Como discurso, a idéia é por natureza dialógica (BAKHTIN, 2002, p. 83 e 87).

Na pergunta do governador, está contida a inquietação de diversas vozes gaúchas sobre *o atendimento na saúde pública*, sintetizada por uma equipe, em uma pergunta. Ao interrogar abertamente sobre essa temática, o governador provoca uma posição responsiva dos cidadãos que, por sua vez, respondem produzindo e postando textos escritos, ou se exprimindo oralmente em reuniões presenciais, ou votando no ambiente digital no texto escrito e postado por outros, que traduz sua própria ideia. Logo depois, também assumindo uma posição responsiva, o governo constrói sua réplica ao texto do cidadão, na forma de informação oficial sobre o assunto.

Essa relação dialógica, mediada por tal temática, não se esgota nesse ambiente digital. Sob a perspectiva polifônica, a discussão política sobre *o atendimento na saúde pública*, enquanto gênero em formação, está sujeita a novas mudanças, caracterizando-se pela inconclusibilidade e pelo

não acabamento, já que seus autores (governante e cidadãos) estão em processo de evolução que nunca se conclui: o de participação política e de horizontalização dos processos decisórios.

Neste caso, a polifonia permite que os indivíduos entrem em relação dialógica sobre essa temática (e sobre outras), pois

a essência da polifonia consiste justamente no fato de que vozes, aqui, permanecem independentes e, como tais, combinam-se numa unidade de ordem superior à da homofonia. E se falarmos de vontade individual, então é precisamente na polifonia que ocorre a combinação de várias vontades individuais, realiza-se a saída de princípio para além dos limites da vontade. Poder-se-ia dizer assim: a vontade artística da polifonia é a vontade da combinação de muitas vontades, a vontade do acontecimento (BRAIT, 2009, p. 45).

Essa essência mantém o conceito de diálogo e o processo de dialogismo que, por sua vez, produz a interação comunicacional que irriga o tecido social em estado de democracia.

4.3 A DIVERSIDADE DE GÊNEROS E DE ESTILO

Para Bakhtin, gêneros de discurso são os tipos relativamente estáveis de enunciados, que se apresentam de modo heterogêneo, indo desde o diálogo cotidiano e espontâneo até os artigos científicos e *papers* como este.

A riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitos, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa. Cumpre salientar de um modo especial a heterogeneidade dos gêneros do discurso (orais e escritos), que incluem indiferentemente: a curta réplica do diálogo cotidiano (com a diversidade que este pode apresentar conforme os temas, situações e a composição de seus protagonistas), o relato familiar, a carta (com suas variadas formas), a ordem militar padronizada, em sua forma lacônica e em sua forma de ordem circunstanciada, o repertório bastante diversificado dos documentos oficiais (em sua maioria padronizados), o universo das declarações públicas (num sentido amplo, as sociais, as políticas). E é também com os gêneros do discurso que relacionaremos as variadas formas

de exposição científica e todos os modos literários (desde o ditado até o romance volumoso) (BAKHTIN, 1997, p. 279 e 280).

Levando em consideração a heterogeneidade dos gêneros do discurso, e que ela poderia, com o passar do tempo, potencializar-se, Bakhtin cria duas tipologias de gêneros discursivos que simplificam uma análise: o gênero de discurso primário (simples) e o gênero de discurso secundário (complexo).

No cotidiano, Bakhtin observou que os gêneros secundários absorvem os gêneros primários (comunicação verbal espontânea), alterando-os.

Os gêneros secundários do discurso – o romance, o teatro, o discurso científico, o discurso ideológico, etc. – aparecem em circunstâncias de uma comunicação cultural, mais complexa e relativamente mais evoluída, principalmente escrita: artística, científica, sociopolítica. Durante o processo de sua formação, esses gêneros secundários absorvem e transmutam os gêneros primários (simples) de todas as espécies, que se constituíram em circunstâncias de uma comunicação verbal espontânea (BAKHTIN, 1997, p. 281).

Seguindo essa linha de raciocínio, os três diálogos, compostos por enunciados de natureza secundária, em algum momento, absorveram as conversas cotidianas sobre o *atendimento na saúde pública*, transmutando-as e tornando-as enunciados complexos, escritos e postados no ambiente digital. Então, pode-se compreender de modo geral que o “Gabinete Digital” é um enunciado concreto de natureza secundária.

Entender como os enunciados secundários, contidos nestes diálogos, são frutos e práticas de relações dialógicas, passa pela compreensão da natureza complexa e sutil desse enunciado, e abrangeria, como indica Bakhtin (1997), seus aspectos essenciais.

O gênero do discurso secundário, nessa situação, pode refletir a pluralidade de falantes (os outros) e, ao mesmo tempo, a individualidade de quem fala (ou escreve). Essa individualidade, que transparece no discurso, se for constante, é chamada de *estilo*. Gênero e estilo são indissociáveis, e apresentam uma heterogeneidade que se deve identificar:

Cada esfera conhece seus gêneros, apropriados à sua especificidade, aos quais correspondem determinados estilos. Uma dada função (científica, técnica, ideológica, oficial, cotidiana) e dadas condições, específicas para cada uma das esferas da comunicação verbal, geram um dado gênero, ou seja, um dado tipo de enunciado, relativamente estável do ponto de vista temático, composicional e estilístico. O estilo é indissociavelmente vinculado a unidades temáticas determinadas e, o que é particularmente importante, as unidades composicionais: tipo de estruturação, de conclusão de um todo, tipo de relação entre locutor e os outros parceiros da comunicação verbal (relação com o ouvinte, ou com o leitor, com o interlocutor, com o discurso do outro, etc.). O estilo entra como elemento na unidade de gênero de um enunciado (BAKHTIN, 1997, p 283 e 284).

O “Gabinete Digital”, assim como os ambientes digitais (“Governador responde” e “Governador pergunta”), faz parte de um tipo de esfera: a pública governamental democrática no ciberespaço. Portanto, a análise sobre o processo dialógico, tendo como conceito-chave o diálogo, ganha uma dimensão consideravelmente complexa. Nesse cenário, para além das propriedades (outros conceitos) contidos no conceito-chave *diálogo*, existe uma lógica cultural específica que interfere no *modus operandi* da relação dialógica: a cibercultura.

Nessa lógica cultural, e a partir da esfera que lhe é natural, a função do “Gabinete Digital” gera gêneros de discurso secundários, como: a consulta pública *online*, a opinião *online*, a informação *online*, o relatório técnico disponibilizado *online*, audiência pública *online*, fórum de discussão *online*, *blogs*, *chats*, ouvidorias *online*, etc., cada qual produzindo diferentes sujeitos em interlocução, que fazem usos variados da linguagem (verbal, verbo-visual, visual) para se exprimir sobre assuntos de responsabilidade do governo. Cada gênero, como seus interlocutores, constrói seu estilo: o familiar, o crítico, o informativo, o caricatural, o dramático, etc.

O diálogo entre o governante e o cidadão, no espaço/suporte internet, é materializado por múltiplas formas, havendo crescentemente a heterogeneidade de gêneros e estilos. Essa heterogeneidade interessa ao sistema democrático, mas exige dos interlocutores uma complexidade de conhecimentos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diálogo é um conceito-chave e um conceito-fonte necessário para entender o dialogismo construído por sujeitos interlocutores ao se *confrontarem*¹¹ sobre uma temática, chegando de alguma forma à interação comunicacional e à produção de sentidos.

O conceito *diálogo* traz para o mundo visível os três planos do dialogismo em qualquer ambiente digital que promova a construção coletiva de ideias, como é o caso do “Governador pergunta”: a) no primeiro plano, a condição essencial, por exemplo, de ser governante e de ser cidadão nesse ambiente, só existe no processo de inter-relação e está fundada na diferença entre eles, “no confronto entre um *isto* e um *aquilo*, um *eu* e um *tu*” (SOBRAL, 2009, p. 35); O governante só existe na inter-relação com os cidadãos e com os assuntos de responsabilidade do governo, e o cidadão só existe na inter-relação com outros cidadãos, como o governo e com os assuntos públicos que afetam à coletividade; b) no segundo plano, por exemplo, o sentido do tema *atendimento na saúde pública* nasce dos diversos diálogos entre governante e cidadãos, materializados por enunciados verbais postados no ambiente “Governador pergunta”; e c) no terceiro plano, tem-se a alternância de vozes, de estilos, entre o escrever/postar e o ler, sobre o tema *atendimento da saúde pública*, produzindo *confronto* entre essas vozes, produzindo sentidos imprevisíveis e sentidos por se fazer; permitindo o diálogo sobre o tema.

Respondendo-se às questões iniciais deste *paper*, acredita-se que o conceito bakhtiniano de *diálogo*, absorvendo a complexidade de seu detalhamento, dá conta da análise de alguns processos de interação comunicacional típicos dos ambientes digitais contidos no espaço internet. Têm-se, a partir dele, condições de construções de variáveis que acompanhem qualquer velocidade que a construção comunicativa (linguagem dinâmica) imponha a uma dada esfera ou realidade.

¹¹ “[...] *Confronto* não é necessariamente *conflito*, podendo ser igualmente *acordo*, que pressupõe mais de um sujeito, e que esse *confronto* é fator constitutivo de intercâmbio verbal, fundado, como todo processo de produção de sentido, na diferença” (SOBRAL, 2009, p. 37).

O conceito de *diálogo*, como já foi dito antes, organiza a reflexão sobre a característica dialógica da linguagem e da comunicação, potencializada pela capacidade cada vez maior de fluxo de dados e pelo grande volume de informações, como textos, sons, imagens digitalizadas e *softwares*, que o espaço/suporte internet oferece. Antes, havia o desafio de compreender profundamente o romance polifônico. Hoje, há de se compreender o *website* polifônico. A interatividade, a relação tempo-espço (caracterizada pelo conteúdo que sincroniza e que interconecta os indivíduos em tempo real ou com pouca defasagem de tempo), a polifonia e a heterogeneidade de gêneros digitais e estilos são propriedades inerentes ao *website* polifônico, e que determinam os processos mais amplos de interação dialógica na sociedade contemporânea. Mas o *website* polifônico é apenas complementar a outros processos de comunicação até então existentes. O que se incentiva aqui é desvelar esse *novo processo* complementar de interação comunicacional tão particular, valorizado e penetrante no tecido social.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Marília. "Cronotopo e exotopia". In: Brait, Beth. *Bakhtin: outros conceitos-chaves*. São Paulo: Contexto, 2012(b), pp. 95 a 114.

BAKHTIN, Mikhail M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BAKHTIN, Mikhail M. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

_____. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 2009.

BEZERRA, Paulo. "Polifonia". In: Brait, Beth. *Bakhtin: Conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2012(a), pp. 191 a 200.

BRAIT, Beth (Org.). *Bakhtin, dialogismo e construção de sentido*. Campinas: Unicamp, 2005.

_____. "Problemática da poética de Dostoiévski e estudos da linguagem". In: *Bakhtin, dialogismo e polifonia*. São Paulo: Contexto, 2009. pp. 45 a 72.

_____. *Bakhtin: Conceitos-chaves*. São Paulo: Contexto, 2012(a).

_____. *Bakhtin: Outros conceitos-chaves*. São Paulo: Contexto, 2012(b).

BRAGA, José Luiz. "Constituição do Campo da Comunicação". In: FAUSTO NETO, Antônio; PRADO, José Luiz Aidar; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). *Campo da comunicação: Caracterização, problematização e perspectivas*. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2001, pp. 11 a 39.

GABINETE DIGITAL. *Relatório "Governador pergunta"*. Primeira Edição Novembro-Dezembro de 2011. www.gabinetedigital.rs.gov.br/govpergunta, acesso em 22 mai 2012.

LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo: Ed. 34, 2009.

MACHADO, Irene. "O ponto de vista semiótico". In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). *Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001, pp. 279 a 309.

MARCHEZAN, Renata Coelho. "Diálogo". In: Brait, Beth. *Bakhtin: Outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2012(b), pp. 115 a 131.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. "Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital". In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Org.). *Hipertexto e gêneros digitais*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004, pp. 13-67.

SILVA, Sivaldo Pereira da. "Exigências democráticas e dimensões analíticas para a interface digital do Estado". In: MAIA, Rousiley; GOMES, Wilson; MARQUES, Francisco (Orgs.). *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2011, pp. 123 a 146.

SOBRAL, Adail. *Do dialogismo ao gênero: As bases do pensamento do círculo de Bakhtin*. Campinas: Mercado das Letras, 2009.

_____. "Ato/atividade e evento". In: Brait, Beth (Org.). *Bakhtin: Conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2012(a), pp. 11 a 36.

O INFERNO SÃO OS OUTROS: ESTUDO DO POTENCIAL DE CONVERSAÇÃO DOS COMENTÁRIOS NA WEB

THAÍSA BUENO¹

A frase famosa do filósofo Jean Paul Sartre que dá título a este artigo, – “o inferno são os outros” –, embora não tenha sido pensada no contexto da comunicação, encaixa-se com esmero na crítica ao teor e ao desenho dos comentários postados nas plataformas de interação das matérias de veículos na *web*. Um espaço que, em tese, teria por objetivo promover maior aproximação ente interlocutores e, com isso, originar, quem sabe, uma comunicação mais plural e democrática; na prática, tem se convertido numa arena de ofensas pessoais, de intolerância e de gritos vazios. Um ambiente que, embora conjugue diferentes emissores e receptores ao mesmo tempo, parece não pôr em execução uma comunicação interpessoal de fato. Saber conviver com o outro ainda é o grande desafio dessa relação. Uma aprendizagem latente, num ambiente em que todo mundo é, em potencial, produtor e questionador de conteúdo. “O advento da Internet trouxe diversas mudanças para a sociedade. Entre essas mudanças, temos algumas fundamentais. A mais significativa é a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediadas pelo computador” (RECUERO, 2008, p. 23).

Esta afirmação ratifica a reflexão já proposta por McLuhan (1964) quando, entre outras coisas, antecipava a tendência do público em querer sentir-se integrante, e não apenas receptor, do processo midiático. Uma modificação que extrapola a mera inserção de uma ferramenta revolucionária na imprensa, mas que se propõe a promover alteração das próprias relações sociais.

¹ Professora assistente do curso de Jornalismo da UFMA. Mestre em Letras pela UFMS e aluna do programa de pós-graduação, doutorado em Comunicação Social, na PUC-RS. E-mail: thaisabu@gmail.com

E se se expressar com alvedrio já foi, tempos atrás, sinônimo de dispor de uma caixa de sabão e gritar a plenos pulmões o que lhe vem à alma em praça pública – conforme Heródoto Barbeiro, Carlos Heitor Cony e Artur Xexéu (2003) – o auxílio desta ferramenta de comunicação fez com que o grito ganhasse a amplitude tecnológica de poder ecoar pelos quatro cantos do mundo em questão de segundos. Despertando reações (HERCULANO, 2011, p. 1).

A questão que se coloca é saber se essa nova forma de se relacionar com os meios de comunicação e, em particular com seus iguais – leitores também –, permite uma conversa ou simplesmente materializa um grito. Para propor um primeiro olhar sobre o assunto, este artigo dialoga com as teorias da comunicação que se dedicam a discutir a comunicação interpessoal, em particular os teóricos da chamada Escola de Chigaco, em diálogo com as discussões que entendem a inserção de uma nova tecnologia como modificadora das relações sociais. O estudo tem por objeto específico os comentários postados na reportagem intitulada “Pela 1ª vez, homossexual ganha salário-maternidade após adoção”², do dia 29/08/2012 (10h07) no site Folha On Line. A matéria, que apareceu na lista das mais comentadas do dia, acumulou 289 *posts*, de 75 perfis distintos.

1. NEM TODOS PARTICIPAM

A relação de proximidade, concretizada na participação, não é um desejo exclusivo do público, é também uma estratégia editorial dos veículos para garantir identificação e fidelização. As cartas do leitor, por exemplo, demonstram essa maneira bem comum de interação entre veículo e receptor que, pelas condições do suporte, não permitiam uma contiguidade entre os diversos decodificadores do conteúdo. A internet, pelas próprias características do meio, tem ampliado esse vínculo e promovido uma mutação importante no formato de comunicação: a tradicional palestra, em que o veículo falava para um receptor com limitada oportunidade de interação, passa a ser um diálogo além da mídia e do leitor, mas entre os próprios receptores. A plataforma

² Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/1144746-pela-1-vez-homossexual-ganha-salario-maternidade-apos-adoacao.shtml>. Acesso em 28 ago 2012.

permitiu a ampliação de vozes em tempo imediato, ou quase imediato, e a consolidação disso apresenta-se por meio dos comentários.

Tentando fazer um resgate deste avizinhamiento entre leitor e mídia, Sbarai (2009) lembra que a primeira publicação impressa com espaço destinado ao cidadão data do século XVII, mais precisamente de 1690, nos Estados Unidos. Segundo ele, o *Publick Occurrences Both Forreign and Domestick* foi o primeiro jornal publicado no continente americano que tinha uma de suas quatro páginas de publicação em branco. A estratégia era sugerir que o leitor produzisse seu próprio conteúdo e divulgasse esse acontecimento antes de compartilhar o jornal com outra pessoa.

Na atualidade, as empresas jornalísticas, que estão hoje na rede, com raras exceções, disponibilizam alguma ferramenta que estimula a participação dos leitores. Na *web* isso teve mais ênfase na segunda fase da internet, a chamada *web 2.0*. O termo foi criado pelo irlandês Tim O'Reilly, para descrever *sites* que investiam em interatividade com o usuário. Na prática, referem-se às páginas da *web* cuja importância se deve principalmente à participação dos usuários. O termo se popularizou em oposição à expressão *Web 1.0*, cuja capacidade técnica para criar essa interação era limitada. Os comentários estão, nesse sentido, inseridos nessa categorização 2.0.

No entanto, ter acesso não significa necessariamente participar. De acordo com uma compilação de diversos estudos realizados pelo mundo e reunidos por Garcia (2008), a grande maioria dos usuários ainda não se sente à vontade para postar comentários. Conforme o levantamento, 90% dos usuários são *lurkers* (*espreitadores* em tradução livre), ou seja, pessoas que observam, leem, mas nunca contribuem com a discussão; 9% contribuem de maneira esporádica - votando em enquetes, por exemplo -, e 1% realmente participa. Ainda que o estudo seja de 2008, ele permite um olhar esclarecedor sobre o modo como grande parte dos usuários se relaciona com essa mídia.

Los *lurkers* están en “shhhhhhilencio”. Son como la letra “h”, que se escribe en las palabras, y no participa en su pronunciación. [...] La dificultad de estimar estos datos es que un *lurker*, para serlo,

no se puede reconocer *online*. Mientras que los valores del 9% y el 1% sí se pueden calcular de forma directa (por el número de comentaristas y por la frecuencia de sus comentarios), el 90% sólo se puede estimar de forma indirecta (GARCÍA, 2008, p. 41).

Um dado mais atual mostra que, aos poucos, isso tende a ser alterado. Conforme levantamento do Ibope Nielsen³, de junho de 2012, no Brasil, 40,3 milhões de pessoas acessaram *sites* como Facebook e Twitter, além de *blogs*, *fóruns* e outras páginas de relacionamento. Num universo de 64,9 milhões de pessoas que moram em residências que têm acesso à internet, quase 40% são classificados como *usuários ativos*. Embora não especifique quantos destes têm o hábito de postar comentários, o estudo ajuda a perceber que, sim, os internautas estão mais desembaraçados na sua forma de consumir e interagir no ciberespaço.

1.1 COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL

E se estão mais *ativos*, como aponta a pesquisa, não parece arriscado dizer, também, que têm contribuído para ampliar a chamada Comunicação Interpessoal. Entre as formas de comunicação, essa é basicamente aquela em que emissor e receptor constroem importância a partir de um diálogo direto. Assim sendo, a plataforma que abriga e permite aos usuários se expressarem por meio de comentários, é também uma mediadora desse modelo de interação. Isso porque este suporte une, num único espaço, uma gama de usuários que podem revelar opiniões e discutir abertamente sobre um assunto qualquer.

Segundo Martino (2009), comunicação interpessoal pode ser definida, ainda, como uma forma de expandir o universo mental do indivíduo para outro universo maior: o universo de grupo. Ou seja, é mais que uma mera exposição de opinião, agrega um sentido de compartilhamento, de ressignificação da realidade. E essa característica de tornar-se parte é a maior minudência desse modelo de comunicação, porque mostra o componen-

³ Disponível em: <http://br.nielsennetpanel.com/pnl/br/home>. Acesso em 31 ago 2012.

te essencial para a identificação do que se aceita como realidade social. Conforme explica o autor, o valor dado a um conteúdo qualquer, por um só indivíduo, tem importância limitada. Assim, para ter reconhecimento e ser aceito como *verdade*, esse saber precisa ser compartilhado, mediado por uma parte significativa do todo.

Tal noção remonta à ideia de realidade além da subjetividade que, em última instância, só valeria por si mesma. Se a realidade está além de mim mesmo, está além do que meus sentidos são capazes de alcançar, ela precisa de conceitos divididos e assegurados por meus pares para ser tida como real.

Inclusive, a ciência do papel primordial da comunicação interpessoal, para a formação da realidade social, embora muito influente nos estudos de hoje, em particular no olhar que se tem sobre as relações no ciberespaço, nem sempre foi tida como significativa nos estudos do campo da Comunicação. A Escola Matemática - Shannon e Weaver (1962) -, pioneira e que por mais de uma década norteou os estudos desta área, entendia as relações comunicativas como um sistema técnico e linear, cujas questões subjetivas e de compartilhamento de olhares eram ignoradas.

Não cabe aqui fazer uma crítica qualquer a este modelo de pesquisa, que teve papel importante na trajetória e na consolidação deste campo de conhecimento e representa o momento histórico em que esteve inserida. No entanto, como bem pontua Rüdiger (2011, p.23), iniciado em meados do século passado, este modelo só entrou em crise, efetivamente, a partir dos anos 1970. “Os motivos para entender porque esse modelo tornou-se tão influente no campo de estudos em que estamos tratando não são difíceis. [...] O modelo podia valer para a generalidade dos processos de interação”.

Com o tempo, as limitações desse método foram sendo mais visíveis e questionadas, e a comunicação ganha um olhar mais filosófico e sociológico. Primo (2011), ao fazer um resgate sobre as mudanças de paradigma da comunicação, no que tange ao espaço para o interpessoal, lembra que o estalão da influência mútua, com a valorização do emissor, foi um dos

destaques dos interacionistas⁴, que em 1971 defendiam que a transmissão simbólica entre os envolvidos numa conversa, era menos simples que a mera transmissão linear. Rüdiger (2011, p. 48) lembra também que, para além do foco no modo como as interações aconteciam e como afetavam seus integrantes, a “Escola de Chicago foi a primeira a chamar atenção para a revolução nas comunicações provocadas pelo desenvolvimento das modernas tecnologias de comunicação”.

Tais premissas clamam por uma revisitação, num estudo que tenha como foco a análise de comentários, à medida que corrobora o olhar sobre as mudanças provocadas por uma nova tecnologia, no caso, a plataforma que abriga esses *posts*; e permitem, ao mesmo tempo, um compartilhamento simbólico, construído a partir da exposição de opiniões. Isso porque, mais do que uma nova forma de se relacionar com a mídia, essa ferramenta tem ajudado a entender e visualizar o campo social.

Na atualidade, Jenkins (2009) trata da particularidade da comunicação interpessoal nas novas plataformas, quando resgata uma forma antiga de comunicação, a fofoca. O autor defende, à luz de diversos estudos que pontua sobre o assunto, que, ao longo das últimas décadas, a fofoca vem sendo estudada como uma forma de interação dentro de um campo amplo de comunidades.

A fofoca estabelece uma base comum entre os participantes, uma vez que os que trocam informações se convencem mutuamente daquilo que compartilham. A fofoca é, finalmente, um modo de falar de si mesmo por meio de críticas às ações e aos valores alheios (JENKINS, 2009, p. 124).

Em diálogo com essa ponderação, podemos dizer que, ainda que os *posts* das matérias não sejam, efetivamente, uma fofoca, à medida que o ciberespaço amplia nosso campo e interação social, fica mais fácil falar das condutas de quem não somos próximos, de quem não nos conhece efetivamente. Sentimo-nos, como na fofoca, mais à vontade

⁴ Referência aos pensadores da Escola de Chicago, cujos preceitos ficaram conhecidos como Interacionismo Simbólico.

para falar de nós mesmos, tendo como exemplo o outro. A diferença é que, protegidos pelo distanciamento da máquina, não precisamos, necessariamente, do apoio do grupo.

Ao debater sobre a conversação que a comunicação entre os indivíduos promove, Primo (2011) alerta para o risco de entender a relação interpessoal como uma ação e reação, e adverte sobre o que chama de *interdependência*, ou seja, a influência compartilhada de sentidos. Esse detalhe é relevante quando se pensa nos comentários da *web*, porque não podemos enxergá-los como meras postagens isoladas, mas devemos ter consciência de que, em alguma medida, são capazes de balizar a nossa opinião enquanto sociedade ou, quem sabe, provocar, indiretamente, uma reação ou reafirmação de valores.

Ainda tratando dos preceitos da comunicação interpessoal, os interacionistas entendiam que a mente, o subjetivo e a sociedade estavam em processo constante de relação interpessoal e, a partir disso, construíam comportamentos que, com o tempo, levavam à ação. Por essa lógica, o comportamento é entendido para além da visão mecanicista, mas depende das situações de comunicação e das relações sociais envolvidas. Esses teóricos defendiam que os processos de interação entre as pessoas se davam simbolicamente pela comunicação, e era a partir disso que se moldavam as ações e nossa capacidade de interpretar o mundo. A produção de tecnologia produziu linguagens e ampliou nossos signos. Por isso esta teoria pode ser atualizada para um estudo que tenha como foco os comentários na *web*. Mais que isso, por se apresentar tão acomodável às circunstâncias, é uma doutrina que se permite renovar para um olhar atual, inclusive numa plataforma impensada, quando do surgimento do seu arcabouço teórico.

Assim, os comentários, em tese, agregam e permitem uma reflexão a partir do viés do Interacionismo Simbólico, porque consentem a troca de informação entre duas ou mais pessoas, sendo que não há um interlocutor dominante, mas vários interlocutores. Essa troca não ignora, ou melhor, sofre influência do inventário cultural, educacional, questões emocionais, etc. É um modelo em que o receptor, com seu repertório, vai interpretar

e interagir a partir do seu próprio filtro. Ou seja, vai permitir a exposição do seu alicerce simbólico:

A relação interpessoal não existe na *cabeça* dos indivíduos, mas *entre* eles. O relacionamento deve ser entendido como uma série de eventos conectados. Logo, a comunicação não é apenas um conjunto de ações para com outra pessoa, mas sim a *interação* criada *entre* os participantes (PRIMO, 2011, p.5).

Rüdiger (2011, p. 38) ratifica essa ideia ao dizer que “a comunicação representa um processo estruturado simbolicamente, constitui o emprego de símbolos comuns com vistas à interação, que funda a própria sociedade”. Assim, o homem, como um ser da comunicação, é instigado a se relacionar com outras pessoas e tem, na comunicação, nas diferentes plataformas, um processo de mediação desse encontro. E a partir de então vai construir um sentido para si e para as coisas, transformando sua postura, seu olhar e seu mundo.

2. ANÁLISE

Com um breve olhar sobre a perspectiva do Interacionismo Simbólico, esta análise se propõe a levantar alguns pontos sobre o perfil dos comentários de matérias jornalísticas. Com este estudo, pretende-se conhecer como se apresenta a interface que permite a interação social e se questionar se esta forma de mídia é efetivamente capaz de reforçar a habilidade dos indivíduos de interagirem socialmente. A proposta, pelo próprio formato do artigo, não pretende encerrar o assunto, mas contribuir para o debate da comunicação interpessoal em ambientes virtuais.

O recorte tem como foco a matéria publicada no jornal *Folha On Line*, no dia 29 de agosto de 2012, às 10h07. A matéria tratava de uma decisão inédita do Conselho de Recursos da Previdência Social, que garantia a um homossexual, que tivesse adotado uma criança, o direito de receber salário-maternidade da Previdência Social.

A postagem, composta de sete parágrafos em formato de notícia, figurou na lista das três mais comentadas do dia no *site*, contabilizando 289 comentários. No entanto, a contagem do total de textos escritos não significa o

número de participantes na conversa. Pelo levantamento do perfil – nome dos comentaristas - é possível saber que deste total apenas 75 eram de pessoas diferentes, ou seja, somente 25% das postagens configuravam realmente comentários distintos. As demais inserções representaram novos comentários dos mesmos perfis, que ajudaram a ampliar o número final de postagens.

Como o foco era entender a comunicação interpessoal, foi possível classificar os comentários em nove categorias, quanto ao conteúdo abordado. Obviamente que outras classificações poderiam ser destacadas, mas essas dão conta de um aspecto importante da comunicação interpessoal: analisar o tipo de diálogo que promovem.

Assim, as categorias propostas são:

Classificação	Especificidade
Jornalístico	A postagem traz alguma observação sobre o conteúdo da matéria, seja sugestão, dúvida ou indicação à sua escrita ou apuração
Metacomentário	A postagem configura-se como uma divagação sobre o conteúdo dos próprios comentários. Faz referência direta às postagens de forma não personalizada
Opinião Pessoal	A postagem representa a opinião pessoal do comentarista, que usa o espaço para expor seus argumentos favoráveis ou contrários ao tema discorrido na reportagem, mas sem questionar a sua cobertura
História de vida	A postagem faz uso da descrição de caso pessoal da vida do comentarista, que pode ter ou não relação direta com o conteúdo da reportagem
Filosófico	A postagem é uma frase, um pensamento
Religioso	A postagem tem como referência argumentos de cunho religioso
Externo	A postagem não tem relação alguma com a discussão proposta na reportagem
Resposta direta	A postagem é um ataque pessoal, com citação do nome, a outro comentarista
Resposta indireta	A postagem é uma resposta a alguma postagem anterior, mas sem citar o nome do comentarista a quem se refere

Ofensas e provocações somaram 205 postagens, entre as que eram dirigidas a um dos membros específicos da conversa e outras de cunho coletivo. Isso representa 70% do total de postagens. Ou seja, a grande maioria dos comentários são gritos vazios, porque configuram uma repetição de valores já apresentados anteriormente pelo autor do comentário.

Como classificar isso? Pelo menos na perspectiva teórica adotada nesse artigo, a comunicação é vista como uma forma de aproximação e interação, não uma panfletagem. Como explica Rüdiger (2001, p. 42), “[...] a comunicação não constitui um efeito de solilóquios; pelo contrário, estes é que são o resultado e o reflexo da conversação que mantemos com os outros ao longo da vida”.

Ainda analisando o corpus deste estudo, percebe-se que, do total de inserções, as que realmente contribuem para a discussão, e foram classificadas com a tipologia “Opinião”, não ultrapassam 28 comentários. As de cunho jornalístico alcançam a marca de seis postagens. Juntos, esses dois modelos de comentário representam apenas 11% de tudo que circulou pela rede. Um dado alarmante, para quem espera que o comentário seja uma modalidade de interação entre o jornalista e o público, uma vez que as postagens que efetivamente discutiam assuntos de cunho jornalístico não ultrapassaram 2%, conforme ratifica a tabela a seguir:

Nº	Tipo	Exemplo *5
6	Jornalístico	“Quero entender porque a nota prefere dizer q o beneficio foi concedido a um homossexual em vez de um homem?! Então para uma mulher que adota ta tudo bem, mas para um homem não?”
18	Metacommentário	“A quantidade de comentários radicais e intolerantes sobre esse assunto ou qualquer outro é sempre imensa”
28	Opinião Pessoal	“Parabéns ao INSS pela posição contemporânea à sociedade”
4	História de vida	“Teve um pai de família que eu conheço que recorreu ao INSS em agosto de 2011 para um auxílio....”
8	Filosófico	“Einstein estava certo”
10	Religioso	“Jesus Cristo volte logo”
10	Externo	“O que vão por nas notas do dinheiro? Que bom queimar a rosca”
121	Resposta direta	“Que cabecinha a sua hein S Lauderico... precisa se atualizar mais, ir ao cinema, teatro...”
84	Resposta indireta	“Peraí, com meu dinheiro???? Porque??? Gay não paga imposto???”

Entre as proposições dos interacionistas, Mead (1967) aponta cinco pontos essenciais para o entendimento dessa comunicação: *Self*, que diz respeito à relação do indivíduo consigo mesmo; *Ação*, trata da relação com

⁵ As postagens são reproduzidas conforme foram escritas na *web*, incluindo equívocos gramaticais.

o mundo; *Interação Social*, classificada como simbólica e não-simbólica, sendo que a primeira é a ação mediada pelo símbolo, ou seja, interpretada; e a segunda é puramente reflexiva; em seguida, os *Objetos*, que são as produções sociais e, por último, as *Ações Conjuntas*, que se referem aos padrões de comportamento.

Quanto aos comentários na *web*, boa parte deles não conclui a comunicação porque fica no nível do *Self*, ou seja, do indivíduo consigo mesmo, reafirmando seus valores e não escutando o que os outros dizem. O *Self* é expresso à medida que se posta uma observação e fico reafirmando quem sou, a partir dela. “O conhecimento que o homem tem das coisas é construído, portanto, por processos triádicos, em que uma pessoa estimula a outra, e essa responde de uma dada maneira, que faz sentido não só para cada uma das pessoas, mas para todos os que vivem na mesma cultura” (RÜDIGER, 2011, p. 42).

Não quero dizer com isso que não exista diálogo, mesmo porque o exemplo estudado ainda é pequeno para essa afirmativa, mas, ao que parece, a comunicação neste formato não atinge seu propósito. E não o alcança porque não transparece uma troca, mas um monólogo. No entanto, não se pode ignorar a simbologia que o objeto agrega à comunicação, inclusive a interpessoal. Neste sentido, ainda que ele não sustente uma conversação por si só, é inegável que lhe transfere sentido. Inclusive, é possível defender, a partir deste olhar, que o simples fato de estar na rede e se permitir postar um comentário, já denota certa subjetividade. Isso ratifica a ideia de que, seja qual for o predicado da interação entre os comentaristas, ela pressupõe alguma condição de ato interpretativo. Ou seja, configura uma carga simbólica, ainda que em menor grau e, portanto, não totalmente inexistente. Como bem lembra Meyrowitz (1985, p. 5), “o contato social não ganha significado apenas pela presença física e pelo lugar físico para interação, mas ganha significado a partir da mídia que utiliza”.

No entanto, não se poderia deixar de perceber que boa parte da *conversa*, nesse sistema, configura o que se convencionou chamar de *violência*

*simbólica*⁶. As ofensas pessoais e as postagens de cunho preconceituoso e irônico são uma confirmação disso: “A comunicação constitui uma condição de possibilidade do conhecimento do mundo, mas, também, pode-se praticá-la para manter a ignorância, dependendo da perspectiva dos seus participantes” (RÜDIGER, 2011, p. 52).

Sob esse teor, pôde-se classificar 52% das postagens. Boa parte desses comentários apontava posições irônicas, preconceituosas, com palavrões e ofensas dirigidas a um ou outro comentarista. Ainda neste modelo, outras postagens mantiveram o caráter julgador e até aviltante, mas foram dirigidos à coletividade. Entre as frases postadas, algumas, como “velho retrógrado” e “comentaristas pedófilos”, são apenas um exemplo do que se pode encontrar nesse tipo de diálogo. Ao avaliarmos mais de perto essas postagens, parece evidente que, mais do que promover a democratização, a plataforma tem se tornado uma maneira de reforçar a intolerância. Ou seja, um aspecto relevante no estudo da comunicação interpessoal em plataformas digitais que, ainda que não seja uma característica indiscutível, não deve ser ignorada.

Outro ponto, nesta breve análise, diz respeito à capacidade de entender o que os outros estão dizendo. Pelo conteúdo analisado, pelo menos 5% (classificados como Externo, Filosófico e História de Vida) mostraram que alguns dos que interagiram na conversação tiveram pouco ou nenhum entendimento do que se estava discutindo.

Um exemplo disso é a postagem de Eduardo Ian(188) que dizia o seguinte: “inacreditável como a população é conivente com esse governo do PT, com o mensalão por exemplo, e não se queixam e não se revoltam”.

O exemplo mostra que muitos comentaristas não estão preocupados em discutir o assunto da reportagem, mas em falar daquilo que lhes interessa, independentemente do contexto em que esse assunto esteja inserido. Isso é um problema de comunicação, à medida que não gera troca. Como

⁶ De acordo com Passos (2010), a expressão “violência simbólica” foi cunhada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu, para descrever processos em que uma classe dominante impõe sua cultura aos dominados. Na atualidade, esta visão, à luz deste autor, foi ampliada para outros campos da convivência social em que são explicitadas práticas discriminatórias.

diz Sapir (1971, p.63), “o processo só se pode dizer completo a partir do momento em que resulta em alguma espécie de compreensão”.

3. CONCLUSÃO

As tecnologias permitem alterações e modificam efetivamente a sociedade. Cada inserção tecnológica forçou e levou o indivíduo a mudar a forma de se relacionar com essa tecnologia e com seus contemporâneos. Basta pensar na relação que se mantém, hoje, com os aparelhos celulares, para se ter uma noção mínima das idiosincrasias que as ferramentas de comunicação promovem no cotidiano. No entanto, essas mudanças comportamentais não acompanham a velocidade com que os aparatos se inserem na sociedade. Por isso, boa parte desses apetrechos, pensados e organizados para determinadas funções, acabam, com o tempo, ganhando novos contornos e outras formas de uso, principalmente na medida em que o homem, coletivamente, apropria e lhe amplia o sentido.

Assim parece ocorrer com o uso dos comentários das matérias nos *sites* de notícia. A possibilidade de interagir, em tempo quase instantâneo, e sem uma restrição drástica na seleção das postagens, faz com que o receptor, agora também interlocutor, desconheça direito como fazer uso dessa ferramenta. Ou melhor, ainda não tenha se apossado da possibilidade de troca e crescimento que essa plataforma de conversação poderia, em tese, proporcionar.

Conversar é mais que trocar palavras, é conviver, é pensar, é modificar-se a partir do compartilhamento de conteúdos. No âmbito social, o diálogo se dá além do indivíduo consigo mesmo, mas em relação ao outro. O diálogo é, na sua essência, uma fala em interação, ou seja, pressupõe a presença do outro. A comunicação na internet, embora já tenha completado quase duas décadas, ainda é um aprendizado. O internauta ainda está aprendendo e ressignificando suas funções. O que esses comentários são capazes de fazer e mudar na nossa relação com a mídia e com o outro, ainda está se formatando.

O que este estudo mostra é que, em alguma medida, o diálogo foi alterado. Isso não significa negar o espaço democrático que a internet proporciona, mas ratifica a premissa social que é muito anterior à descoberta

das mídias digitais: conviver com o outro é uma condição difícil. Ou, como já defendia o filósofo, cuja frase dá título a este artigo, o inferno não está em mim, mas na relação que tenho com os demais.

A mídia, como parte e representação do seu tempo e da sociedade, na mesma medida em que amplia nossas aproximações, também escancara nossas deficiências. Sendo assim, este estudo não encerra o assunto. Ele se apresenta como uma tentativa de contribuir para a discussão sobre o uso e o papel dos comentários, na *web*, e ampliar a discussão sobre as formas de comunicação interpessoal mediadas pelo computador.

REFERÊNCIAS

- GARCIA, Jorge Juan. *Más allá de Google*. Barcelona: Zero Factory, 2008.
- HERCULANO, Isolda Santos. "Comentários: o Fim do Leitor Passivo na Internet". *Revista Intercom* – XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste: Maceió, 2011.
- JENKINS, Henry. *A cultura da convergência*. São Paulo: Adelph, 2009.
- MARSHALL Mcluhan. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria da comunicação: Ideias, conceitos e métodos*. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- MEAD, G. H. *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press, 1967.
- MEYROWITZ, J. *No sense of place: The electronic media on social behavior*. London: Oxford University, 1985.
- PASSOS, Luiz Augusto; CÉZAR, Neura. "A violência simbólica nos rituais legitimadores dos processos escolares". Disponível em: <http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2008/anais/pdf/255_754.pdf>. Acesso em 08 set 2012.
- PRIMO, Alex. "Interação mútua e interação reativa: Uma proposta de estudo". *Revista Famecos*, n. 12, jun. 2000.
- RECUERO, Raquel. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulinas, 2009.
- RÜDIGER, Francisco. *As teorias da comunicação*. Porto Alegre: Penso, 2011.
- SBARAI, Rafael. "A definição da participação do cidadão nos modelos colaborativos jornalísticos na web". III Simpósio Nacional ABCiber, 2009.

JORNALISMO COLABORATIVO E GEOLOCALIZADO: O CASO DO SITE “FOGO NO BARRACO”

LUCAS REINO¹

Alfred Nobel foi o inventor da dinamite, uma pasta manuseável que, diferente da nitroglicerina, seria mais facilmente manipulada e, por isso, ganhou rapidamente uso em todo o mundo. Elaborada com o intuito de ajudar em escavações, grandes construções e afins, o produto foi utilizado com finalidades bélicas, para descontentamento de seu criador.

Consta ainda que Nobel, que não tinha esposa nem filhos, perdeu seu irmão caçula, durante experimentos para criar sua maior invenção. Assim, em seu testamento, definiu que seus bens fossem usados para criar uma fundação encarregada de premiar aqueles que se destacassem por sua contribuição para o bem de humanidade.

Desse modo, o Prêmio Nobel tornou-se uma das maiores comendas mundiais que alguém pode receber. Além de medalha, o escolhido recebe, por sua contribuição para o progresso da Física, Química, Medicina, Literatura e Economia, ou para o desenvolvimento da paz no mundo, um montante de dinheiro proveniente dos rendimentos vindos dos recursos deixados por Nobel.

A história de Nobel serve para entender que cada nova tecnologia criada modifica o habitat comunicacional: é o que Postman (1994, p. 29) classifica como *tecnopólio*: “as novas tecnologias alteram a estrutura de nossos interesses: as coisas sobre as quais pensamos. Alteram o caráter de nossos símbolos: as coisas com que pensamos. E alteram a natureza da comunidade: a arena na qual os pensamentos se desenvolvem”. No entanto, é impossível prever onde ou em quê uma nova tecnologia vai influenciar, segundo defende Postman: “consequências imprevistas estão no caminho

¹ Jornalista, professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFMA de Imperatriz e doutorando do curso de Comunicação da PUC/RS. E-mail: lucasreino@gmail.com

daqueles que pensam que veem, com clareza, a direção para a qual uma nova tecnologia nos levará. Nem mesmo aqueles que inventam uma tecnologia podem presumir que são profetas confiáveis” (POSTMAN, 1994, p.24).

O GPS (Sistema de Posicionamento Global) também surgiu como a dinamite, a partir da curiosidade de seus inventores e sem a intenção de criar o que veio a se tornar, como conta Steven Johnson (2010), em palestra gravada para o TED (Tecnologia, Entretenimento e Design - Technology, Entertainment & Design).

Na época da Guerra Fria, quando os russos colocaram em órbita o satélite artificial, Sputnik, Johnson conta que pesquisadores do Laboratório de Física Aplicada (APL), associados à Universidade John Hopkins, por curiosidade, começaram a buscar ouvir o satélite, e conseguiram sintonizar a frequência do Sputnik. Em seguida, eles coletaram mais dados e calcularam a velocidade em que o satélite estava viajando e, depois de algumas semanas de pesquisa, tinham mapeado a trajetória exata deste satélite ao redor da Terra, somente ouvindo este pequeno sinal.

Semanas mais tarde, o governo americano solicitou o processo inverso, que, a partir de satélites no espaço, fossem definidas localizações no solo, para fazer lançamento de mísseis diretamente dos submarinos, e foi assim que o GPS nasceu. Ele se tornou de livre acesso pelo presidente americano Ronald Reagan que “liberou o GPS e tornou-o uma plataforma aberta onde qualquer um pudesse construir em cima e qualquer um pudesse vir e construir novas tecnologias” (JOHNSON, 2010, palestra).

Atualmente, com celulares inteligentes, os chamados *smartphones*, é possível ter acesso a recursos de geolocalização, como mapas, imagens com geoposicionamento, redes sociais de geolocalização e afins. Além disso,

a informação constante das coordenadas geográficas realiza uma conexão contínua entre a posição física do indivíduo e informações no ciberespaço. Isso desencadeia uma grande quantidade de relações inéditas aos sistemas comunicacionais já existentes e a criação de outros. O serviço de *microblog* Twitter recebe outro elemento quando se tem a noção de quem está fisicamente próximo. As fotos tiradas nestes aparelhos com GPS podem receber metadados contendo as coordenadas geográficas e utilizar um novo critério de organização e relação em *sites* como o Flickr. Já redes sociais como o Foursquare

já são elaboradas com a posição geográfica como o principal elemento. Neste último exemplo, os indivíduos são constantemente monitorados em um mapa por amigos que tenham permissão para receber e transmitir esta informação (PELLANDA, 2011, p.167).

Como se observa, os recursos tecnológicos de geolocalização trazem mudanças profundas para a sociedade. Nos meios de comunicação, as mudanças ainda estão no começo de seu desenvolvimento, principalmente no jornalismo, uma vez que só agora a Internet em dispositivos móveis está ganhando espaço, popularizando-se, e os exemplos de uso de geolocalização vêm aumentando e encontrando novas utilizações e apropriações.

Assim, a proposta deste artigo é discutir as mudanças que a geolocalização vem promovendo no ciberjornalismo. Para isso, serão discutidos conceitos de ciberjornalismo e a teoria de Henry Jenkins sobre a cultura da convergência. Ao final, o *site* “Fogo no Barraco” é usado como base para um estudo dos conceitos em um caso na prática.

1. CIBERJORNALISMO

O ciberjornalismo é o jornalismo veiculado no ciberespaço. Ele possui como características, segundo Mielniczuk (2001) e Rocha (2000), a instantaneidade, a interatividade, a memória, a multimediação, a hipertextualidade e a personalização de conteúdo.

Rocha (2000) afirma que a instantaneidade é a capacidade de transmitir, instantaneamente, um fato. As publicações em rede podem acontecer em tempo real e aproximam-se da velocidade do radiojornalismo, a mais instantânea das três mídias tradicionais, seguido pela TV e pelo jornal impresso.

Por sua vez, o conceito de memória é definido como arquivamento das informações em formato digital. Destaca-se que, a cada dia, os níveis de armazenamento aumentam, enquanto o tamanho dos dispositivos de memória, como os discos rígidos, diminuem de tamanho. Por outro lado, ela pode ser transferida e copiada mais facilmente, a um baixo custo relativo.

Já a interatividade no ciberjornalismo acontece quando o leitor se considera parte do processo de publicação (BARDOEL e DEUZE, 2000 apud MIELNICZUK, 2001). É, portanto, no ciberjornalismo que a interação atinge

seu ponto máximo, já que o leitor pode escolher vários caminhos para ler notícias, comentar e ver seus comentários publicados e à disposição de outros leitores, entre outras opções. Diante de um computador conectado à Internet, acessando um *webjournal*, o usuário estabelece relações com a máquina, com a própria publicação, através do hipertexto e com outras pessoas - seja autor ou outros leitores (MIELNICZUK, 2001).

Nesse contexto, multimediação, multimedialidade ou convergência de mídias ocorre, de forma mais efetiva, na *web*, pois, nesse ambiente, é possível unir texto, imagem, som e vídeo. Mielniczuk (2001, p.20) resume que, “no contexto do *webjornalismo*, multimídia trata-se da convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico”.

Outra característica do ciberjornalismo é a hipertextualidade, um fenômeno definido por Pierre Lévy (1993), um dos maiores pesquisadores sobre o tema, como um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos.

Ainda sobre o ciberjornalismo, a personalização de conteúdo, também denominada de individualização, é a adaptação de um produto aos desejos ou preferências do usuário do *site*. “Como toda a informação está sendo tratada por computadores, é rápido colher informações sobre usuários/leitores e oferecer a mídia que mais interessa a eles” (ROCHA 2000, p.114).

É importante compreender que novas ferramentas e tecnologias surgem a todo o momento. Algumas desaparecem rapidamente, outras se tornam padrão. Nessa perspectiva, as redes sociais, que há alguns anos eram um conceito desconhecido para a maioria dos pesquisadores da área de Jornalismo, hoje já são consideradas como parte vital do aprendizado sobre ciberjornalismo.

Mas não é só no jornalismo ou no ciberjornalismo que as tecnologias impõem mudanças sociais. Outro exemplo de mudança mais profunda está ligada ao que Henry Jenkins, professor da University of Southern California e ex-diretor do programa de estudos de mídia comparada do MIT (Massachusetts Institute of Technology), chama de Cultura da Convergência.

2. CULTURA DA CONVERGÊNCIA

A passividade das mídias tradicionais e a interatividade das novas mídias estão em um momento histórico de coexistência. Ambas estão modificando uma à outra e modificando a si mesmas, dentro deste processo de convergência.

No livro **Cultura da Convergência**, Henry Jenkins apresenta sua visão sobre esse momento histórico e suas teorias para entender o que vem acontecendo, na prática.

Três conceitos são usados por Jenkins (2008, p.29) para interpretar o que ele chama de *cultura da convergência*: inteligência coletiva, cultura participativa e convergência dos meios de comunicação.

Inicia-se com *inteligência coletiva*. Expressão criada pelo teórico francês Pierre Lévy, refere-se à possibilidade de consumir através de um processo coletivo. Jenkins (2008, p.30) vai além em sua definição, explicando que “nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos as nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático”.

Já o conceito de *cultura participativa* é explicado por Jenkins como o contraste aos estudos que tratavam os espectadores como seres passivos, influenciados e apenas receptores dos meios de comunicação de massa: “em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo” (JENKINS, 2008, p.30).

O terceiro conceito apresentado por Jenkins em seu livro é o de *convergência dos meios de comunicação*. Ele explica que,

por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais (JENKINS, 2008, p.29).

Apesar de serem conceitos separados, eles funcionam em conjunto e interagem entre si. Ganham destaque pelas possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias, apesar de já existirem em menor grau, antes delas. Jenkins lembra que a cultura da convergência é um processo humano, não uma tecnologia: “A convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs” (JENKINS, 2008, p44).

O professor americano usa exemplos diversos de como a cultura da convergência vem acontecendo, principalmente nos Estados Unidos da América, local onde ele realiza seus estudos. No Brasil, também temos exemplos dessas mudanças, como o recentemente divulgado projeto “Fogo no Barraco”.

3. “FOGO NO BARRACO” – JORNALISMO COLABORATIVO GEOLOCALIZADO

O Jornalismo é um campo da comunicação constantemente transformado pelas tecnologias de comunicação. Sua evolução acompanhou intimamente a revolução industrial em suas etapas de desenvolvimento e, hoje, com a popularização da Internet e fácil acesso às informações geolocalizadas, passa por novas mudanças.

Atualmente, ainda existem poucos exemplos sobre a integração entre notícia e geolocalização. O projeto Locast é um deles: trata-se de um sistema de publicação de vídeos através de celulares, que teve seu sistema adaptado para um contexto de mídia cidadã, em Porto Alegre, e que permite aos usuários atuarem de forma ativa no processo de coletar, reportar e disseminar notícias e informações relacionadas com as suas rotinas urbanas, ligando fatos a locais físicos (PELLANDA 2010, p.15).

Em São Paulo, a recorrência de incêndios em favelas, e a valorização imobiliária, despertou, na jornalista Patrícia Cornils, o interesse na possível relação entre esses dois fatos. Ela reuniu os dados em uma planilha. “Queria entender uma porção de coisas: se estavam aumentando, onde eram mais frequentes, se havia relação entre as ocorrências e os projetos urbanísticos

da prefeitura. Pedi ajuda a uma amiga, mas nem eu nem ela conseguimos seguir o levantamento” (DIAS, 2012, não paginado).

Com o incêndio da Favela do Piolho, no bairro Paraisópolis, zona sul de São Paulo (SP), no dia 10 de setembro de 2012, que atingiu cinco casas, a repórter decidiu retomar sua planilha de dados. Mas dessa vez pediu ajuda na rede social Facebook e conseguiu muitos parceiros no trabalho de organização dos dados.

Segundo entrevista de Patrícia Cornills ao Estadão, o programador Diego Rabatone organizou os dados por um ano; outra pessoa completou com as informações da Defesa Civil. Então, um outro programador, Pedro Ivo Moraes, reuniu os dados e os cruzou com a valorização por metro quadrado.

Pedro Moraes explica que, ao saber do pedido de auxílio da jornalista, começou a estudar as possibilidades de trabalhar com aqueles: “comecei a conversar com um amigo sobre a ideia de jogar num mapa, pois se já tínhamos uma fonte de dados com os endereços, seria só mapear via API do Google Maps. depois de uns três dias, já havíamos colocado a primeira versão no ar” (2012, *e-mail*).

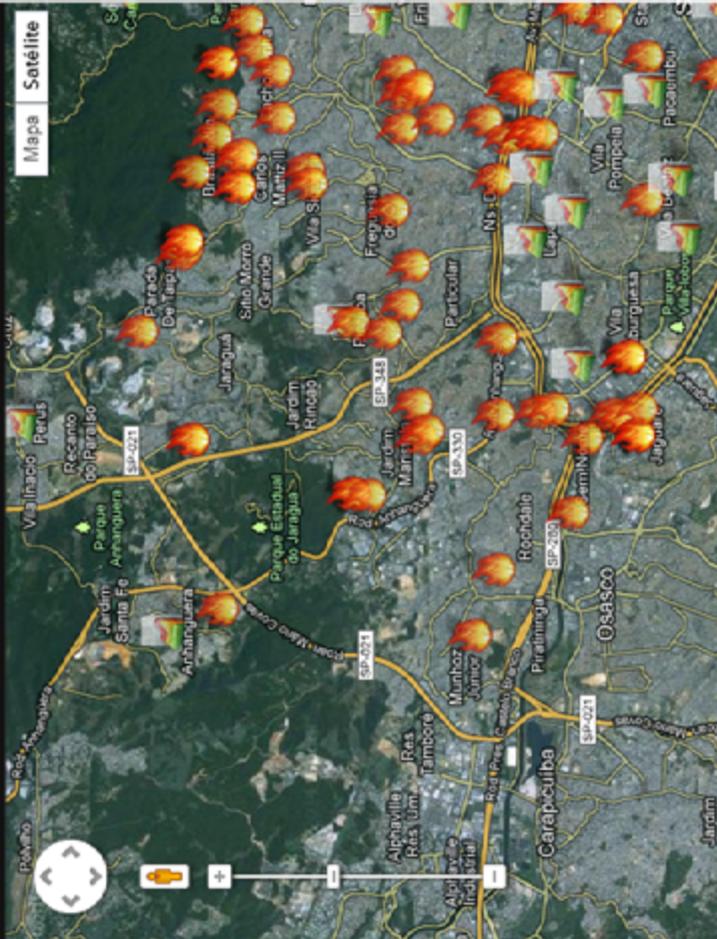
O *site* veio para cumprir um papel deixado de lado pelo poder público, como nos exemplos de Jenkins (2008, p.307), sobre a atuação do cidadão monitor, que é o participante da cultura do conhecimento e se envolve em questões políticas. Moraes confirma essa ideia:

Seja por efeito de atos criminosos ou não, não é normal que as casas das pessoas peguem fogo. Se não temos dados conclusivos - tampouco o Estado parece interessado em provê-los - o certo é que, no mínimo, pode-se falar em omissão do poder público. Em diversos casos há relatos de demora na chegada dos bombeiros, do não recolhimento do lixo que, acumulado, dá origem a focos de incêndio, e houve a descontinuação do programa municipal de brigadas anti-incêndios formadas pelos moradores. Dados da realidade que se somam a tantas e razoáveis suspeitas. Se condomínios de luxo se incendiassem semanalmente em São Paulo, qual já teria sido a reação? (2012, *e-mail*).

Na parte técnica, Moraes conta que usou a plataforma Django e Javascript, mais tarde o mapa foi inserido em um *blog* feito na plataforma de publicação de conteúdo Wordpress e o trabalho coletivo ficou público e acessível no endereço <http://fogonobarraco.laboratorio.us/>, onde ficou disponível para consultas e novas colaborações.

Visualizações Blog Sobre o projeto / como ajudar

Mapa Satélite



Map navigation controls: compass, location pin, zoom in (+), zoom out (-), and a scale bar.

Year filter:

Ano	Camadas	Links
<input checked="" type="checkbox"/> 2005		
<input checked="" type="checkbox"/> 2006		
<input checked="" type="checkbox"/> 2007		
<input checked="" type="checkbox"/> 2008		
<input checked="" type="checkbox"/> 2009		
<input checked="" type="checkbox"/> 2010		
<input checked="" type="checkbox"/> 2011		
<input checked="" type="checkbox"/> 2012		

Até o dia 6 de outubro de 2012, menos de 30 dias após sua publicação, que aconteceu em 9 de setembro, o *blog* possui 725 pontos de incêndio, já recebeu mais de 30 mil visitas e gerou diversas entrevistas para a mídia, que ainda vê essas iniciativas com certa estranheza.

Sobre a postura da mídia, Cornlis afirma que ainda somos centralizadores como jornalistas. Segundo ela, ainda aguardamos a pauta ou uma apuração com algo revelador e definitivo. “As pessoas ainda não se dão conta de que um *bit* de informação, compartilhada, é que mantém a roda andando, alguém pode pegar aquilo e checar ou ter outra sacada” (CORNILS 2012, *e-mail*).

Nessa lógica, para Cornils (2012, *e-mail*), o que fez a diferença nessa pauta foi o compartilhamento de informações, quando ela não conseguiu mais caminhar sozinha com o que era produzido, o que ainda é uma exceção.

Depende do que você efetivamente faz e compartilha, mesmo que seja um palpite e esse compartilhar pedacinhos de informação ainda não acontece. Eu passei meses com aquela planilha, incompleta, na *gaveta*, porque não conseguia preencher, ela só ganhou vida quando publiquei, mesmo incompleta, e pedi ajuda e não controlei de maneira nenhuma quem e como podia contribuir. As pessoas foram completando (2012, *e-mail*)

A criadora da ideia acredita que é um projeto ainda em andamento:

Acho que é algo em curso, acho que foi importante porque permitiu às pessoas visualizarem algo que estava preocupando um monte de gente, gerou uma boa discussão, mostrou o potencial de fazer essas apurações colaborativas em rede, mas acho que ainda é necessário criar uma dinâmica de realimentação, de cruzar mais dados e de continuar conversando (2012, *e-mail*).

CONCLUSÃO

Novos conceitos, novas ferramentas, novas possibilidades. Tudo isso muda em diversos níveis. Pode soar vago, mas, quando uma nova ferramenta como o GPS fica acessível para um grande número de pessoas, as possibilidades não se colocam apenas no campo do que o inventor imaginou.

Nesse sentido, constatou-se que, ao integrar a geolocalização ao dia-a-dia das pessoas, foi possível encontrar usos que reformulam outros

conceitos, como a apuração de informações no jornalismo. Ao potencializar o fenômeno com o que Jenkins chama de *inteligência coletiva*, *cultura da convergência* e *cultura colaborativa*, ampliamos as possibilidades e realizações.

O projeto "Fogo no Barraco" é um exemplo dessa integração entre conceitos e prática, e como eles podem enriquecer o dia-a-dia das pessoas, inclusive no ciberjornalismo, em que há muitas possibilidades ainda não exploradas.

Dois empecilhos ficaram claros, nas palavras dos criadores do projeto: ainda há uma certa dificuldade por parte dos jornalistas em compartilhar suas pautas, seus trabalhos em andamento, talvez por medo de perderem a exclusividade, o chamado furo, e a falta de conhecimento em programação, o que nos leva novamente à necessidade de colaboração.

Pelo que se observou, ainda há muito a estudar a respeito desse tema, mas toda grande caminhada começa com um primeiro passo e com indagações que possibilitam continuar a empreitada como, por exemplo, questionar quais são as outras possibilidades que temos? Como seria com uma participação em maior número? Como um grande jornal poderia usar a geolocalização em seu noticiário diário? dentre outras perguntas não respondidas ou formuladas, ressaltando-se, porém, ser a geolocalização uma categoria indispensável para compreender o jornalismo/ciberjornalismo na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BASTOS, H. "*Ciberjornalismo e narrativa hipermédia*". Disponível em: <http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/ciberjornalismo_e_narrativa_hipermedia.pdf>. Acesso em: 28 maio. 2012.

DIAS, Tatiana de Mello. "*Caderno Link – Fogo no barraco: Estamos só começando*". Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/link/fogo-no-barraco-estamos-so-comecando/>>. Acessado em 05 de setembro.

JENKINS, Henry. *Cultura de convergência*. São Paulo: Aleph, 2008

JOHNSON, Steven. "*Where good ideas come from*". Disponível em: <http://www.ted.com/talks/steven_johnson_where_good_ideas_come_from.html>. Acesso em: 28 maio. 2012. Postado em set, 2010.

LÉVY, Pierre: *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

MIELNICZUK, Luciana; PALÁCIOS, Marcos. "*Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: O link como elemento paratextual*". FACOM/UFBA, 2001.

_____. "*Características e implicações do jornalismo na Web*". Site na Web: <http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>. Acesso em 28 maio. 2012.. Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001

PELLANDA, E. C. "*A conexão entre lugares e espaços proporcionada pela rede Foursquare*". Porto Alegre, v. 1, n. 24, p. 164-175, jan./jun. 2011.

_____. "Projeto Locast como exemplo de pesquisa aplicada em comunicação". In: PELLANDA, Eduardo (ORG). *Locast Civic Media: Internet Móvel, cidadania e informação hiperlocal*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

POSTMAN, Neil. *Tecnopólio: A rendição da cultura à tecnologia*. São Paulo: Nobel, 1994.

ROCHA, José Antônio Meira da. "*Entendendo o jornalismo on-line*". Disponível em: <<http://meiradarocha.jor.br/news/2000/12/31/entendendo-o-jornalismo-online/>> Acesso em 28 maio. 2012.

A NOÇÃO DE MÚSICA POPULAR: NOTAS SOBRE UM ADJETIVO MAL-EMPREGADO

MÁRCIO LEONARDO MONTEIRO COSTA¹

1. INTRODUÇÃO

O *YouTube* vem se transformando, desde o ano em que foi criado, 2005, em um importante indicador de popularidade de músicas. O conceito, apresentado por Shuker (1999), reflete a possibilidade de mensurar o alcance de um produto. A circulação pela internet é um elemento novo a ser contabilizado, e a mais nova obsessão dos artistas e das gravadoras, movidos que são por números. Até o momento em que este parágrafo está sendo redigido, o vídeo da música *Ai, se eu te pego (assim você me mata)*, do cantor sertanejo Michel Teló, foi visto mais de quatrocentas milhões de vezes. Se houvesse, na certificação da categoria “Produtos Digitais”, promovida pela Associação Brasileira dos Produtores de Disco, a possibilidade de contemplar visualizações no *YouTube*, a música citada já teria acumulado quase mil discos de diamante. Acontece que este tipo de consumo ainda não tem o mesmo peso que a compra de um *ringtone* ou do arquivo digital da música.

Além do sucesso no referido *site*, Michel Teló também se tornou uma celebridade internacional e alvo de muita polêmica. Nos Estados Unidos, a revista *Forbes* afirmou que Michel Teló é um fenômeno brasileiro. Em 2012, o cantor se apresentou no requintado Festival de Cinema de Cannes, na França, e em Madri, na Espanha, além de outras cinco cidades do exterior. No Brasil, a revista *Época* publicou, na edição da primeira semana de 2012, uma matéria de capa sobre Teló com o seguinte texto: “Ele ainda vai te

1 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. Professor Assistente II do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Maranhão. Mestre em Comunicação. Email: themarcmont@hotmail.com.

pegar”. A capa dizia: “Com o sucesso ‘Ai, se eu te pego’, o cantor paranaense Michel Teló traduz os valores da cultura popular para os brasileiros de todas as classes”.

Um texto publicado por Bruno Medina, da banda Los Hermanos, sobre a música em questão, causou uma discussão acalorada com quase dois mil comentários. O parágrafo final da *Carta aberta a Michel Teló* dizia:

Antes de correr o risco de me estender demais, gostaria de desejar que sua turnê internacional, que se inicia agora em janeiro, seja a primeira de muitas. Aliás, não seria mau se você resolvesse passar logo todo o ano de 2012 viajando pelo mundo. Nada pessoal, é só uma precaução com o meu cérebro. Para terminar, um único pedido: da próxima vez que gravar uma música, em prol da sanidade mental de milhões de pessoas, por favor, considere não criar dancinhas (MEDINA, 2012, *online*).

O que foi dito sobre Teló, nas revistas *Forbes* e *Época*, também foi dito, por Vinícius de Moraes, a respeito de Chico Buarque. O depoimento, reproduzido em Souza (1983, p. 11, grifos meus), afirma: “Chico Buarque é um *fenômeno* que alcança justamente aquilo que nós do movimento da bossa nova vínhamos tentando há longo tempo: *a união verdadeira da cultura com o povo*”. Mas o que o depoimento de Vinícius de Moraes e a crítica de Bruno Medina revelam sobre o modo como entendemos o que é música popular? Como podemos interpretar a ideia recorrente de que há música boa e música ruim, de que certas canções são *primorosas* e outras são *desprezíveis*, mesmo que estas últimas representem uma aparente unanimidade? E o que é, afinal, música popular?

Algumas observações são importantes antes que se abordem as questões propostas até aqui. Primeiro, deve-se considerar que a produção e a circulação de músicas são anteriores à existência dos meios de comunicação de massa. Esta assertiva é fundamental em um trabalho cuja proposta básica é analisar a noção de *música popular* no contexto de uma sociedade cuja produção musical se dá nos moldes industriais e o consumo ainda ocorre, majoritariamente, por meio do rádio e da televisão. Se estiver correta a estimativa de Candé (2001), de que os primeiros instrumentos musicais

foram desenvolvidos há cerca de quarenta mil anos, fica evidente que a música surge entre os primeiros grupos humanos com um objetivo bastante diferente daquele determinado por uma indústria que vai emergir apenas entre os séculos XIX e XX.

2. DEFINIÇÕES INICIAIS

Este artigo tem a proposta de analisar a concepção do que é *música popular* a partir de uma aparente contradição. O adjetivo *popular*, do latim *populare*, é definido como próprio do povo, pertencente a este, promovido e transmitido por este. Mas também pode caracterizar algo que é do agrado do povo, que tem suas simpatias e afeto. Este último aspecto é aquele que, de alguma maneira, pode ser relacionado ao que é difundido pelos meios de comunicação, no sentido de evocar um tipo de produto que alcança popularidade por ser veiculado pela mídia e amplamente aceito pelo público. Esta não é a única resposta possível, mas a contradição está, de certa forma, no fato de que a segunda definição apontaria para a preeminência do lucro obtido pelas empresas envolvidas no processo em detrimento da divulgação e preservação de uma manifestação cultural autêntica e supostamente sem interesses financeiros.

Apesar de não trazer uma definição de *popular*, Rabaça e Barbosa (2001) discutem a questão da popularidade ao definir o *hit*. Para os autores, um *hit* é uma música ou um disco que alcançou grande índice de popularidade ou de vendagem. Isto é: para os autores, parece haver uma relação direta entre o consumo de música (o que não é sinônimo de consumo do disco) e o volume de circulação desta, gerado pelos meios de comunicação. O conceito é relativizado pelos autores quando tratam da questão da parada de sucessos. Para eles, trata-se de uma seleção dos principais sucessos musicais em um determinado período de tempo, que pode ser de uma semana, conforme o que chamam de uma suposta popularidade ou vendagem de discos.

Considerando o exposto até aqui, o argumento é que as diferentes concepções correntes, polarizadas e concorrentes, do que seria música popular, são problemáticas e não dão conta de explicar o fenômeno. Quase

sempre, música popular é pensada como aquela que nasce do povo e é por este promovida e difundida. Mas também pode ser aquela música que, por força da industrialização e da utilização pelos meios de comunicação de massa, passa a ser reconhecida como tal. Esta análise não é, ou pelo menos não propõe ser, formal ou valorativa, no sentido de estabelecer critérios inerentes que determinem se tal música chamada popular é boa ou ruim. É uma perspectiva que busca pensar as várias tensões existentes na relação entre as culturas populares, a cadeia produtiva da música, os meios de comunicação e os consumidores.

A seguir, discutem-se algumas das percepções mais comuns em relação à noção do que vem a ser o popular, com a finalidade de municiar o debate sobre música popular.

2.1 POR QUE REPENSAR O QUE CHAMAMOS DE POPULAR?

Pensar sobre música popular é, por que não dizer, pensar sobre as culturas populares de um modo mais amplo. Dentro da tradição dos estudos culturais, há um debate sobre os significados diversos para a ideia de popular. Stuart Hall (2009), em uma análise publicada pela primeira vez no início dos anos 1980, aponta que nem todos os significados são úteis. O primeiro sentido que o autor problematiza é o sentido comercial, mercadológico, que diz que algo é popular porque é consumido e apreciado imensamente pelas massas. Trata-se de uma perspectiva *adorniana*, que associa tal consumo à manipulação e ao aviltamento das massas. O autor considera esta definição redutora: embora pondere que boa parte dos consumidores de tais produtos são trabalhadores; estes não são incapazes de ter consciência sobre o quê e porquê consomem tais produtos. Tão problemática quanto esta visão é a de que existiria, em oposição a esta cultura popular de massa, uma cultura íntegra, autêntica, libertadora. Para Hall (2009, p. 238), “[...] não existe uma ‘cultura popular’ íntegra, autêntica e autônoma, situada fora do campo de força das relações de poder e de dominação”.

Em relação à música, a ponderação que se faz, seguindo a análise apresentada por Hall, é a seguinte: não é possível pensar a música popular, orientada para o amplo consumo, apenas como uma música manipuladora, sobre as quais os ouvintes estejam desprovidos da capacidade de avaliar. A polarização entre música para pensar, música *boa*, de qualidade, autêntica, e música para dançar, *ruim*, inferior, mostra-se redutora e preconceituosa. Ambas são produzidas dentro da mesma cadeia produtiva, e já que ninguém faz músicas apenas sobre si e para si, ambas visam representar, criar reconhecimento e ser *consumidas*.

É o que sugere Hall, ainda que não trate especificamente de música:

O perigo surge porque tendemos a pensar as formas culturais como algo inteiro e coerente: ou inteiramente corrompidas ou inteiramente autênticas, enquanto que elas são profundamente contraditórias, jogam com as contradições, em especial quando funcionam no domínio do “popular” (HALL, 2009, p. 239).

Para Hall, também é redutor pensar o popular como aquilo que o povo faz ou fez, no sentido de expressar a cultura, valores, costumes e mentalidades do povo. Neste sentido, sugere, qualquer coisa poderia ser incluída na lista, até mesmo algo como criar pombos. O *popular* não emerge de uma lista de coisas ou atividades, mas de tensões e oposições entre “aquilo que pertence ao domínio central da elite ou da cultura dominante, e à cultura da ‘periferia’” (HALL, 2009, p. 240).

De acordo com o autor, a definição mais adequada para o termo *popular* considera “as formas e atividades cujas raízes se situam nas condições sociais e materiais de classes específicas; que estiveram incorporadas nas tradições e práticas populares” (HALL, 2009, p. 241).

Neste sentido, Hall (Ibidem, p. 241) é categórico:

[...] O essencial em uma definição de cultura popular são as relações que colocam a “cultura popular” em uma tensão contínua (de relacionamento, influência e antagonismo) com a cultura dominante. [...] Algumas coisas são ativamente preferidas para que outras possam ser destronadas.

Tal perspectiva é, também, discutida por Néstor Garcia Canclini (1983). Existiriam diversas manifestações da cultura popular, seja naquilo que o povo faz, no que se vende no mercado, seja naquilo que é veiculado pelos meios de comunicação. Mas a ressalva do autor é a seguinte: todas as manifestações da cultura popular acontecem no interior do sistema capitalista, e é necessário compreendê-los juntos. Assim como Hall, Canclini afirma que a cultura popular não pode ser entendida como a expressão da personalidade de um povo, como se existisse uma entidade metafísica que definisse o que vem a ser popular. Ou seja: “O caráter popular de qualquer fenômeno deve ser estabelecido com base no seu uso e não por intermédio da sua origem” (CANCLINI, 1983, p. 47).

Alguns anos depois, Canclini (2011) retoma o debate, considerando o que chama de *hibridização cultural*, isto é, processos socioculturais relativamente autônomos, que se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas. Para o autor, a interconexão do mundo fez com que determinadas sedimentações identitárias se reestruturassem e assumissem características menos estáveis, menos rígidas. Isso não quer dizer que tais cruzamentos sejam sempre pacíficos. Quer dizer apenas que existe a possibilidade de pensar as culturas para além das identidades puras e oposições simples.

O processo de hibridização tem implicações sérias sobre a noção do que é o popular, objeto de estudo deste artigo. Para Canclini, a oposição entre o tradicional e o moderno é inútil. E, neste sentido, o culto, o popular e o massivo devem ser concebidos como espaços que se comunicam horizontalmente.

Especificamente a respeito do popular, Canclini (2011, p. 23) observa:

[...] O popular não se define por uma essência *a priori*, mas pelas estratégias instáveis, diversas, com que os próprios setores subalternos constroem suas posições, e também pelo modo como o folclorista e o antropólogo levam à cena a cultura popular para o museu ou para a academia, os sociólogos e os políticos para os partidos, os comunicólogos para a mídia.

Esta perspectiva também não faz referência direta à música, mas reforça o dito anteriormente: não existem características inatas, congênitas, inerentes, que permitam chamar, por exemplo, de culta, à música do

Trio Morozowicz, de popular à música de Chico Buarque e de massiva à música de Michel Teló. Tal hierarquia, excessivamente valorativa, torna-se realmente problemática.

A análise deste artigo concentra-se no ponto de vista que aborda a noção de música popular enquanto aquela que é amplamente disseminada pelos meios de comunicação de massa. É, por exemplo, a perspectiva apresentada por Morin (1997). A análise do autor não está restrita à música, mas se estende a todos os produtos criados e que circulam sob a lógica do mercado de bens simbólicos: música, cinema, rádio, etc. O autor aborda a cultura de massa, da qual a música passou a fazer parte depois da invenção do fonógrafo, como aquela produzida de acordo com o que ele chama de “normas maciças da fabricação industrial” (MORIN, 1997, p. 14). O objetivo, pelo menos no que diz respeito ao capitalismo, é o de se atingir o maior público possível, em função do lucro.

O autor observa que, a partir dos anos 1930, vimos o surgimento de um novo público consumidor que não mais se organiza a partir das classes sociais, níveis de escolaridade ou gêneros, mas é interpelado pelos produtos da indústria cultural, organizados a partir de elementos que satisfaçam a todos. Os conteúdos passam, neste sentido, a ser homogeneizados sob um denominador comum. Assim, para Morin (1997, p. 41), “[...] a cultura industrial é o único grande terreno de comunicação entre as classes sociais”.

De onde vem o sucesso, de acordo com a perspectiva do autor? Vem da replicação dos modelos e da capacidade de gerar, nos consumidores, a identificação:

Como toda cultura, a cultura de massa elabora modelos, normas; mas, para essa cultura estruturada segundo a lei do mercado, não há prescrições impostas, mas imagens ou palavras que fazem apelo à imitação, conselhos, incitações publicitárias. A eficácia dos modelos propostos vem, precisamente, do fato de eles corresponderem às aspirações e necessidades que se desenvolvem realmente (MORIN, 1997, p. 109).

Esta também é a perspectiva de Jambeiro (1975), em análise sobre as condições de produção da canção de massa. O argumento inicial do

autor é que os meios de comunicação de massa fizeram com que a canção alcançasse uma difusão nunca antes experimentada por qualquer outra manifestação cultural. E pensar a música enquanto constituinte de um processo de comunicação é pensá-la dentro de um complexo processo de produção, circulação e consumo. Ou seja, é pensar a música enquanto um produto. Para Jambeiro, o ponto inicial do processo de comunicação entre o compositor e seu público, seja este amplo ou restrito, é o disco. Diz o autor: “[...] Só se tornam conhecidas as músicas gravadas e posteriormente divulgadas pelos outros veículos do sistema” (JAMBEIRO, 1975, p. 3).

Jambeiro (Ibidem, p. 2) sustenta sua argumentação na seguinte premissa:

[...] A simples composição de uma canção encerra apenas o trabalho de criação do compositor. Porque embora seu ato criador aí se realize, ele não se completa, como fenômeno social, senão através de um processo de comunicação que envolva também um veículo e o público.

Esta condição é exclusiva da música massiva? A música erudita, culta, é, por acaso, composta para deleite próprio do compositor? A indústria da música e a indústria fonográfica não representam a mesma coisa. Mesmo a música de câmara obedece a uma cadeira produtiva, ainda que esta não inclua, de maneira consciente, estratégias de circulação que contemplem a inclusão na trilha sonora da novela das oito da Rede Globo ou a *hit parade* da Jovem Pan FM. Ou seja: há uma lógica produtiva orientada para o consumo, ainda que este seja restrito. E mais: a despeito de sua divulgação ter sido feita por meio de um cartaz no mural esquecido no interior de uma escola de música, há um processo comunicativo que envolve um sistema complexo de relações entre compositores, músicos e público, mediado por um instrumento de comunicação.

Costuma-se dizer da cultura de massa, o que se aplica à música de massa, que esta se destina a atender ao gosto *médio* de um público consumidor e se caracteriza por ser feita sob demanda, obedecendo a uma lógica industrial, para um público passivo, visando ao divertimento. A música de elite seria aquela com valor estético inquestionável, cuja intenção seria captar o sig-

nificado da existência humana. E a popular seria aquela produção anônima, que traduziria sentimentos coletivos, voltada para o próprio grupo que a criou e sem a influência dos modismos. Tal distinção, redutora, maniqueísta, engessada, não pode ser mais inadequada. Concorde-se, neste sentido, com a percepção de Riesman (1974, p. 140), para quem é falsa a ideia corrente de que a produção em massa provocaria, “*per se*, a massificação do homem”.

Se, para Canclini (2011), a armadilha que impede a compreensão adequada do que é o popular está em considerá-lo como uma evidência *a priori*, o mesmo se aplica ao que se costuma chamar de culto ou de massivo. Sobre este aspecto, recorre-se a Shuker (1999), o mesmo a que se recorreu no parágrafo inicial deste artigo. O autor pensou nas diversas tentativas de definir música popular, agrupando-as em três categorias: 1) análises cuja ênfase recai sobre o *popular*; 2) análises cuja ênfase recai na natureza comercial da música popular; e 3) análises que enfatizam características gerais musicais e não musicais. Conclui o autor: “Parece-nos que uma definição satisfatória de música popular deve considerar as características musicais e socioeconômicas. Essencialmente, toda música popular é uma mistura de tradições, além de ser um produto econômico com significado ideológico” (SHUKER, 1999, p. 195).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação é um fenômeno social. O consumo de música, portanto, também. Mais do que uma relação que se estabelece entre meios de comunicação de massa e uma audiência presumida, é uma relação entre pessoas, entre sujeitos. Estes sujeitos estão associados com outros sujeitos, a partir da possibilidade de se comunicar, de compartilhar, o que nem sempre ocorre através de uma mídia. As barreiras entre as classes sociais são intransponíveis neste processo de comunicação? Acredita-se que não. Acontece, porém, que, muitas vezes, o estudo da comunicação redonda em um estudo da comunicação de massa, ou melhor, um estudo da mídia. Esta opção acaba por negligenciar a parte não midiaticizada das relações sociais, como se não fossem, também, processos de comunicação. Ignorar

ou mesmo negar que boa parte da relação social contemporânea se dá implicada pelos meios de comunicação de massa é um equívoco, assim como o é restringir o processo comunicacional a uma relação mediados.

No início deste artigo, foi dito que era importante se ter em mente que, antes mesmo de a comunicação de massa se estabelecer no mundo, já havia produção e circulação de músicas. É óbvio que a possibilidade de registro de música em um suporte só passou a ser possível com a invenção do fonógrafo, por Thomas Edson. E que apenas após o surgimento do rádio, no mundo, é que as canções puderam ser difundidas para grandes audiências. Antes disso, porém, músicas já faziam parte do cotidiano, sendo este a fonte de inspiração de muitas composições anteriores aos meios de comunicação de massa.

O objetivo deste artigo foi discutir, ainda que preliminarmente, a noção de música popular a partir de algumas das perspectivas mais contraditórias. Se for verdade que, atualmente, a produção musical só é considerada se atrelada a um modo de fazer industrial, não é possível pensar em música gravada que não tenha sido afetada por esta lógica. Isto é verdade para todos os gêneros musicais. E, igualmente, se for verdade que o consumo de música ainda se dá, majoritariamente, através do rádio e da televisão, não há música que passe por estes dois meios sem que se torne, de alguma maneira, popular. É provável, ainda, que esta popularidade tenha alcançado índices bem maiores com a exposição que a internet permite.

O cantor Michel Teló realmente traduz os valores da cultura popular, ou cabe a Chico Buarque este papel? É mais popular quem vende mais discos, ou este é apenas mais comercial? A discussão deste artigo faz pensar que o sucesso, talvez, venha do trabalho de reconhecer e suprir necessidades e expectativas. Neste sentido, alguns saem no sábado à noite com os amigos para a *balada*, e um dos objetivos é, além de beber e dançar, *azarar*. E outros preferem ficar em casa, cercados de livros e edições da *Bravo*, tomando vinho e ouvindo sobre um amor que tem um jeito manso. As formas culturais são mesmo contraditórias.

Um último e importante aspecto a ser considerado é o poder reverberador das relações interpessoais. Como já se sugeriu acima, boa parte das relações acontece fora dos meios de comunicação de massa, mesmo que a conversa seja sobre os produtos dos meios massivos. Estas relações não podem ser ignoradas ou subestimadas porque relações interpessoais contribuem para replicar o conteúdo das mídias, gerando uma ampla cultura de recomendação, que tem forte influência no alcance de músicas, filmes, livros, vídeos do *YouTube*, etc. Este aspecto é fundamental, e esta é a base desta argumentação, para que determinados produtos circulem a ponto de serem considerados sucesso. Isto é, trata-se de algo mais poderoso que as técnicas de produção e das estratégias de circulação pensadas pela indústria fonográfica. É o povo que faz o produto massivo ir cada vez mais longe. São os consumidores que dão sentido real aos indicadores de popularidade. Na mesma proporção, e envolvendo todas as contradições comuns a isto, aquilo com que o povo se identifica e em que o povo se reconhece é, cada vez mais, apropriado pelos meios de comunicação de massa. Deixa de haver mera distribuição vertical, para existir circulação horizontal e vertical em duplo sentido. O que foi, durante todo o século XX, um processo de cima para baixo, ganha ares de circular no século XXI.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. *Dicionário de comunicação*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

CANCLINI, Néstor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 2011.

CANDÉ, Rolland de. *História universal da música*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

MEDINA, Bruno. "Carta aberta a Michel Teló". Disponível em <<http://g1.globo.com/platb/instanteposterior/2012/01/04/carta-aberta-a-michel-telo/>>. Acesso em 02 out 2012.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no Século XX: Neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

RIESMAN, David. "As tradições oral e escrita". In: CARPENTER, Edmund; McLUHAN, Marshall (Orgs.). *Revolução na comunicação*. Rio de Janeiro: Zahar, 1974.

SHUKER, Roy. *Vocabulário de música pop*. São Paulo: Hedra, 1999.

SOUZA, Tárík de. *O som nosso de cada dia*. Porto Alegre: L&PM, 1983.

BUMBA-MEU-BOI: UMA PRÁTICA FOLKCOMUNICACIONAL

LETÍCIA CONCEIÇÃO MARTINS CARDOSO¹

*“Vocês que fazem parte dessa massa,
Que passa nos projetos, do futuro
É duro tanto ter que caminhar
E dar muito mais, do que receber.
E ter que demonstrar sua coragem
À margem do que possa aparecer”*

(Vida de Gado – Zé Ramalho)

1. INTRODUÇÃO

A folkcomunicação, perspectiva teórica genuinamente brasileira, permite novos horizontes de estudo para o campo da comunicação, deslocando o olhar do pesquisador dos processos originados na comunicação de massa hegemônica para uma comunicação fora desse circuito, considerada não formal, marginal ou periférica, mas igualmente relevante para o campo acadêmico: trata-se da comunicação em nível popular, cujas manifestações são fruto da atividade artesanal do agente-comunicador, difundidas horizontalmente, ainda que possam se relacionar com a mídia e a indústria cultural.

Definida por Luiz Beltrão como “conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore”² (BELTRÃO, 1980 apud MELO, 2008), a folkcomunicação nos

¹ Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMA, mestre em Ciências Sociais pela UFMA e doutoranda em Comunicação pela PUCRS. E-mail: leleccardoso@yahoo.com.br

² Sobre a categoria *folclore*, Ortiz observa que, no Brasil, os primeiros estudos sobre *cultura popular*, liderados por Gilberto Freyre e Câmara Cascudo, apontam para uma identidade entre *cultura popular* e folclore, constituindo-se numa forma de saber que se associa às camadas tradicionais de origem agrária. Esta concepção, ainda presente em grande parte da literatura brasileira, é considerada conservadora pelo autor, já que valoriza a tradição como presença do passado e

permite pensar os processos comunicacionais dentro das culturas populares. Vale ressaltar, menciona Hohlfeldt (2002), que a folkcomunicação não é o estudo da cultura popular, mas sim dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular se expandem, sociabilizam-se, convivem com outras cadeias comunicacionais e modificam-se, ora sendo influenciadas e apropriadas pela mídia, ora apropriando-se da mídia.

As comunidades *folk*, que vivem, no seu cotidiano, as manifestações de cultura popular, têm uma rotina que se confunde com a própria manifestação da cultura popular; seus modos de ser e estar no mundo. Suas ações e valores estão associados ao universo simbólico do folgado³. Assim podem ser descritas muitas comunidades que fazem o bumba-meu-boi no Maranhão, especialmente aquelas oriundas de zonas rurais e terras quilombolas, como é o caso do Bumba-meu-boi de Guimarães⁴, que serve de campo empírico para este trabalho.

Como qualquer expressão da cultura popular, entendida enquanto representação identitária de um grupo, o bumba-meu-boi constitui um fenômeno de comunicação fundado sobre a produção/circulação/consumo de sentido, que merece ser investigado. Como assinala Beltrão (2004, p. 118),

é tempo de não continuarmos a apreciar nessas manifestações folclóricas apenas os seus aspectos artísticos, a sua finalidade diversional, mas procurarmos entendê-las como a linguagem do povo, a expressão do seu pensar e do seu sentir tantas e tantas vezes discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes.

toma o *progresso* como dessacralização da sabedoria popular (ORTIZ, 1985, p.70-71). Vemos o folclore como uma cultura híbrida, em transição, mutável. A cultura do povo vive em permanente tensão com outras cadeias – massiva, erudita, etc.

³ Termo que designa, de forma genérica, uma expressão artística da cultura popular, do folclore.

⁴ Em 2011, o Bumba-meu-Boi de Guimarães completou 40 anos de existência institucional, como Associação Cultural e Folclórica Vimarense, mas sua existência remete há pelo menos três gerações, quando os avós dos atuais brincantes ainda brincavam o Boi, enfeitavam o novilho a ser ofertado a São João Batista como um pagamento a uma dádiva alcançada. O líder do grupo informa que a brincadeira já existe há mais de 200 anos (Ver mais em: CUNHA, Stela. *Boi de zabumba é a nossa tradição!* São Luís: 2011).

Seguindo esse raciocínio, apresentamos neste artigo o bumba-meu-boi enquanto estratégia de comunicação das comunidades que o integram, a partir de relatos do dirigente e dono do Boi de Guimarães, seu Marcelino Azevedo⁵ e dos principais meios de informação do grupo, as toadas⁶.

Estratégia de comunicação, neste trabalho, implica uma comunicação de resistência, não apenas alternativa ou de marginalizados. Como bem observa Hohlfeldt (2006, p.66, in: SCHMIDT, 2006), os segmentos populares não se valem das estratégias dos meios de comunicação alternativas apenas porque não podem ascender àqueles formais, mas porque esses segmentos não se sentem plenamente atendidos pela mídia, ou porque se negam a eles, ou, sobretudo, hoje em dia, porque se valem deles como uma fonte a mais para sua inspiração, criação, qualificação e ampliação de suas próprias estratégias.

2. SITUANDO O BUMBA-MEU-BOI DO MARANHÃO

Elementos das comunidades negras rurais, reelaborados através de séculos de contatos com a presença indígena e uma anterior *história* de trocas e opressões com o ibérico colonizador, acabaram por serem traduzidos e atualizados na identidade do bumba-meu-boi, com práticas específicas de teatralidade, dança, paródia, envoltas na musicalidade e conduzidas pela fé em seus mais amplos significados.

O bumba-meu-boi, também chamado de bumba-boi, boi, bumba, conhecido em outras partes do Brasil como boi de mamão ou boi bumbá, apresenta características singulares no Maranhão. Sua origem está ligada ao ciclo do gado no Nordeste brasileiro (século XVII). Por isso, Silva (2012) afirma que é possível pensar o enredo do bumba-boi como uma represen-

⁵ Nasceu na comunidade de Damásio, considerada quilombola, onde herdou os saberes sobre o bumba-meu-boi de zabumba. Em 1971, ele registrou a brincadeira que seus pais e avós praticavam, constituindo a "Associação Cultural e Folclórica Vimarense" que, a partir de 1974, passou a viajar à capital, São Luís, durante os festejos juninos, para fazer apresentações nos arraiais, após o batizado do boi, no terreiro de origem.

⁶ Categoria nativa que denomina as canções do bumba-meu-boi, baseadas na oralidade e muitas vezes no improviso, são cantadas pelos *cantadores* ou *cabeceiras*, durante os rituais e apresentações do Boi.

tação das relações de poder que se estabelecem entre trabalhadores e fazendeiros, na área rural nordestina.

O auto do bumba-meu-boi se passa numa fazenda de gado, onde um trabalhador, Pai Francisco, apelidado de Nego Chico, mata um boi de estimação do dono da fazenda (o amo do boi) para satisfazer o desejo de sua esposa grávida, a negra Mãe Catirina, que estava com desejo de comer língua de boi. Quando descobre o sumiço do animal, o senhor fica furioso e, após investigar entre seus escravos e índios, descobre o autor do crime. Para não ser duramente castigado, Nego Chico, caracterizado no auto como um palhaço, cheio de artimanhas para escapar da perseguição, deveria trazer o animal de volta. A solução que encontra é convocar curandeiros, padres e pajés para a empreitada. Quando o boi ressuscita urrando, todos participam de uma enorme festa para comemorar o milagre, simbolizado pelo batizado do boi.

É importante destacar que as manifestações de cultura popular, como o bumba-meu-boi, são chamadas de *brincadeiras* pelo povo maranhense. Segundo DaMatta (1981), o termo *brincar*, que originalmente significa *colocar brincos*, tem a ver com as brincadeiras de criança, com o mundo da fantasia, do sonho, da magia, da representação, do lúdico. Relaciona-se com o que extrapola o cotidiano dos sujeitos e foge ao domínio do real, das condições materiais da vida.

Vinculada à promessa religiosa, a brincadeira homenageia São Pedro, São João e São Marçal, no mês de junho. A história é apresentada por um conjunto de personagens que pode variar segundo o *sotaque* (gênero musical/artístico/regional). Mas, invariavelmente, os grupos têm: o boi, figura central da encenação; o amo, que personifica o dono da fazenda, podendo acumular a função de cantador; o casal, Mãe Catirina e Pai Francisco; os vaqueiros, grupo que forma o cordão; e as índias, adolescentes que trajam indumentária confeccionada com penas e cocares.

Hoje, é possível encontrar 200 grupos de bumba-meu-boi somente na ilha de São Luís, e cerca de 450 em todo o estado⁷. Sua representatividade na cultura maranhense é explicada pelo antropólogo Sérgio Ferretti (2011, p.19):

O boi é a maior festividade da cultura popular local e atrai grande número de participantes, envolvendo suas vidas durante boa parte do ano. No Maranhão o ciclo do boi vai dos primeiros ensaios, a partir do sábado de Aleluia, em março ou abril, até meados de outubro, quando são realizados os últimos rituais de morte do boi. Após o ensaio redondo, pelo dia de Santo Antônio, os bois costumam ser batizados na véspera da festa de São João, diante de um altar com imagem do santo padroeiro, onde se reza a ladainha e se derrama a água benta, com devotos ajoelhados e padrinhos segurando velas e toalha.

Apesar de todos os grupos terem como referência o mesmo enredo, construir um discurso homogêneo sobre o bumba-boi, no Maranhão, é uma tarefa impossível, já que cada *batalhão*⁸ é “identificado a partir de suas regiões de origem, por diferentes ritmos, chamados *sotaques*, definidos segundo características específicas, reveladas na composição das roupas, no tipo de instrumentos utilizados, na cadência da música e nas coreografias” (SILVA, 2012, p.160). A variedade de sotaques no estado é tão diversa quanto complexa e, mais do que um estilo estético, cada sotaque representa uma visão de mundo.

De modo geral, pesquisadores e a Secretaria de Cultura do Estado costumam referir cinco tipos de sotaques. O de *Matraca* ou da *Ilha*, cujos elementos remetem principalmente à cultura indígena, é predominante na Ilha de São Luís e caracteriza-se pelos instrumentos matraca, maracá, pandeirão e tambor onça. Costuma atrair multidões que entram na brincadeira, batendo suas próprias matracas. O sotaque de *Orquestra*, basicamente de conteúdo europeu, utiliza instrumentos de metais, banjos e cavaquinhos,

⁷ Segundo dados do IPHAN - MA e Secretaria de Cultura do Maranhão – SECMA. A quantidade real pode ser ainda maior, pois aqui se faz referência somente aos grupos de bumba-boi registrados por esses órgãos.

⁸ Categoria nativa que os brincantes usam para se referir ao conjunto dos componentes do grupo de bumba-meu-boi, também chamados de *rebanhos*.

originalmente da região do Rio Munim. Já são muitos os bois de orquestra criados também na capital e em outros municípios. Costumam ser os mais espetaculares e integrados ao circuito mercadológico. O sotaque de *Pindaré* ou de *Baixada* é oriundo das regiões alagadiças da Baixada maranhense ou do Rio Pindaré, em que há uso de pequenas matracas, caixas e maracás, num ritmo lento, e a presença dos *cazumbás*⁹. Pouco conhecido é o sotaque existente somente no município de Cururupu, também chamado *Costa de Mão*, uma referência à forma usada para tocar um dos instrumentos, o pandeirão. E o sotaque de *Zabumba* ou de *Guimarães*, em que os traços africanos são mais acentuados e é considerado pelos estudiosos como o ritmo original do bumba-meu-boi maranhense. A zabumba, instrumento que dá nome ao sotaque, é uma espécie de bumbo grande, coberto com couro de animal, com cerca de 50 centímetros de altura, tocado com uma baqueta grossa, apoiado numa forquilha e conduzido por dois carregadores. A percussão rústica é complementada por maracás, tambor onça e pequenos pandeiros. Segundo Silva (2012), a origem deste sotaque é atribuída à região do Litoral Ocidental Maranhense, especificamente ao município de Guimarães, distante 660 quilômetros da capital, situado numa área geográfica de grande concentração de população negra. Por isso, mesmo considerando que o boi de zabumba existe em outras cidades do estado, os maranhenses também o definem como sotaque de Guimarães.

Na cidade de Guimarães, é marcante a presença das *terras de preto* ou *comunidades quilombolas*, definidas por Silva (2012, p.164) como áreas ocupadas “por descendentes de negros escravizados, que se autorreconhecem a partir das relações com a terra, num universo onde se entrelaçam parentesco, território, ancestralidade e práticas culturais específicas”.

Nesse contexto de pertencimento, o Bumba-meu-boi de Guimarães (sotaque de zabumba) constitui importante prática cultural, não só pelo caráter étnico, religioso e lúdico, mas também por expressar os aconte-

⁹ “Mistura estilizada de humano e sobrenatural que, vestidos com uma bata comprida e usando máscara, divertem e ao mesmo tempo assustam os brincantes e o público” (SILVA, 2012, p.160).

cimentos, as ideias e as opiniões da comunidade, o que implica também uma prática política.

O boi dá voz à comunidade, figura verdadeiro veículo de comunicação de um povo que só é aludido pela mídia oficial no calendário oficial de festas promovido pelo governo do Estado. Ainda assim, como elemento exótico de uma cultura a ser *preservada* e divulgada para fins turísticos.

É essencial destacar que tais comunidades têm pouco acesso às políticas públicas oficiais e sobrevivem com muitas dificuldades financeiras¹⁰. A Associação Folclórica e Cultural Vimarense, registro jurídico do Boi de Guimarães, conta hoje com 133 membros associados, entre lavradores, pescadores, costureiras, boieiros vindos dos povoados quilombolas de Damásio, Cumum, Cumã, Santa Luzia, Vura, Puca, da zona rural do município de Guimarães.

“Quem brinca boi é a sociedade menos favorecida. É muito difícil, mais difícil do que as pessoas pensam. O boi precisa da sua sustentação o ano todo, não é só no São João. Este ano eu ainda tô devendo bumba-boi” (informação verbal), relata-nos Marcelino Azevedo, dono¹¹ do boi de Guimarães e fonte privilegiada para este trabalho.

Ainda que atualmente os grupos populares recebam pagamento do governo estadual por suas apresentações na capital, durante o festejo junino, o valor não cobre todas as despesas do boi, que realiza a brincadeira por *devoção* e *porque está no sangue*, nas palavras do mestre de cultura.

A antropóloga Ana Stela Cunha, no seu livro **Boi de zabumba é a nossa tradição!**, ajuda-nos a entender a brincadeira:

Fortemente vinculada a São João Batista, santo a quem rende homenagem, mas também a muitos outros *encantados*, entidades que gostam de baía e tocar o pandeirito e o maracá, os *Bumba-Bois* saíam, de povoado em povoado, pagando as promessas por uma cura alcançada, um desejo conseguido. “Dantes nós ia a pé,

¹⁰ Cabe lembrar que o Maranhão é o estado mais pobre da federação, segundo o Censo 2010, do IBGE, possuindo 25,7% dos seus 6,5 milhões de habitantes abaixo da linha da miséria.

¹¹ No Maranhão, os mestres dos grupos são chamados de *donos de boi*, que podem ou não ser os cantadores oficiais da brincadeira.

com a zabumba nas costas, o chapéu de fita no cofo. Nós levava 4, 5 dias pra chegar num povoadinho. Mas era a promessa que era importante, era cumprir com o santo”, me contou Sr Emídio, que já foi cabeceira (cantador) do Boi de Guimarães, e hoje conta [...] os feitos daquele tempo. (CUNHA, 2011, p.9)

Marcelino explica que, hoje em dia, a situação é outra. Só para transportar o grupo, formado por 88 membros, precisa contratar dois ônibus em São Luís, o que onera demais as despesas, nas quais também se incluem outros gastos: “Eu pago 18 mil reais de carro pra trabalhar uma temporada pra mim, e ganho 35 mil [por 10 apresentações no São João]. Ainda têm os instrumentos, as roupas. Eu que mando fazer tudinho: seja bordar, fazer boi, tudo é pago! Não dá! E ainda tem a comida do pessoal aqui” (informação verbal).

Antes de o Boi ser divulgado como “produto turístico maranhense”, “símbolo oficial de identidade do estado”, processo iniciado nos anos 1960, no governo de José Sarney, e impulsionado nos anos 1990-2000, nos governos de Roseana Sarney (CARDOSO, 2008), os brincantes faziam suas roupas e instrumentos. O boi brincava, ou no seu terreiro, ou na porta da casa de algum ilustre, ganhando cachaça como pagamento. O líder do batalhão analisa:

Mas antigamente era um outro patamar. O Boi não saía pra fazer turismo. Então, a gente brincava, aquelas pessoas que eram invocado com brincadeira. Eles faziam roupa deles como ele queria fazer, como ele pudesse fazer. Hoje, não. O boi tem que ser mais sofisticado (informação verbal, grifos meus).

Diante de tantas dificuldades para atender a essa *sofisticação* – o capricho com o bordado do couro do boi, as ricas indumentárias, a produção de novos instrumentos – pergunto a Marcelino o que o faz dar continuidade à brincadeira:

Eu continuo fazendo boi porque isso tá no sangue de cada pessoa cultural. Não é porque a gente faz boi todo ano, que todo ano ele tem uma representação que preste! Mas a gente faz como o lavrador: se ele faz uma roça e este ano apodrece tudinho, ele tem que fazer outra no outro ano. Porque ele é lavrador! Ele não vai

sair da terra dele pra ir pra outro canto fazer outra coisa. O que ele vai fazer? Roçar de novo! (informação verbal).

A fala do dono do boi ratifica a justificativa religiosa e identitária da manifestação, apesar das preocupações e exigências que decorrem de uma forma contemporânea de brincar boi, que assume uma interface mercadológica e espetacular, regida por relações contratuais.

3. BUMBA-MEU-BOI: VEÍCULO POPULAR DE INFORMAÇÃO E RESISTÊNCIA

Como grande festa popular que é, o bumba-meu-boi apresenta todas as características de um processo comunicacional. Segundo Marques de Melo (2008, p.76-77),

as festas populares [...] se caracterizam estruturalmente como processos comunicacionais, cujos conteúdos abrigam diferentes manifestações da sociedade, potencializadas ou apropriadas pela mídia. [...] Nas festas populares, as classes sociais interagem dialeticamente, coexistindo de forma aparente, mas na verdade enfrentando-se, ora sutil, ora de modo ostensivo, na tentativa de conquistar hegemonia cultural. Por isso mesmo, elas se caracterizam processos comunicacionais, na medida em que agentes socialmente desniveledos operam intercâmbios sógnicos, negociam significados e produzem mensagens coletivas, cujo conteúdo vai se alterando de acordo com a correlação de forças em movimento.

A conotação que atribuímos a essas práticas folkcomunicacionais é de uma “estratégia contra-hegemônica das classes subalternas” (MARQUES DE MELO, 2006, p. 23 apud SCHMIDT, 2006). Os brincantes de bumba-boi, apesar de considerados em situação de desvantagem no equilíbrio de poderes, não são objeto passivo das disputas discursivas e muito menos imunes à luta simbólica no interior dos seus próprios núcleos. Também medem forças, desenvolvem estratégias para fazer valer sua percepção de mundo, enfim exercem poder (ARAÚJO, 2000, p.4).

Os membros das comunidades *folk*, que brincam bumba-meu-boi, são percebidos como *agentes*, isto é, sujeitos que agem e interagem (em contraposição a receptores passivos); atores que podem lutar para pressionar, regular e moldar o campo político de disputas, segundo suas táticas e inte-

resses. Opta-se aqui, portanto, por uma ótica da disputa pelo poder, evitando tratar as relações do bumba-meu-boi com outras cadeias comunicacionais, a partir de uma oposição reducionista de dominação/sujeição, segundo a qual a mídia, a política, o mercado apenas manipulam/descaracterizam as culturas populares.

Para entender este convívio com outras cadeias comunicacionais, partimos da ótica da *tradução* e do *hibridismo* (CANCLINI, 2011), que assume as transformações como parte do processo da dinâmica cultural. O Boi ressignifica sua experiência estética em contato com outros grupos, com a política e com as mensagens midiáticas.

No boi de Guimarães, é possível identificar essas *traduções* nas toadas, mecanismos artesanais de difusão e expressão, principal meio de comunicação do grupo com a sociedade. Por meio delas, os brincantes traduzem suas inquietações, seus valores, suas opiniões, seu modo de vida, através da oralidade e da memória. É importante ressaltar que as toadas não são registradas de forma escrita¹². São *tiradas de cabeça* pelo autor, às vezes, no improviso, e integram-se à memória coletiva da comunidade nos ensaios, nos rituais, no cotidiano da brincadeira.

Na toada **O meu passado**, percebemos uma descrição da vida sofrida da gente simples das zonas rurais do estado:

Eu vou falar do dia a dia do pobre trabalhador
Vou falar de sua vida, o quanto ele é sofredor
Olha um pai de família vive muito preocupado
Com a casa cheia de filho e com serviço pesado
Quando amanhece o dia ele sai pra trabalhar
Tomar um copo com água é o seu café tomado
Trabalha o dia inteiro, chega em casa cansado
Quando chega na porta da casa os filhos vem lhe abraçar
E vão logo perguntando, não deixam ele descansar

¹² As toadas aqui reproduzidas foram ouvidas e transcritas por mim, a partir dos CDs do Boi de Guimarães e da entrevista realizada com Marcelino Azevedo.

Papai o que você trouxe pra gente se alimentar
 Olha que é um caso triste de cortar o coração
 Criança todas chorando sem ter alimentação
 E as panelas emborcada tudo em cima do fogão
 Quando eu fiz esta toada
 Me lembrei do meu passado,
 Não almoçava nem jantava mas tô um homem criado [...]

As toadas também informam sobre fatos e, ao mesmo tempo, dão notabilidade a alguns acontecimentos que marcaram a cidade, isto é, transformam fatos comuns em “acontecimentos dignos de nota” (RODRIGUES, 1990), constituindo uma espécie de jornalismo popular. A toada **Momento de Clamor**, por exemplo, assemelha-se a uma notícia jornalística, na medida em que traz como referência um fato real – um acidente com um caminhão que matou três vimarenses, em 2001 – e, através de uma narrativa, responde a todas as perguntas tradicionais do lead: O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê?

No dia 30 de setembro de 2001
 Guimarães todo parou quando soube da notícia
 Que um caminhão emborcou
 Lá na curva da Clarinda
 E três pessoas matou
 Foi momento de tristeza
 Foi momento de clamor [...]
 E quem não se comovia, pois comovido ficou
 Esse bendito caminhão
 Trazia grande multidão
 Vinham da praia de Araoca
 De uma linda diversão
 Em alta velocidade
 Não sei por qual razão
 Todo carro que apanhava

Ele então ultrapassava
Não podia fazer demora
Porque o destino chamava
No local do acidente foi triste a situação
De ver corpos deformados
Lá jogados pelo chão
Do outro lado da estrada estava o caminhão
A chegar ao hospital ouvi paciente dizer
Doutor por favor me atenda
Eu acho que vou morrer
E o doutor respondia: “o que eu puder vou fazer”
Vou dar um fim na toada
Porque as horas são chegadas
Eu também só tenho medo
Porque a morte é marvada
Mas peço aos motoristas pra ter cuidado na estrada
Guimarães sentiu, Guimarães chorou
Com este acidente que muita vida marcou.

A brincadeira do bumba-boi tem interagido também com setores hegemônicos e com os fluxos globais, não somente em caráter de antagonismo, mas de reelaborações, assimilações, rejeições e apropriações. Podemos identificar, na toada **Vida sim, drogas não**, a presença da mídia, no seu processo criativo:

Há tanta gente sofrendo, coisa que me incomoda
De ver seus filhos jogados no mundo da droga
Só de ver noticiário de rádio e televisão
Fulano foi baleado e outros tão na prisão
Vivem na boca do fumo ou então com a cocaína
Por insistência de amigo ou porque alguém ensina
Suas mães ficam em casa e se dedica a rezar
De ver seus filhos saírem sem ter hora pra voltar

Peço perdão para Deus por não poder ajudar
 Só ele tem o poder,
 E do mal vai nos livrar!
 Vida sim, drogas não!
 Eu só tô cantando de dentro do coração,
 Essa é a mensagem que eu deixo pra ti irmão.

Notamos a importância que o bumba-boi dá às mensagens midiáticas, buscando relacioná-las a problemas vivenciados no contexto social da comunidade, mas sem negligenciar a dimensão religiosa. Uma forma de interpretar a escolha dos temas que servem de inspiração para o boi é a partir da hipótese do *Agenda Setting*¹³, segundo a qual a mídia é capaz de, a médio e longo prazos, influenciar sobre o que pensar e falar. Dependendo dos assuntos a serem tratados pela mídia, o público acaba por incluí-los em suas preocupações. Neste sentido, a agenda da mídia passa a coincidir com a agenda individual e social. De fato, o agendamento midiático é identificado em diversas toadas, como em **Eu não quero guerra**, uma alusão à Guerra do Golfo Pérsico, de 1991:

Venho pedindo pra Deus
 Que nos dê sua proteção [...]
 Pra que não haja mais guerra
 Entre as grande nação
 O mundo parou e aclamou
 Com passeatas na rua
 O povo se manifestou
 Prestam atenção meu povo, mas não pude fazer nada
 Quantas pessoas inocentes tiveram a vida tirada
 Por esta guerra maldita e amaldiçoada
 Prestam atenção no assunto,

¹³ Um clássico nas teorias da Comunicação, esse estudo foi formulado a partir dos anos 1960 pelos pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw: "A mídia apresenta ao público uma lista de fatos a respeito dos quais se pode ter uma opinião e discutir" (SHAW, 1979 apud WOLF, 2005, p.143).

Não digam nada a ninguém
Não sabemos quem é o culpado,
Se é seu George Bush ou se é Sadam Hussein
É coisas que me entristecem
E que ainda me faz chorar
Vejo a imagem na TV
Todo dia a me mostrar
Na hora do bombardeio que teve em Bagdá [...]

A partir da análise das toadas, podemos inferir que o Boi de Guimarães agenda assuntos em sua comunidade e também é agendado por temas midiáticos. Esse processo é resultado de um trabalho negociado coletivamente, em que se acertam quais temas serão trabalhados a cada ano. Entra em cena, aí, outro tipo de mediação, anterior à produção das toadas: a do líder de opinião, identificado na figura do dono do boi, Marcelino Azevedo.

Beltrão (1980: 2001) define o líder de opinião como um *tradutor* que, não somente interpreta os conteúdos midiáticos para os cidadãos em seu entorno, como também influencia e dita a conduta do grupo social¹⁴. Como observa Marques de Melo (2008), a reinterpretação das mensagens não se faz apenas em função da leitura individual e diferenciada das lideranças comunitárias. Mesmo sintonizadas com as normas de conduta do grupo social, ela apreende o sentido da coesão grupal, captando os signos da mudança social, própria das comunidades mais pobres, que necessitam transformar-se para sobreviver. Essa noção remete à teoria das mediações culturais de Barbero, reconhecendo, nos agentes folkcomunicacionais das sociedades rurais ou periféricas, “um caráter nitidamente institucional, semelhante àquele que Martin Barbero atribuiria mais tarde aos agentes educativos, religiosos ou políticos nas sociedades urbanas” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 29).

¹⁴ Ampliando os paradigmas do *two step flow of communication* e do *líder de opinião* (Paul Lazarsfeld e Elihu Katz) – pensados para a sociedade norte-americana, extremamente desenvolvida e capitalista – Beltrão conseguiu analisar a realidade brasileira, profundamente desigual. Para ele, esse fenômeno não se limitava a um fluxo comunicacional linear e individualista, em duas etapas apenas, percebendo que há uma interação bipolar (o *feedback*) entre os agentes, evidenciando uma natureza coletiva. Ver mais em: MARQUES DE MELO, 2008.

Marcelino Azevedo tem 72 anos (60 brincando boi) e é considerado líder de opinião no Boi de Guimarães, mesmo sem instrução formal da escola. Sua experiência e conhecimento tradicional o levam a construir argumentos sobre política, cultura e economia, entre outras questões importantes que faz questão de discutir com o *seu povo*, durante o ano inteiro, por meio de encontros e reuniões regulares que faz, segundo suas palavras, para “botar na cabeça do pessoal o que tá certo e errado!”. Marcelino nos relata: “Eu não posso fazer uma brincadeira de tamanha envergadura dessa, sem educar o pessoal. Se eles passar um mês, se a gente não chamar pra reciclar alguma coisa, sai alguma coisa de errado” (informação verbal), o que revela o caráter pedagógico da manifestação cultural. Nesse processo, a mídia constitui uma importante fonte de informação para o mestre:

Eu, por exemplo, venho brincar boi aqui em São Luís com medo de violência. A gente abre o rádio de manhã, a televisão, a gente vê o que se passou ali tudinho! O outro dia passado, os jornais contam pra gente tudinho e a gente já vive se vigiando. Eu trago eles [os brincantes] pra cá, e felizmente nunca aconteceu nada com a gente, mas eles venham especializadinho (informação verbal).

A fala de Marcelino traduz a preocupação do líder em informar-se e interpretar essas informações, a partir de sua visão de mundo, para a comunidade, *especializando* os brincantes sobre os assuntos que lhes chamam atenção.

Além disso, a própria manifestação cultural (a história do boi, suas tradições, rituais) serve de tema para a *instrução* da comunidade:

A gente pra chegar a representar um boi, véspera de São João, é um trabalho danado que eu tenho pra educar aquele pessoal todinho antes! Pra quando sair, a gente saber o que vai falar, o que vai fazer. *É uma lição. É uma aula danada!* Por exemplo, se o boi tem 80 pessoas, *tem que instruir* 80 pessoas. Nós fizemos uma indumentária nova este ano. Então, essa indumentária, esse cara tem que conhecer tudinho o que ele tá vestindo, o que representa aquilo, aquele desenho, aquelas coisas... Se ele encontrar o turista, porque o turista chega na gente de surpresa, então, ele te pergunta tal coisa, aí o que tu vai dizer? ‘Ah, eu não tenho o que diga pra ele?’. Não! Tem que saber dizer! (informação verbal).

Sintonizado com o novo status social do Bumba-boi, que recebeu o título de “Patrimônio Cultural do Brasil”¹⁵, em 2011, Marcelino tem consciência da dimensão política da cultura e de que sua identidade cultural pode ser uma poderosa ferramenta política. Através de sua credibilidade e poder de comunicação, o líder pode influenciar a comunidade e também negociar melhorias junto aos políticos:

Este ano é ano de eleição, eles vão oferecer maior estrutura pra cultura popular, mas os outros anos eles esquecem que também são anos culturais. Eles visitam a gente com esse interesse político de levar a gente pra fazer campanha deles. Eles sabe que o grupo de cultura tem um contingente... Nós que tamo aqui com 130 pessoas, o político vai querer falar de um a um? Ele quer falar é com a pessoa coordenador do grupo, que aí ele tira alguma coisa (informação verbal).

Quando lhe pergunto sobre o que mudou com o título, ele responde que foi uma honra muito grande para todos, mas que os políticos também devem ser sensibilizados sobre a importância desse patrimônio cultural para o estado. Diz ele:

Nós recebemos essa importância e sabemos que tem. Mas é que os políticos não são chamados pra essas coisas, principalmente no interior. Tá se fazendo uma porção de prefeito hoje! Eles sabem o que eu sei sobre cultura? Não sabem, nem querem saber! Ficam é com medo de se encontrar comigo, com aquele preconceito. ‘Rapaz, Marcelino, eu não quero pra ele encostar aqui porque ele vai é pedir’. Eles querem pra gente viver mendigando, submisso a eles. É uma coisa que eles têm obrigação de fazer, mas não faz (informação verbal).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da falta de um diálogo maior com o campo da política, os agentes culturais tendem a acionar estratégias e discursos que lhes são convenientes,

¹⁵ O registro do “Complexo Cultural Bumba-meu-boi” como “Patrimônio Cultural do Brasil” se deu pelo Conselho Consultivo do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, no dia 30 de agosto de 2011, resultado da articulação política de diversos grupos de boi, pesquisadores, instituições, Ministério da Cultura e governo do Estado.

para reivindicar melhorias para o grupo, utilizando-se de recursos como a denúncia, através de pesquisas acadêmicas; a divulgação da brincadeira na mídia; a participação em editais de cultura (promovidos por grandes empresas e pelo Ministério da Cultura).

No entanto, a principal forma de comunicação do grupo com a sociedade, as toadas, vem perdendo o caráter crítico e contestatório que possuíam antes, o que atribuímos (CARDOSO, 2008), entre outros fatores, ao pagamento de cachês pelo governo do Estado aos grupos, no período do São João, uma estratégia de poder que elegeu o bumba-boi como símbolo de identidade local. Tal eleição ressemantizou o auto do bumba-meu-boi (que até início do século XX servia de denúncia, momento em que a população podia falar das desigualdades): hoje, a crítica política direta raramente aparece nas toadas, cedendo lugar cada vez mais à exaltação das belezas naturais, do amor, do próprio grupo e a temáticas genéricas como preconceito, drogas, ecologia, futebol. A fala de Marcelino Azevedo vai ao encontro de nossa análise: “*Se a gente criticar o governo aí que eles não dão nada pra gente! Muito embora merecendo, mas a gente fica com medo de ser retalhado, de sofrer consequência*” (informação verbal, grifos meus).

Nesse processo de disputa pelo poder, o Bumba-meu-boi tenta configurar o mundo social, segundo seus interesses, fazendo uso de variados processos folkcomunicacionais, mesmo que adaptando seus conteúdos a uma demanda política, processo no qual os agentes são conscientes e ativos.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Enesita. “*Mediações e poder*”. Texto apresentado ao GT Mídia e Recepção no 9º Encontro da Compós, maio-junho de 2000, Porto Alegre (mimeo).

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: Teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação*. Porto Alegre. EDIPUCRS: 2001.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 2011.

CARDOSO, Letícia. *O teatro do poder: Cultura e política no Maranhão* (dissertação de mestrado). São Luís: UFMA, 2008.

CUNHA, Ana Stela de Almeida. "Apresentação". In: CUNHA, Ana Stela de Almeida (org). *Boi de zabumba é a nossa tradição*. São Luís: SETAGRAF, 2011.

DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

FERRETTI, Sergio. "Bumba-meu-boi e religiosidade no Maranhão". 2011. In: CUNHA, Ana Stela de Almeida (org). *Boi de zabumba é a nossa tradição*. São Luís: SETAGRAF, 2011.

SILVA, C. B. R; FERREIRA, C. G. S. "Ritmo, território e etnicidade: O bumba meu boi do Maranhão". In: FERRETTI, Sergio (org.). *Museus afro-digitais e políticas patrimoniais*. São Luís: EDUFMA, 2012.

HOLHFELDT, Antonio. "Folkcomunicação: Positivo oportunismo de quase meio século". In.: SCHMIDT, Cristina (org.). *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos*. São Paulo: Ductor, 2006.

HOHLFELDT, Antonio. "Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: Pesquisas acadêmicas se aproximam dos estudos culturais". Comunicação apresentada no Núcleo de Pesquisas sobre Folkcomunicação, XXV Intercom, Salvador, 1 a 5 de setembro de 2002.

MARQUES DE MELO, José. *Mídia e cultura popular: História, taxonomia e metodologia da folkcomunicação*. São Paulo: Paulus, 2008.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias de comunicação: Questão comunicacional e formas de sociabilidade*. Lisboa: Presença, 1990.

WOLF, Mauro. *Teoria das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

ENTREVISTA:

Marcelino Azevedo. Entrevista cedida para esta pesquisa, em 09/10/2012.

CDS:

Bumba-boi de Guimarães (sotaque de Guimarães). São João 2004. São Luís: 2004.

Bumba-boi de Zabumba Sotaque de Guimarães – MA: a origem da cultura popular. São Luís: 2010.

Bumba-meu-boi de Guimarães: 40 anos (sotaque de Guimarães). São Luís: 2012.

OLHA O TEATRO NO MEIO DA RUA! COMUNICAÇÃO, CONSUMO E CIDADANIA NO ESPAÇO PÚBLICO CONTEMPORÂNEO

MICHELLE NASCIMENTO CABRAL FONSECA¹

*“Não sei se são malucos ou demônios.
Só sei que eles estão na rua”²*

O teatro está na rua. Historicamente sempre perpassou por estas fronteiras, pois já nasce nas dionisíacas, no ritual coletivo e na festa pública. Assim, o que há de novo nesta relação do teatro com o espaço no qual se constitui? Para além das formas já conhecidas de fruição da arte, observa-se que, da interseção do teatro com aspectos do cotidiano do espaço urbano na atualidade surge o retorno do teatro às ruas. Este movimento teve um grande crescimento em todo o Brasil, nos últimos quinze anos, com o aumento de festivais de teatro específicos para espetáculos nos espaços abertos, assim como o de editais de fomento para a linguagem do teatro de rua e, conseqüentemente, o advento, há onze anos, da Rede Brasileira de Teatro de Rua /RBTR – um fórum virtual onde estão cadastrados artistas e grupos de teatro de rua de todo o território nacional e onde debatem, divulgam atividades e organizam encontros presenciais (uma vez ao ano) para tomarem decisões e se articularem politicamente.

Essa conjuntura favorável contribuiu para o número cada vez maior de coletivos teatrais que buscam o espaço urbano como mote de sua atividade estética e política, tendo a cidade como palco.

¹ Professora da Universidade Federal do Maranhão – UFMA e doutoranda do PPGCOM- PUC/RS. E-mail: michellencabral@hotmail.com

² Trecho de matéria jornalística sobre o Grupo de Teatro de Rua Alegria, Alegria, de Natal/RN que parava o trânsito da capital, pilotando uma carroça – veículo proibido de circular ali em 1968.

Neste ponto de encontro (teatro e cidade), dar-se-á um retorno ao espaço público como tribuna da vida pública, colocando na pauta do dia a questão da ocupação das praças pelos artistas, revitalizando a cidade que se esconde e se esvazia. Assim, partimos do pressuposto de que este teatro desenvolve importante papel mediador e, por meio de sua manifestação, o passante anônimo se destaca, interage e recria, elaborando significações. Neste processo comunicacional, reencontramos o sentido da cidadania, percebendo também o espaço público e suas dinâmicas como um importante lugar de consumo.

1. TEATRO E CIDADE: UMA COMUNICAÇÃO POSSÍVEL E RECÍPROCA

Ao longo da história do homem, registra-se a relação do teatro com o espaço. Assim, demarca-se a interação do teatro com o ambiente que o cerca, desde seu surgimento, no ritual e na festa coletiva, ao surgimento das cidades e seus diferentes usos e representação, até os dias atuais, com o ciberespaço (NR) e suas relações hipermidiáticas, esta manifestação cultural, enquanto arte e meio de comunicação humana, segue reinventando-se em diferentes formas de narrativas as quais definem e são definidas em razão do espaço em que se inserem. O espaço (principalmente o espaço público moderno) é, pois, uma categoria fundamental para compreensão das diversas formas de comunicação produzidas pelo teatro. Assim, para melhor entendermos estas relações e suas formas de expressividade e comunicabilidade, é necessário esclarecer primeiramente o conceito de *espaço público* que interessa a nossa reflexão.

Não partiremos aqui da noção deste conceito simplesmente como a oposição ao que é privado, pois, desta forma, estaríamos negando suas características atuais em nossas cidades, com seus conflitos de ocupação e apropriação do espaço físico-material, que vai, desde a divisão em lotes de diferentes comercializações (camelôs, lojas, barracas, flanelinhas, dentre outras), até os diferentes usos políticos e socioculturais (a pregação evangélica, o comício, o passeio em família, o namoro na praça, a rua como moradia, dentre outras). Também não o reduziremos ao possível livre acesso

ou determinação jurídica dos mesmos, pois muitos destes espaços possuem acesso restrito (como hospitais, áreas militares, escolas, etc.), assim como alguns se constituíram por ocupação direta da população, sem intervenção do poder judicial ou governamental.

Como podemos perceber, as questões em torno deste conceito são diversas. Assim, entenderemos o conceito de *espaço público* como a união de suas características físico-materiais, ou seja, a cidade (praça, rua, placas, letreiros, prédios, dentre outros) como também suas inter-relações no âmbito da sociabilidade e da coletividade.

Para Habermas (1983), o espaço público é o lugar do discurso político, do debate, da interlocução, ou seja, o espaço da vida pública. O autor enfatiza, principalmente, a dimensão da comunicação como categoria definidora do espaço público moderno. No livro **Mudança estrutural da esfera pública**, Habermas mostra claramente a natureza comunicacional do espaço público. Já Sennet (1988), em **O declínio do homem público**, apresenta-nos a cidade como o lugar do encontro, um lugar de coabitação onde a intimidade ou a identidade não se encontra em foco, mas, sobretudo, as relações de sociabilidade.

Importa destacar, dos autores mencionados, que o espaço público é, antes de tudo, uma construção sociocultural, cimentado pela comunicação. Concepção que também se pode apreender do pensamento do geógrafo Milton Santos (1996, p.102). Para o autor, “o espaço é uma forma-conteúdo, o conjunto dos sistemas de formas e ações”, ou seja, tanto requer para sua composição um espaço físico-material, quanto as representações sociais e culturais que nele se constituem em um determinado tempo-espaço.

Na pós-modernidade, principalmente no século XXI, estes pontos de vista soam como incompletos, pois parecem excluir as diversas situações de conflito inerentes ao espaço público. Neste, o sentido de coletividade, de interlocução, que definem a esfera pública, contrasta com a existência de um espaço onde diferentes individualidades se mostram e disputam um espaço predominantemente plural. O que implica observar que, para além de sua construção simbólica, este espaço público hoje se encontra,

em muitos casos, apenas como um lugar de trânsito, enfrentando também, por contextos múltiplos, o seu esvaziamento, colocando em cheque sua natureza comunicacional e sociocoletiva. Estas especificidades tornam o espaço público rico em nuances, mas também nos ajudam a compreender que sua coabitação não é pacífica, pois é um espaço de tensões, contradições e em constante negociação.

O quadro descrito compõe um panorama sobre o espaço público cada vez mais distante da concepção de que este se constituiu em tribuna política com o advento da era moderna, conforme mostrado por Habermas, e traça um desenho múltiplo, complexo e que coloca, em discussão, a existência do próprio termo *espaço público*, tendo em vista a perda cada vez maior destes espaços como ambientes de convivência, de sociabilidade e de exercício da política.

Neste contexto, insere-se o teatro de rua. Sua ocupação artística no espaço público sempre foi seguida de tensões e fissuras. Independentemente, porém, de tensões e fissuras, o certo é que, no espaço urbano atual, o teatro ganha uma dimensão ainda maior: a da mediação entre o espaço e a cidade. Esta mediação se dá de forma intensa, muitas vezes invasiva (quando o teatro chega de assalto); noutras, negociada (quando este é previamente divulgado ou já faz parte do cotidiano daquele lugar, caracterizando uma *sede pública*), provocando um momento de troca que, para além da fruição estética da arte, permite, no espaço em que se dá naquele tempo/lugar, a comunicação, direta, sem intermediários, entre diferentes pessoas, a arte manifestada e o lugar onde convivem. Esta comunicação/ manifestação proporciona um exercício de cidadania que não perpassa necessariamente pelo “sentido simbólico ou político” do termo cidadania, mas principalmente pelo ato do consumo. Entende-se, com Canclini que o consumo dos bens imateriais, proporcionado, principalmente, pelos meios de comunicação massivos, substituiu, em grande parcela, as regras abstratas de democracia e de participação coletiva no espaço público.

Segundo o autor (2006, p. 34):

É necessário, então, dirigir-se ao núcleo daquilo que na política é relação social: o exercício da cidadania. E sem desvincular esta prática das atividades através das quais, nesta época globalizada, sentimos que pertencemos, que fazemos parte de redes sociais, ou seja, ocupamo-nos do consumo.

Dessa forma, para entendermos o papel mediador do teatro de rua e o fenômeno comunicacional que ele provoca em sua atuação no espaço da cidade, é necessário também entendermos este espaço público como um espaço de relações de consumo e o ato de consumir também como um ato de cidadania.

Ao se colocar na rua, o teatro teoricamente se coloca à disposição de todos. Aquele lugar passa a ser o lugar do teatro, e todos que ali se encontram seu público em potencial. Este *público* é, muitas vezes, passageiro e acidental; em outros casos, são pessoas que habitam diferentes espaços (residências, locais de trabalho e/ou comércio) ou são moradores de rua, dentre outros, que decidem se estabelecerão ou não o contato com o artista/espetáculo. É importante ressaltar que a aproximação do público para com a manifestação artística é sempre um momento de tensão, particularmente quando o espetáculo não é esperado ou não foi negociado com os usuários habituais do lugar.

Não é incomum que uma intervenção artística seja repelida pelo público da rua. Tal fato acontece inclusive com grupos artísticos já conhecidos e, para nossa argumentação, este fato também é importante, pois o ato de repelir, de se negar ao usufruto de algo que é oferecido, remete ao direito cidadão da escolha e não pode ser visto como uma alienação cultural, resultado da chamada cultura de massa ou, ainda, como falta de apuro no trabalho estético do artista. Esta seria uma ideia simplista de se pensar a relação das pessoas com a manifestação artística no espaço público. Nessa relação, a negação do indivíduo em consumir um produto cultural representa seu direito de escolher o que de fato quer consumir, exercendo, também

pela negação, seu status de cidadão. Neste sentido, Canclini (2006, p. 35) nos traz outras contribuições:

Para vincular o consumo com a cidadania e vice-versa, é preciso desconstruir as concepções que julgam os comportamentos dos consumidores como predominantemente irracionais e as que somente vêem os cidadãos atuando em função da racionalidade dos princípios ideológicos. [...] Partimos da hipótese de que, quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valioso, bem como os modos de nos integrarmos e nos distinguirmos na sociedade, de combinarmos o pragmático e o aprazível.

É, portanto, a partir das concepções de Canclini, que entendemos as relações sociais no espaço urbano também como relações de consumo e inserimos, neste contexto, o teatro e as trocas estabelecidas com o público da rua no ato de fruição da manifestação teatral.

2. O TEATRO E SUA MEDIAÇÃO NO PROCESSO COMUNICACIONAL

A primeira questão que se apresenta, quando pensamos na manifestação do teatro no espaço urbano, é sua relação com o público. Independente de qual seja a mensagem abordada, a estética ou técnica utilizada, é sempre em *como* este será recebido, apreendido, significado e/ ou ressignificado que move seu fazer. Desta forma, o desafio da encenação teatral na rua é confrontar-se com o espetáculo da *cena pública* que a cidade já desempenha cotidianamente.

Para Duvigaud (1977, p. 121):

A forma mesmo da ação teatral, da representação de uma imaginária pelos meios da poesia, depende menos da concepção de mundo que os homens ou a sociedade se dão delas mesmas, menos do estado geral desta sociedade ou de sua situação econômica, menos da religião ou da estética, que das relações mesmo do homem com espaço.

Pensando com o autor, na ação teatral, a relação do homem com o espaço se dá no e pelo diálogo. Assim, o acontecimento teatral, ao se inserir ao espaço da cidade, instaura formas de diálogo dentro de um universo que

já contém, em sua estrutura físico-social, uma série de discursos. Neste cenário, o teatro (o discurso teatral), ao se destacar do desenho e do discurso da cidade, abre um espaço de *convívio* e comunicação direta com o público.

Neste sentido, é interessante pensar o teatro para além de sua *apresentação* e /ou *representação*, mas, sobretudo, como o lugar da *experiência*. Dubatti (2011, p. 19) nos apresenta o teatro como acontecimento:

Ao menos dois tipos de definição expressam a especificidade do teatro: uma definição lógico-genética do teatro como acontecimento triádico; uma definição pragmática do teatro como região de experiência e construção de subjetividade. Segundo a redefinição lógico-genética, o teatro é a contemplação da *poiésis* corporal em convívio; conforme a definição pragmática, o teatro é a fundação de uma região peculiar de experiência e subjetividade na qual intervêm convívio-*poiésis*-contemplação.

Nas palavras do autor, podemos perceber o papel do espectador como parte integrante e indissolúvel do teatro. Nesta visão ontológica, destacamos o *convívio* como aspecto primeiro na relação do acontecimento teatral com a cidade. Para Dubatti (2011, p. 22), “o convívio é um paradigma das relações humanas que determina diferentes formas do artístico”. Desta feita, é por meio do *convívio* que se estabelecerão as relações de troca em um tempo/espaço onde o acontecimento se instaura. Sem ele, o teatro não seria um lugar da experiência e do encontro.

Nas palavras de Mate (2011, p. 143):

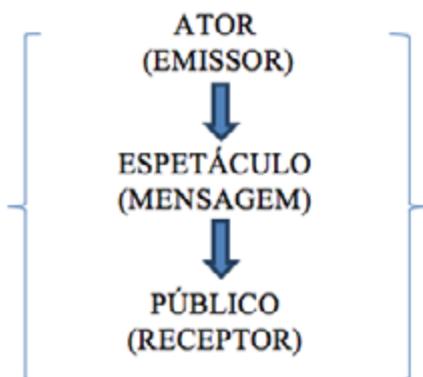
A cidade é constituída por incontável número de coros. Em qualquer cidade e por mais desatento que sejam os cidadãos a circular, de um destino a outro, sem prestar atenção ao trajeto e aos seus tantos obstáculos – há nas artérias pulsantes que se caracterizam em caminhos de deambulação sinfonias diversas, das mais simples às mais sofisticadas. [...] Nas grandes cidades, nas megalópoles, velhos, jovens, cães e artistas, todos, indistintamente – a partir de diferentes percepções – ouvem uma grande e dissonante sinfonia.

Para se somar a este caleidoscópio de som, cores e sensações diversas, o teatro de rua busca diferentes formas e conteúdos e, por meio de inúmeras narrativas, destaca cada vez mais o uso da imagem. Aqui, entenderemos

imagem, não do ponto de vista da iconografia, mas como figuração no sentido de objeto representado ou ainda como signo representativo de algo ou de sua ausência. Utilizaremos o uso da imagem no teatro de rua como *figurabilidade*, conceito proposto por Didi- Huberman (1998, p.87): “Ao mesmo tempo jogo de palavras e jogo de imagens”. Assim, busca-se problematizar o pensamento lógico e representativo, o que no teatro de rua dar-se-á de forma muito específica num jogo de justaposições, deslocamentos e colisões.

É esta *figurabilidade* contida na encenação que possibilita ao público receptor inserir-se no espetáculo e achar nele um espaço confortável para sua manifestação pessoal. É neste jogo de mostrar, contar e sugerir, por meio de palavras e ações visíveis, de silêncios e pausas em meio ao caos da agitação das ruas, que reside a dinamicidade deste teatro. Ao mostrar-se e esconder-se aos olhos do espectador, transporta-o, muitas vezes, literalmente, para dentro da cena. Esta comunicação tátil/áudio/visual em tempo real faz teatro e cidade fundirem-se, levando consigo o espectador que, em muitos casos, transmuta-se em *espect-ator*.

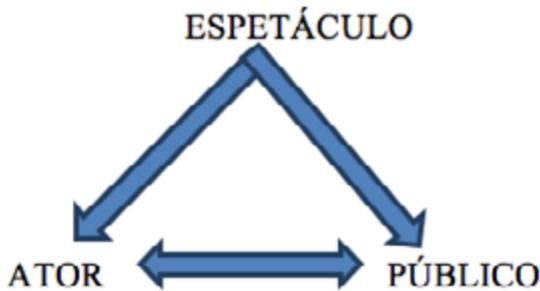
Para exemplificar este processo, observaremos o organograma abaixo:



Este é o organograma simplificado de uma apresentação teatral. Contudo, no espaço aberto, o público, muitas vezes, intervém no espetáculo

e, de diferentes formas, interfere durante sua execução. A mais comum destas é a voz anônima que se destaca da multidão, falando frases por vezes grosseiras, por vezes jocosas e/ou ácidas, interagindo com o que está sendo mostrado na encenação. Em outros casos, o indivíduo quebra com a proteção da multidão e adentra o espaço da cena, colocando-se como participante da encenação e, por alguns instantes, sendo o centro das atenções, transformando-se também em emissor direto no jogo teatral. Público e *performer*, cena e realidade se confundem.

Vejam abaixo:



O organograma busca configurar o fenômeno da participação direta do público no espetáculo. Este movimento comunicacional é bastante significativo e, por vezes, resulta na alteração do espetáculo, ou seja, modifica a mensagem original.

Desse modo, ao ocupar a rua com sua *poiésis*, o artista reinventa a ordem das coisas e, por isso, modifica-as. Tudo isso porque o acontecimento teatral, uma vez estabelecido, transforma um simples passageiro em espectador que, por sua vez, poderá se converter em ator ao interferir no jogo teatral, tomando para si o papel de emissor e coautor da mensagem. Quando tal fato acontece, percebemos também, nesta atuação, o exercício da cidadania.

EM BUSCA DE UMA CONCLUSÃO

Para Canclini (2006, p. 35),

ser cidadão não tem a ver apenas com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento e fazem com que se sintam diferentes os que possuem uma mesma língua, formas semelhantes de organização e de satisfação das necessidades.

O entendimento do autor sobre o sentido da cidadania nos faz refletir como estas relações se instauram e, sobretudo, se manifestam na sociedade de consumo.

Para Gomes (2010, p. 189), enfrentamos um momento de *recuo da cidadania*:

A fragmentação social: apropriações, invasões, ocupações, etc. A fragmentação social crescente é acompanhada de uma fragmentação territorial, e os espaços comuns, públicos transformam-se em objeto de disputa ou simplesmente são vistos como espaços instrumentais para o deslocamento. Desaparecendo o terreno da vida em comum, desaparecem também as formas de sociabilidade que unem os diferentes seguimentos sociais.

Gomes pensa a cidadania a partir das relações sociais estabelecidas no convívio do dia-a-dia. Segundo ele, estamos testemunhando um recuo na vivência da cidadania no que se refere “às práticas que caracterizam os espaços públicos da cidade” (GOMES, 2010, p.189).

Se, no chamado espaço público, a cidade e seus lugares de uso estão em esvaziamento devido a diferentes contextos que vão desde o aumento da violência urbana até o crescimento do mercado do entretenimento possível de ser levado à sala de nossas casas (como, *cd's, dvd's*, jogos eletrônicos, serviços de entrega, dentre outros), deixando os espaços públicos de socialização e convivência cada vez mais em abandono, podemos pensar que o teatro de rua, em sua intervenção artística, propicia um retorno ao espaço público como lugar de convivência e socialização, humanizando-o, proporcionando um espaço possível de comunicação entre artistas/público e a cidade, restabelecendo, naquele tempo/lugar, um momento de trocas

simbólicas fundamentais para o exercício da cidadania na sociedade atual. Esta capacidade de intervenção na rua não é unilateral. Da mesma forma, o teatro é invadido pela cidade e, muitas vezes, transformado e/ou adaptado por ela. Assim, ao mesmo tempo em que subverte a lógica da cidade, seu trânsito e sua cultura são subvertidos por ela.

Nesses termos, é comum encontrar, nos setores mais excluídos da sociedade, (mendigos, menores de rua, camelôs, idosos, dentre outros) os maiores participantes do espetáculo no espaço aberto, invadindo a cena com frequência e manifestando-se de diversas formas. Certamente, naquele espaço de fábula, ele poderá ter a visibilidade e se reconhecer como sujeito, o que não ocorre em seu cotidiano.

Portanto, pensar o teatro no espaço público como um espaço de comunicação entre indivíduos é pensar a cidadania também como expressão do sujeito.

REFERÊNCIAS

- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- DIDI- HUBERMAN, Georges. *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34, 1998.
- DUBATTI, Jorge. "Teatro, convívio e tecnovívio". In: CARREIRA, André; BIÃO, Armindo Jorge; TORRES NETO, Walter Lima (Org.). *Da cena contemporânea*. Porto Alegre: ABRACE, 2012.
- DUVIGNAUD, Jean. *Lieux et non lieux*. Paris: Galilée, 1977.
- GOMES, Paulo César da Costa. *A condição urbana: ensaios de geopolítica da cidade*. Rio de Janeiro: Bertrand. Brasil, 2010.
- HABERMAS, J. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1983.
- MATE, Alexandre. "Tantos tecimentos narrativos tomando a rua como musa inspiradora... Para quem a rua é musa? Quem é a musa das ruas?" In: *Caderno 1- Seminário Nacional de Dramaturgia para o Teatro de Rua*. São Paulo: Abapuru comunicações, 2011.
- SANTOS, Milton. *A natureza do espaço. Técnica e tempo. Razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- SENNETT, Richard. *O declínio do homem público: As tiranias da intimidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

FORMATO 16 x 23 cm
TIPOGRAFIA Gandhi Sans
PAPEL Pólen Soft
NÚMERO DE PÁGINAS 208
IMPRESSÃO E ACABAMENTO Gráfica EPECÊ
ANO 2015

