

NATIVOS DIGITAIS: COMO A GERAÇÃO Z

REFLETE A COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA

Organizadores

Elisângela Lima de Andrade
Jacks de Mello Andrade Junior
Karollinne Levy Pontes de Aguiar
Luciana Macedo
Paulo Victor Giraldi Pires
Patrícia Teixeira
Roberta Scheibe



**CURSO DE
JORNALISMO**



UNIFAP
UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ

comertec JR
Comunicação, mercado e tecnologia



NATIVOS DIGITAIS: COMO A
GERAÇÃO Z

REFLETE A COMUNICAÇÃO
CONTEMPORÂNEA



**NATIVOS DIGITAIS: COMO A GERAÇÃO Z
REFLETE A COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA**



Copyright © 2019, Autores

Reitor: Prof. Dr. Júlio César Sá de Oliveira
Vice-Reitora: Prof.ª Dr.ª Simone de Almeida Delphim Leal
Pró-Reitor de Administração: Msc. Seloniel Barroso dos Reis
Pró-Reitora de Planejamento: Msc. Luciana Santos Ayres da Silva
Pró-Reitora de Gestão de Pessoas: Cleidiane Facundes Monteiro Nascimento
Pró-Reitor de Ensino de Graduação: Prof.ª Dr.ª Elda Gomes Araújo
Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-Graduação: Prof.ª Dr.ª Amanda Alves Fecury
Pró-Reitor de Extensão e Ações Comunitárias: Prof. Dr. João Batista Gomes de Oliveira

Diretor da Editora da Universidade Federal do Amapá

Antonio Sabino da Silva Neto

Editor-chefe da Editora da Universidade Federal do Amapá

Fernando Castro Amoras

Conselho Editorial

Antonio Sabino da Silva Neto, Ana Flávia de Albuquerque, Ana Rita Pinheiro Barcessat, Cláudia Maria Arantes de Assis Saar, Daize Fernanda Wagner, Danielle Costa Guimarães, Elizabeth Machado Barbosa, Elza Caroline Alves Muller, Janielle da Silva Melo da Cunha, João Paulo da Conceição Alves, João Wilson Savino de Carvalho, Jose Walter Cárdenas Sotil, Norma Iracema de Barros Ferreira, Pâmela Nunes Sá, Rodrigo Reis Lastra Cid, Romualdo Rodrigues Palhano, Rosivaldo Gomes, Tiago Luedy Silva e Tiago Silva da Costa

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

An248n

Nativos digitais: como a geração z reflete a comunicação contemporânea / Elisângela Lima de Andrade, Jacks de Mello Andrade Junior, Karollinne Levy Pontes de Aguiar, Luciana Macedo, Paulo Victor Giraldi Pires, Patrícia Teixeira e Roberta Scheibe (organizadores). – Macapá : UNIFAP , 2019.

100 p.

ISBN: 978-85 -5476-071-7

1. Comunicação. 2. Jornalismo. 3. Mídias. I. Elisângela Lima de Andrade. II. Fundação Universidade Federal do Amapá. III. Título.

CDD: 070

Diagramação: Karollinne Levy



Editora da Universidade Federal do Amapá
www2.unifap.br/editora | E-mail: editora@unifap.br
Endereço: Rodovia Juscelino Kubitschek, Km 2, s/n, Universidade,
Campus Marco Zero do Equador, Macapá-AP, CEP: 68.903-419



Editora afiliada à Associação Brasileira das Editoras Universitárias

É proibida a reprodução deste livro com fins comerciais sem permissão dos organizadores.
É permitida a reprodução parcial dos textos desta obra desde que seja citada a fonte.
As imagens, ilustrações, opiniões, ideias e textos emitidos nesta obra são de inteira e exclusiva responsabilidade dos autores dos capítulos.

Sumário

| | |
|---|-----------|
| A ÉTICA NO JORNALISMO AMAPAENSE: UMA ANÁLISE DA CONDUTA DO JORNALISTA NO PROGRAMA TELEVISIVO _____ | 11 |
| EDUCOMUNICAÇÃO E SUAS CONTRIBUIÇÕES NO AMBIENTE ESCOLAR _____ | 22 |
| DEFLAÇÃO DE JUNHO DE 2017: ANÁLISE DA REPOSTAGEM DO JORNAL NACIONAL DA REDE GLOBO _____ | 31 |
| JORNALISMO E PODER: A CENSURA COMO FERRAMENTA DE SILENCIAMENTO E O CASO ALCINÉIA CAVALCANTE _____ | 39 |
| FUNK COMO INSTRUMENTO DE TRANSFORMAÇÃO: ENTREVISTA DA CANTORA ANITTA _____ | 52 |
| FAKE NEWS: DEBATE SOBRE A ÉTICA NA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS DIANTE DO CASO DO “FALSO RESTAURANTE DE LONDRES” _____ | 60 |
| A DISSEMINAÇÃO DE FAKE NEWS NO CASO MARRIELE FRANCO: ESTUDO SOBRE A COBERTURA DO SITE PRAGMATISMO POLÍTICO DO FATO _____ | 72 |
| A MÍDIA E A ABORDAGEM DOS LGBT: UM RETRATO DA MATÉRIA “A OUTRA PÍLULA AZUK” DA REVISTA ÉPOCA _____ | 92 |

Prefácio

2018 foi marcado por dois acontecimentos importantes para o mercado comunicacional amapaense, o primeiro foram as eleições - com destaque para a presidencial; e o segundo foi a realização do II COMERTEC Jr. Pelo segundo ano consecutivo, alunos, professores e profissionais do Amapá, discutiram os rumos da comunicação, mercado e tecnologia do estado, do país e do mundo, no evento que se tornou parte do calendário do curso de jornalismo da Universidade Federal do Amapá.

Com o tema “O desafio da comunicação e mercado em ano eleitoral”, o evento não só apresentou o que há de mais atual nas relações de mercado, comunicação e novas tecnologias; como adiantou nas apresentações de seus trabalhos, um reflexo das discussões que regeram o cenário da comunicação no processo eleitoral daquele ano.

Com os avanços tecnológicos, principalmente no que diz respeito a comunicação, a informação é veiculada em tempo real e propagada com a mesma velocidade. Deixando critérios como a apuração - fase importante da produção da informação - sem a devida tratativa, cuja a qual, é muitas vezes, deixada de lado em prol da disputa no jogo de quem informa primeiro.

É neste cenário que o termo pós-verdade ganha notoriedade. Eleita em 2016 pela Universidade de Oxford como palavra do ano, em decorrência do aumento de seu uso nos Estados Unidos, associado principalmente as eleições do Presidente Donald Trump; seu significado epistemológico a classifica como substantivo, relacionado ou evidenciado por circunstâncias nas quais os fatos objetivos possuem menos influência em moldar a opinião pública, do que apelos emotivos e crenças pessoais. Segundo Maciel e Santos(2018) , a pós-verdade seria, portanto, “a deturpação da veracidade dos fatos de acordo com a conveniência social ou política”.

Paralela a pós-verdade, outro termo que ganha espaço de discussão mundialmente, são às chamadas “fake News”. Notícias falsas sempre

existiram, mas com a propagação das informações, conforme citado anteriormente, as notícias falsas acabam não só chegando muitas vezes antes do que à verdadeira, como tendo maior repercussão, como no caso das eleições de 2018.

Contextualizado o momento da comunicação no qual este livro é produzido, os autores que compõem essa edição, discutiram temas como fake news, em casos específicos como o de Marielle Franco em um estudo sobre a cobertura do site pragmatismo político e o caso do jornalista Oobah Butler, que criou um restaurante falso e conseguiu se destacar entre os melhores de Londres. A partir de situações cotidianas é possível conferir uma discussão sobre a censura e como as diversas relações de interesse atuam como agentes controladores da liberdade de expressão. A educomunicação é abordada neste livro como ferramenta de ensino aprendizagem discutidas a partir do âmbito escolar.

Além da ética no jornalismo amapaense, este livro apresenta estudos de mídia, que debatem o gênero musical do funk, a partir de uma análise da cultura de convergência; pessoas LGBT a partir de uma análise do discurso midiático; a autenticidade do fenômeno da deflação de junho de 2017 e como a notícia foi construída; e o relato de experiência de formação em comunicação com as crianças da comunidade Mucajá em Macapá.

Neste sentido, acredito que os textos que vão ler, representam mais do que as intenções e paixões das áreas de pesquisa de seus autores, mas uma verdadeira contribuição para os debates de comunicação, mídia e mercado, servindo como consulta dos temas apresentados para todos que enveredam pelo caminho da pesquisa, ou mesmo para os profissionais que buscam pelos mesmos temas.

*Patricia Teixeira Azevedo Wanderley
Prof. Esp. Da Universidade Federal do Amapá
Mestranda do Programa de Pós Graduação em
Comunicação da Universidade Federal do Pará*

Apresentação

Novos percursos em/na Comunicação

O formidável avanço tecnológico experimentado pela comunicação nos últimos anos, além de rápido e intenso representam, sobretudo, aquisições e provocações.

Aquisições no sentido de disseminar a informação por diferentes formas e formatos de representação da realidade – como plataformas digitais integradas, aplicativos de celular, entre outros, que permitem a prática da comunicação argumentativa, reflexiva e crítica. Provoações no âmbito de repensar as práticas da comunicação, em especial do Jornalismo, em seus aspectos teóricos e técnicos, que nos veículos midiáticos mundo afora, também são reproduzidas de forma rasa e sem responsabilidade.

Como exercício crítico, é preciso entender que as mais diversas realidades, frutos de vivências e práticas sociais, são recriadas e representadas pela/na mídia, baseadas na ética, nas técnicas e nas teorias da comunicação. No entanto, o Jornalismo, como representação da sociedade evidencia escolhas, memórias, poderes e ideologias. As escolhas dos caminhos das representações, ou seja, do que narrar e como contar, se dão por meio de contextos históricos, identidades e culturas. Os direcionamentos acontecem via olhares, direcionamentos, percepções intersubjetivas dos sujeitos, produção de diferentes identidades e moralidades de quem vive a realidade e de quem a reescreve.

É exatamente esta a intensão deste E-book.

Nativos digitais: Como a Geração Z reflete a Comunicação contemporânea repensa a prática jornalística em exercício nos últimos anos em diferentes meios e situações; e reflete e analisa processos jornalísticos à luz de teorias contemporâneas. Com um detalhe: Toda a reflexão, o exercício de pensar a pesquisa e suas relações com a sociedade, as tessituras entre teoria e prática são feitas por jovens entre 19 e 24 anos residentes no norte do Brasil, especificamente no Amapá.

Este e-book, um recurso de informação e formação democrático e barato, potencializa o debate midiático por meio de artigos escritos por alunos da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP) e apresentados no 2º COMERTEC JR. Este é um evento criado com foco nos jovens alunos e profissionais, produzido e organizado pelo grupo de pesquisa Comunicação, Mercado e Tecnologia (COMERTEC), que estuda as mudanças no processo de comunicação com as novas mídias, por meio do trabalho assíduo de pesquisadores credenciados ao grupo no Brasil e no Mundo.

Em sua primeira e segunda edição, em 2017 e 2018, participaram dos eventos, de modo presencial ou por vídeo conferência, profissionais como Prof. Dr. Paul Bradshaw, da Birmingham City University; prof. Dr. Eduardo Villanueva Mansilla, da Pontifícia Universidade Católica do Peru; Prof. Dr. James Lull, da San Jose State University; Dr. Rafael Vergilli, autor do livro *Relações Públicas, Mercado e Redes Sociais*; prof. Me. Carlos Manhanelli, da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e fundador e presidente da Associação Brasileira de Consultores Políticos; e do Prof. Dr. Roberto Gondo Macedo, Diretor de Estratégia e Marketing da IGC/Naster e professor das Universidades Mackenzie e Metodista.

Logo, este é um e-book que elucida as importantes discussões realizadas no 2º COMERTEC JR, mediada por experientes pesquisadores e exercitada por estudantes e recém-graduados em Comunicação Social, que, por sua vez, objetivam educar e apresentar caminhos dialógicos críticos e reflexivos a novos leitores.

Nas próximas páginas, o leitor vai se deparar com nove (09) textos de diferentes pontos de vista que despontam cotidianos, experiências, lugares, práticas de interação e comunicação.

O artigo *A Ética no jornalismo Amapaense: Uma análise da conduta do jornalista no pro-*

grama televisivo, escrito por Anézia M. B. Lima, Benedita M. da Costa e orientado pelo professor Paulo V. G. Pires, traz uma análise a respeito dos posicionamentos do apresentador Luís Trindade que apresenta o programa Cidade Alerta Amapá. O artigo procura examinar e averiguar a conduta ética do profissional ao opinar sobre processos sociais avaliados pelo apresentador diante da sua própria moralidade e que podem interferir no julgamento dos receptores. O artigo também discute a função social da mídia na sociedade.

Educomunicação e suas contribuições no ambiente escolar, construído por Laiza M. O. Mangas investiga o campo teórico-prático da educação. Esta área de estudos da Comunicação distingue-se por esclarecer conteúdos educativos por meio de ferramentas midiáticas. No artigo, a autora explica como a educação tem sido um instrumento fundamental de ensino-aprendizagem.

O texto Deflação de Junho de 2017: Análise da reportagem do Jornal Nacional da Rede Globo, escrito por Cláudio M. Silva Júnior, Vithória C. B. Barreto e orientado pelo professor Paulo V. G. Pires se debruça sobre a importante temática da economia. O artigo analisa notícia publicada no Jornal Nacional referente ao IPCA de junho de 2017 e como a notícia é apresentada pelo veículo, dando pouco espaço para questões decorrentes e paralelas ao assunto noticiado, como o aumento do desemprego e retrações na economia advindas de uma recessão brasileira. A construção da notícia é refletida sob a hipótese da teoria do agendamento.

Jornalismo e Poder: A censura como ferramenta de silenciamento e o caso Alcinéa Cavalcante é o artigo de Beatriz Castro, Thiago Nunes, orientado pelo professor Paulo V. G. Pires. Os autores citam casos de censuras a jornalistas realizadas ao longo da história, e procuram esclarecer que práticas de censura não ocorreram apenas em momentos de ditadura, mas que ocorre ainda hoje nos dias atuais, sob diferentes formas. A análise perpassa por interesses pessoais, políticos e governamentais. O tema é exemplificado com o caso que envolveu a jornalista Alcinéa Cavalcante do Amapá e José Sarney, na época presidente do Senado no Brasil.

A abordagem midiática da entrevista jornalística da cantora brasileira Anitta, na 4ª Brazil

Conference at Harvard & MIT é o foco do artigo Funk como instrumento de transformação: Entrevista da cantora Anitta, elaborado por João P. N. S. Pennafort, José R. S. Koga e orientado pelo professor Paulo V. G. Pires. Por meio da cultura da convergência, o artigo questiona como a mídia debate o gênero música funk e qual o discurso em suas representações na mídia. A análise baseia-se nas concepções de Henry Jenkins.

Fake News: Debate sobre a ética na produção de notícias diante do caso do “falso restaurante de Londres”, escrito por Júlia Calado, Monalice Nogueira e orientado pelo professor Paulo V. G. Pires analisa uma reportagem veiculada no programa Fantástico da Rede Globo, em que o veículo reproduziu uma história que posteriormente se verificou ser falsa. As autoras analisam o fenômeno das fake News e como ele afeta o cotidiano das sociedades.

Luan Coutinho e Deise Silva orientados por Paulo V. G. Pires também estudam Fake News. A investigação A disseminação de fake News no caso Marielle Franco: O estudo sobre a cobertura do site Pragmatismo Político no fato, verifica a abordagem que o citado site faz sobre o assassinato da vereadora do Rio de Janeiro, à luz dos critérios de noticiabilidade jornalísticos. O artigo também perpassa pela ética, redes sociais e fake News em anos eleitorais.

O artigo A mídia e a abordagem dos LGBT: Um retrato da matéria “A outra pílula azul” da Revista Época, escrito por José T. N. Lima e Maria P. Silveira, orientado pelo professor Paulo V. G. Pires, abre discussão sobre como a mídia representa, aborda e se posiciona em questões pautadas pelo movimento LGBT. A discussão é exemplificada pela reportagem da revista Época. O embasamento teórico deste artigo perpassa por Facchini, Guareschi & Biz e por Foucault.

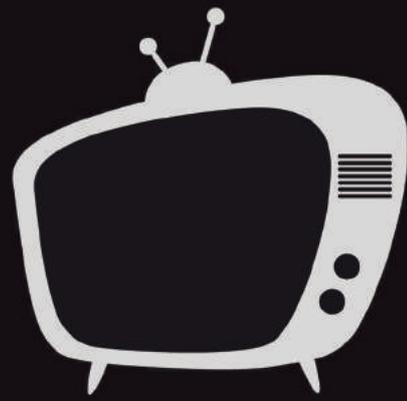
O artigo Vozes do Mucajá: Comunidade, Identidade e Pertencimento, escrito por Laura O. Machado, Luana C. Silveira, Luiza N. M. Melo e Rayane A. Penha, orientado pela professora Patrícia T. A. Wanderley tem como objetivo expressar as diferentes realidades encontradas no Conjunto Habitacional Mucajá, em Macapá-AP e como oficinas que utilizam a comunicação como ferramenta podem auxiliar os moradores na percepção

da própria realidade e no sentimento de pertencimento. O artigo também averigua os estereótipos, estigmas e percepções da população de Macapá direcionados a quem reside neste conjunto habitacional, a partir da interpretação dos próprios moradores do Mucajá. A metodologia das autoras se deu por meio de pesquisas de campo e oficinas recreativas com crianças da comunidade.

Proporcionar experiências práticas e teóricas, de jornalismo cotidiano e de pesquisa, são objetivos e instrumentos fundamentais de um curso de Jornalismo. Nas próximas páginas o leitor perceberá estas vivências didáticas e práticas, de ensino e de vida pensadas por nativos digitais: A geração Z.

Boa Leitura!

Prof. Dra. Roberta Scheibe
Professora do Colegiado de Jornalismo da
Universidade Federal do Amapá (UNIFAP).
Jornalista, Mestre em Estudos Literários
(Universidade de Passo Fundo/UPF) e Doutora em
Sociologia (Universidade Federal do Ceará/UFC).



**A ÉTICA NO JORNALISMO
AMAPAENSE: UMA ANÁLISE
DA CONDUTA DO JORNALISTA
NO PROGRAMA**

televisivo



A ÉTICA NO JORNALISMO AMAPAENSE: uma análise da conduta do jornalista no programa televisivo

Anézia Maria Brito LIMA¹
Benedita Monte da COSTA²
Paulo Vítor Giraldi PIRES³

A principal função do jornalista é coletar, apurar e analisar as informações para a produção e distribuição de informações sobre fatos que geram notícias e que de alguma forma afetam a sociedade. Para realizar esse ciclo jornalístico é necessário realizar essa atividade com muita responsabilidade e seguir o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, para que ninguém seja prejudicado nesse processo.

Um elemento muito importante para a produção jornalística é a ética, que mostra como o jornalista trata diversas ações e acontecimentos perante a sociedade, já que o mesmo tem que apresentar essas notícias para diversos grupos de pessoas e de diferentes opiniões, respeitando sempre todas.

Diante disso, vamos fazer uma análise crítica de uma dança reproduzida pelo apresentador do programa policial Cidade Alerta Amapá transmitido pela TV Equinócio HD, filial da Rede Record, apresentado de segunda-feira à sexta-feira no horário de dezoito horas às dezenove e quinze da noite pelo apresentador Luís Ferreira Trindade, denominada por 'dança da cova'. Essa reprodução é executada nas edições, comemorando o falecimento de criminosos que entraram em confronto com a polícia. Tal dança mostra a ridicularização das mortes, além de tornar banal aquele tipo de notícia, desvalorizando a vida. doles que acreditam pertencer a

Luís Trindade, 57 anos, é formado em Economia e especialista em Marketing Político; entretanto ele atua como apresentador de programa policial, ator e humorista. Com uma personalidade marcante, o apresentador é bem conhecido por distinguir os integrantes da sociedade.

O jornalista deve buscar imparcialidade máxima ao transmitir as notícias, buscando equilibrar o seu argumento para que os dois lados sejam ouvidos. Por mais que esse estado de neutralidade seja difícil ser conquistado pelo profissional, ele deve ser atentar ao código de ética e não expor sua opinião em prol de alguém relacionado ao fato, pois seu discurso pode influenciar de alguma forma a opinião de quem assiste ao programa.

O uso do sensacionalismo é bastante perceptível no programa Cidade Alerta, a ironia ao falar de certo grupo, o tom de humor ao mostrar algumas notícias revela toda a apelação emotiva que o apresentador faz ao público, com discursos pondo em dúvida se a Lei Brasileira combate os crimes. A forma ridicularizada de transmitir essas mortes faz com que a notícia perca seu intuito de informar, o foco se dá ao discurso e não ao fato noticioso.

A apelação emotiva desperta um pesar em quem assiste ao programa. O discurso de ódio muitas vezes traz um sentimento de justiça ao receptor ao ver que um criminoso foi morto. A felicidade ao relatar tal notícia pelo apresentador é passada aos receptores que podem absorver o discurso de que 'bandido bom é bandido morto'.

O respeito e a valorização pela vida estão nulos nas falas do apresentador, o enaltecimento aos 'cidadãos de bem' está dividindo a sociedade e satisfazendo o ego daqueles que acreditam pertencer a esse grupo.

1Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, e-mail: anezialima55@gmail.com

2 Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, e-mail: beneditamonte@hotmail.com

3 Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, e-mail: paulogiraldi2@gmail.com

De acordo com nossas vivências adquirimos pressupostos e filtros. Para analisar diversas situações filtramos o que nos é dito. Diante disso, o jornalista deve se atentar que não fala a somente a uma pessoa, ou a um pequeno grupo e sim a muitas pessoas e não deve tomar partido. Usaremos de teorias do jornalismo para embasar esse pensamento sobre as vivências sociais e psicológicas, como a Teoria dos Efeitos limitados, que explica essa relação de emissor e receptor na construção da notícia.

Partiremos das problemáticas sobre o papel social da mídia e como deve ser a conduta do jornalista ao transmitir as notícias, se a maneira como ele trata os fatos sociais interferem ou influenciam a formação do discurso do receptor. Analisando a ‘dança da cova’, uma espécie de comemoração que o apresentador do jornal Cidade Alerta, Luís Trindade, fez após transmitir a informação, explorando a tragédia alheia.

A hipótese aqui estudada indaga até que ponto os pressupostos pessoais do jornalista irão interferir na apuração e transmissão dos fatos e se o jornalista pode mediar ou limitar essa sua participação no fato. Além de observar se esse discurso pode interferir ou influenciar no entendimento do público. A metodologia será do tipo hipotético- dedutiva, partindo do pressuposto de que o discurso do jornalista pode, de acordo com o tom e na quantidade de suas crenças presentes na fala, interferir na formação de opinião dos receptores.

O tema estudado neste artigo é de suma importância para os comunicadores, pois trata do seu comportamento diante do público perante à assuntos delicados, para que não haja uma exposição que denigra a imagem da vítima.

Portanto, o objetivo desse estudo é analisar a importância da ética no Jornalismo, evidenciando como esse comportamento influencia os receptores na propagação do discurso de ódio. O jornalismo não é um simples ofício técnico, mas sim uma função social de muita relevância, onde se busca apurar as notícias que realmente informam e averiguar a forma de transmitir esse fato.

Ética no discurso e na produção do telejornal

Ao desempenhar a função de reportar notícias, o jornalista deve desempenhar essa atividade respeitando o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Segundo Cristofolletti, a mídia ter por função possibilitar as informações necessárias aos cidadãos no processo de circulação e tomada de decisões políticas (CRISTOFOLETTI, 2010, p.95). Ao encaminhar essas decisões aos receptores, todo esse processo de apuração e transmissão deve ser conduzido com muita responsabilidade, pois a repercussão de tal transmissão pode gerar consequências e sempre deve ser levada em conta a integridade dos envolvidos. (CORNU, 1999, p 36.).

No Art. 6º capítulo II, parágrafo I, fica estabelecido o dever do jornalista “opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos”; por conseguinte no parágrafo VIII, também é dever do jornalista “respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão”, deveres esses que o apresentador, mesmo sem formação em Jornalismo, deveria respeitar, pois o mesmo repassa informações para a sociedade.

Mesmo de forma inconsciente, os comunicadores expõem de forma implícita ou explícita os seus valores e ideologias, portanto, as vivências e as experiências do mesmo interferem bastante no que para ele significará ética. Como mediador de informações o jornalista não deve prevalecer a nenhum lado, pois ele não fala a uma só pessoa, e sim, a uma massa que pensa muitas vezes de formas diferentes. A ética também está ligada à qualidade do trabalho, o comunicador não pode prescindir de princípios éticos. A informação é a matéria-prima principal para o Jornalismo acontecer, sendo assim, o jornalista não deve abandonar o compromisso com a verdade (CHRISTOFO-

LETTTI, 2008, p. 11).

No processo de comunicação, é dever do jornalista divulgar com honestidade a versão que foi escolhida para determinado fato, escolher de forma correta as fontes, assim como preservar a integridade física quanto às informações reveladas por ela. A transmissão de falsas informações, notícias incompletas, apurações superficiais, a não oportunidade de respostas e o mau uso da informação, acabam desvalidando a verdadeira função social do Jornalismo.

O 'mito' da objetividade

A palavra objetividade remete à existência real de algo. Seu objetivo seria se atentar ao fato verdadeiramente como ele é, sem interferências exteriores. O homem é composto de todo um aparato cultural, essas experiências adquiridas ao decorrer da vida molda seus pensamentos e ajudam fortemente na construção de convicções, pressupostos.

O homem consegue se desfazer totalmente de seus pré-conceitos para analisar uma informação? O filósofo Hans Georg Gadamer (1999), criador do conceito de hermenêutica gadameriana, declara que o ser humano é composto por história, aliás, o mundo segundo ele é composto por história, ela está diretamente ligada aos rumos que cada sociedade toma e conseqüentemente nas atitudes que os cidadãos tomam.

A historicidade é história de vida de cada ser, os desafios pelo qual passou, suas vitórias e lamentos, e isso faz com que a pessoa pense de uma determinada forma, acredite em determinadas coisas. Os grupos pelo qual o homem passa desde sua infância ajudam a criar seus pressupostos, o grupo familiar, escolar, a sociedade em si oferece uma gama de coisas ao indivíduo. Portanto ao analisar determinada situação, os pressupostos do homem iriam interferir de alguma maneira.

De acordo com Rossi (1980), a objetividade seria um mito. O jornalista deveria ficar neutro perante as notícias, mas que isso era algo muito difícil de acontecer, por conta disso é necessário ouvir sempre os dois lados da notícia, "réu e vítima". Por mais que esse estado de neutralidade seja difícil de ser conquistado pelo profissional, ele deve se atentar ao código de ética e não expor sua opinião em prol de alguém relacionado ao fato.

A objetividade continua sendo um dos principais parâmetros na linha editorial dos principais veículos de comunicação do Brasil. E, nessa busca impossível, introduziu-se a lei de ouvir os dois lados, partindo-se do pressuposto de que, frequentemente, há dois lados opostos numa mesma história (ROSSI, 1980, p. 03).

A imparcialidade concreta do indivíduo segundo esses autores é algo praticamente impossível de se conquistar. O jornalista alcançar um estado totalmente puro analisando as notícias sem se deixar levar por seus pensamentos não pode ser conseguido.

A teoria do Gatekeeper (Ação Pessoal) revela bem esse pensamento dos autores. Segundo Traquina (2005) os Gates seriam portões pelos quais o jornalista deveria passar ao analisar uma notícia. As decisões que o profissional deve tomar, como seu foco na hora da apuração do fato, os rumos que ele irá tomar ao abordar sua pauta, os ganchos que irá buscar, uma sequência de escolhas. Portanto, de acordo com a teoria do Gatekeeper a abordagem do fato jornalístico sofreria

interferências do jornalista, pois as escolhas estariam nas mãos desse profissional.

Porém, apesar da historicidade estar alicerçada ao homem, ao profissional jornalista, até que ponto ele deve deixar seus pressupostos comandarem a transmissão ou apuração das informações?

Responsabilidade social: um compromisso do emissor com o receptor

O jornalismo é responsável por reportar os fatos de interesse público à sociedade, a ele é atribuído esse papel fundamental, o de esclarecer e informar. Dito isso, percebemos o enorme poder que está nas mãos dos profissionais, por conta disso devem se ater à ética e compromisso com a sociedade.

Como visto acima a objetividade é um mito, as decisões que o jornalista escolhe agem diretamente na maneira como a matéria é feita. Porém, o desejo de atualização sobre os fatos e a crença nesse compromisso com o público revelam a face do profissional.

A notícia com as tecnologias de hoje é algo muito rápido de se transmitir, o que vemos muitas vezes são informações incompletas. O laço entre emissor e receptor é uma relação que carece de honestidade e rigorosa ética para que o público se informe de maneira que não fique com dúvidas sobre o ocorrido.

Ao jornalista é dada as decisões, os ganchos que irá tomar. É seu papel fazer com que a notícia chegue ao receptor de maneira clara e coesa, é a transformação de um discurso esotérico para exotérico.

Rossi (1980) declara que o jornalismo não é um mero ofício técnico e sim uma responsabilidade social, um contrato de compromisso com o público. Esse laço não deve ter interferências graves do emissor, a linguagem usada no seu discurso deve ser rigorosamente analisada e escolhida para dar ênfase a notícia e não na sua opinião.

Ao deixar clara sua opinião sobre determinado assunto o receptor acaba quebrando esse compromisso, pois apesar de todo ser humano possuir seus filtros, está em questão questões psicológicas, a persuasão da fala do jornalista pode atingir o pensamento do indivíduo. O receptor recebe a informação e seria escolha dele aceitar e tomar para si tal pensamento, sem a interferência e influencia explícita do discurso do jornalista.

Sensacionalismo: a espetacularização para cativar o receptor

Ao começar os estudos sobre o que se pactuou em “sensacionalismo”, Agrimani (1995) reconhece que o sensacionalismo é um conjunto de estratégias mercantis, que enfeitiçam os leitores. Além disso, o sensacionalismo revela que os leitores necessitam de algo que os comovam, atração pelo grotesco, pulsões de morte e morbidez. Já Marcondes Filho (1989) dá um conceito de manipulação e mercantilização da informação.

Na visão de Amaral (2006) é possível perceber que todos os jornais são sensacionalistas, porque eles usam artifícios da persuasão para atrair leitores e vender mais jornais, o que difere é a intensidade com que eles usam esses artifícios.

Com um discurso justiceiro em nome do povo, o apresentador Luís Trindade, trabalha com a forte presença da sua opinião principalmente quando a matéria é sobre criminalidade.

A exposição chocante de fatos, acontecimentos e ideias visando emocionar para além dos graus normais da tensão psicológica caracteriza a ação mais evidente da imprensa sensacionalista para potencializar a violência e torná-la banalizada (DIAS, 2003, p. 1).

A forma como a criminalidade é abordada, de acordo com Dias(2003) pode tornar esse tema banal e o tom do discurso do apresentador pode ser fonte de violência, pode disseminar ódio entre os receptores que muitas vezes tomam para si aquele pensamento.

Assistindo ao vídeo da “dança da cova”, vemos a presença de vários fatores que colaboram de forma sensacionalista esse discurso, a sonoridade, com o gênero Funk próprio da massa, coreografia simulando um Coveiro ao enterrar os mortos e a letra do conteúdo cantando falando sobre o inferno, lugar para onde os criminosos mortos deveriam ir. É uma espécie de show para comemorar as mortes, fazendo com que a notícia perca sua importância, desvalorizando o fato.

Análise da ‘Dança da Cova’

O objeto de análise como já citado, é a ‘dança da cova’ reproduzida no programa policial Cidade Alerta Amapá, apresentado por Luís Trindade, no horário das dezoito horas às dezenove e quinze da noite, de segunda a sexta na TV Equinócio HD, canal dez, afiliada à Rede Record.

Para analisar esse objeto de estudo será utilizada a metodologia de Beatriz Becker, denominada como Estudo das Interações que tem o objetivo discutir como o telejornalismo funciona e que para a sociedade ele serve como “experiência única, cotidiana e coletiva, de representação e construção da realidade, refletindo e interferindo na expressão das identidades nacionais” (BECKER, 2005, p.24).

Como base teórica a autora utilizou as mediações de Jesús Martín-Barbero, nessa metodologia é analisada a lógica da produção e algumas categorias que podem ser aplicadas no objeto de estudo. São elas: estrutura; blocos: construção e distribuição; ritmo; apresentadores; repórteres; matérias; credibilidade. Nessas categorias, são aplicados alguns princípios de enunciação contidos na linguagem do telejornal. São eles: relaxação; ubiquidade; imediatismo; neutralidade; objetividade; fragmentação; comercialização; dramatização e espetacularização. Nesse trabalho, alguns desses critérios serão analisados.

Tendo como base teórica os Estudos Culturais, buscamos uma metodologia adequada para analisar o produto audiovisual - telejornalismo local. Foram encontradas duas metodologias, que utilizam os estudos culturais como base teórica. As metodologias de Beatriz Becker e Itania Gomes têm como objetivo analisar o noticiário como um todo, produção e emissão. Aqui, o objeto será analisado pela metodologia de Becker (2005).

O uso do sensacionalismo em busca da audiência

Com alguns valores de defesa aos cidadãos, o telejornal Cidade Alerta Amapá discorda com alguns pontos impostos pela Constituição e até por algumas decisões judiciais, discrepando assim explicitamente determinadas leis. Com uma forte característica de enaltecer as pessoas retas perante as leis, e desmerecer os que as corrompem, o noticiário expressa claramente as ideias que o programa segue, evidenciando seus objetivos, ideologias e pressupostos.

A informação é repassada ao espectador de maneira detalhada, exagerando da dramatização e sempre usando os recursos da espetacularização, que é uma característica presente no telejornal.

Gabler (1999) salienta que o jornalismo tem um amplo espaço para o entretenimento, a apresentação de quadros de dramaturgia, onde se explora as mais perversas atitudes humanas, é vista constantemente em programas com o intuito jornalístico. Também é comum no programa o apresentador simular os diálogos entre os personagens e encenar os fatos, sempre usando o recurso da sonorização, que aproxima a notícia com a teledramaturgia e o espetáculo no telejornal.

Com isso o telejornal acaba transformando-se em um *grandeshow*, para atrair os espectadores e ganhar mais números na audiência, transformando os fatos sociais em diversão. Um grande exemplo é a reprodução da ‘dança da cova’ reproduzida pelo apresentador, que comemora com música e coreografia a morte de infratores que trocaram tiros com a Polícia ou respondiam por algum crime. Rezende (2000) ressalta o uso de sensacionalismo e do espetáculo como notícia: “Movida por essa ideologia do entreter para conquistar maiores níveis de audiência e faturamento, a televisão privilegia a forma de espetáculo” (REZENDE, 2000, p. 35).

Nessa perspectiva, pode-se contrapor o telejornal Cidade Alerta Amapá, que é um exemplo clássico de exaltação de conteúdos e acontecimentos mais sensacionais, que chamam a atenção das pessoas, até os telejornais que são vistos por alguns espectadores como referência e padrão, que é o caso do Jornal do Amapá. Enquanto no programa policial Cidade Alerta AP os profissionais abusam de gesticulações e entonações exageradas da voz, espetacularizando as notícias, no Jornal do AP, que trata as notícias como uma forma mais delicada, além de não exibir imagens que podem ofender a integridade física e psicológica dos participantes das matérias.

Produção do telejornal, emissão e critérios de noticiabilidade

A estrutura também é uma categoria aplicada no objeto de estudo, ela descreve os objetos no que se referem a tempo do programa. Geralmente, inicia-se o programa com um convite para assisti-lo até o fim, convidando os espectadores a sentar-se na frente da televisão e acompanhar as notícias do dia. Ao iniciar e encerrar as reportagens tem um comentário e é expressa a opinião do que foi noticiado. Na categoria, o item da estrutura tem como um dos princípios a ubiquidade que é utilizada então para detalhar com mais profundidade a estrutura do telejornal:

O conjunto de enunciados dos telejornais provoca o efeito de “ubiquidade”, associada diretamente à capacidade de percepção do receptor. Ele tem a sensação de que pode ver tudo, estar em todo lugar e de que nada ficará de fora. A sensação de onipresença é promovida pela multiplicidade de olhares, pela variedade de fontes e imagens – filmes, tapes e transmissões direta (BECKER, 2005, p. 76).

A forma opinativa e espetacular como Trindade conduz o Cidade Alerta Amapá torna-se o ponto de destaque do telejornal. As matérias não têm um tempo fixo para serem transmitidas e o apresentador tem o tempo livre para comentar as reportagens. Por edição são noticiadas cerca de cinco matérias, deixando evidente que é preciso analisar e selecionar as notícias para a veiculação, escolhendo algumas e excluindo outras, de acordo com a metodologia de Becker esse é o princípio da neutralidade. Sempre apresentando o programa em pé, o locutor ganha agilidade nas suas performances e assim, dá mais ênfase a sua fala, as gesticulações também são evidentes.

Becker (2005) explica essa dinâmica em seu livro ‘A linguagem do telejornalismo’:

A forma como os telejornais refletem e produzem a realidade também está patente na maneira de distribuir as matérias nos noticiários. Eles são organizados em pedaços de realidades televisuais, recheados de significação, que correspondem aos blocos. A estrutura

narrativa das edições de cada telejornal organiza modos de ver e olhar o mundo, como os atos de uma peça teatral (BECKER, 2005, p. 77).

A narrativa do telejornal é estruturada a partir de blocos, o programa policial é dividido por quatro blocos, que duram em média dezesseis minutos cada um, sendo que cada bloco exibe duas reportagens que são separadas por intervalos comerciais com cerca de quatro minutos. Nas passagens dos blocos para os intervalos o apresentador chama a atenção dos telespectadores para que eles não troquem de canal e que ele espere a volta dos comerciais para continuar informado, ele costuma usar as notícias destaques para que os telespectadores não se desvinculem do canal, essa ideia de manter-se ligado ao programa denomina-se relaxação.

A ética e o papel do jornalista

A reprodução da dança em comemoração à morte dos infratores leva ao público a violência social. Porque com isso o programa tenta criar a ilusão de solução fácil ao caos, o que faz com que os telespectadores tenham uma concepção de justiça que não é correta, e que é decretada pela visão da produção do programa. A exposição das intimidades das pessoas toma conta da programação dos veículos de comunicação, mostrando a irresponsabilidade dos profissionais para com as pessoas, que erradas ou não, de nenhuma maneira devem ser julgadas por tais que fazem parte da 'comunicação'. As cenas de desgraças da vida humana são levadas ao gosto coletivo e transformam o jornalismo em entretenimento, que com o uso de imagens e dos sons ajustados com palavras fornecem a sensação de verdade nos fatos aos telespectadores.

Como o tempo é valioso na televisão, a produção do programa tenta bombardear o espectador de notícias e acontecimentos, tornando banal o que é noticiado, deixando assim de selecionar e analisar fatos de grande importância que estão acontecendo e que são velados para a sociedade, e acabam não os veiculando.

O receptor como sujeito participativo

As primeiras teorias da comunicação consideravam os receptores de informação como sujeito passivo, a informação era inserida e este iria reagir de acordo com as informações passadas, não levando em conta a questão social e historicidade da pessoa, essa comunicação era vista de forma linear.

Novos estudos acerca desse tema, os efeitos da notícia no receptor, foram feitos ao longo dos anos, são muitas teorias e cada teórico explica algo dessa relação. De acordo com Teorias da Comunicação (2001) a Teoria dos Efeitos Limitados trouxe uma perspectiva diferente sobre essa relação, ela leva em conta o meio social onde o indivíduo está inserido e seus pressupostos que usa para filtrar a notícia. Tendo como principais teóricos Kurt Lewin e Paul Lazarsfeld, onde um analisava o indivíduo em seu meio social e o outro questões psicológicas.

A Teoria dos Efeitos Limitados é um marco para a comunicação, pois nela o Mass Media perde seu poder absoluto, onde sua ação possui influência limitada sobre os indivíduos, sendo considerada parte da vida social, algo que complementa. "Entre a ação dos meios e os efeitos, atuava uma série de processos psicológicos" (HOHLFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2001, p. 126). O processo de comunicação dessa forma perde a ideia de linearidade, visto que os efeitos não serão diretos, pois passam por filtros individuais e de caráter social até que a mensagem seja absorvida pela pessoa, é o receptor fazendo uso de sua historicidade para captar as notícias.

Assim como os efeitos das ações são limitados, o receptor tem mais espaço nesse processo,

ele não é somente alguém que recebe a informação, mas que também pode participar no processo dela, atuando como receptor-ator, formando novos conteúdos, escolhendo quais assuntos serão pautados, ou seja, agindo com mais liberdade.

Na atualidade a internet alcançou um espaço muito aberto e utilizado, por ser um meio prático e rápido, onde a divulgação de informações se faz em questão de minutos. O público acaba reconfigurando sua função e ganhando poder, passando a participar intimamente do modo de fazer cultura.

Com o advento da internet, o receptor ocupa um status mais participação no processo de comunicação. Ele não quer mais somente ler as notícias, quer construir, analisar, debater e as redes sociais permitiram isso a ele. Com um smartphone em mãos o indivíduo pode filmar ou fazer fotos de um acidente, divulgando na web o fato antes mesmo que a imprensa.

Essa facilidade fez com que as pessoas se inserissem no processo e passaram de sujeito passivo para ativo, onde ele também apura e constrói a notícia. É claro que devem se atentar aos fatos, as redes sociais não possuem códigos de ética jornalista e as notícias falsas são uma realidade desse meio. Por conta disso o receptor se torna agente ativo nessa comunicação que não é linear e usa seus pressupostos sociais e psicológicos para analisar e filtrar os fatos.

As tecnologias avançam rapidamente. Mais rapidamente, em todo caso, do que a reorganização dos mercados da informação e da comunicação. Mais rápido, sobretudo, que a reflexão sobre o papel da informação na sociedade do futuro. Seja qual for a natureza da informação, o papel do receptor se impõe. Ele não é fiador da verdade, mas está cada vez mais onipresente inclusive em escala mundial (WOLTON, 2010 p.50).

Alguns jornais possuem aplicativos e sites para estreitar essa relação, nos aplicativos o receptor pode mostrar a realidade do seu bairro, fazer denúncias ou questionamentos ao poder público, tudo isso é mostrado nos jornais que destinam um horário do programa à fala do receptor.

Considerações finais

O artigo em questão teve como propósito analisar a forma como o apresentador de telejornal transmite as notícias, se há imparcialidade ou não nas palavras do jornalista e se isso interfere na tomada de decisão do receptor. A análise ilustrou bem o posicionamento do apresentador com o vídeo intitulado “A dança da cova” feita por Luís Trindade, mostrando seu tom de voz quando fala sobre matérias violentas, onde há a morte de alguém considerado criminoso e a espetacularização cheia de artifícios para prender a atenção do receptor.

Sobre a imparcialidade ser um mito, à luz das teorias e autores estudados compreende-se que a historicidade é própria do ser e que não se pode desvincular-se dela, pois a mesma molda pensamento e atos do indivíduo, mas o tema a ser discutido neste artigo buscou pensar no quanto o pensamento do jornalista interfere na construção da notícia, refletindo diretamente do pensamento crítico coletivo. Apesar do indivíduo possuir diversos filtros, isto não impede que absorva pelo menos uma parte do discurso do jornalista. Com um discurso extremamente carregado de palavras pesadas, que chegam a incitar a violência, principalmente aos marginalizados, conteúdo esse que é delicado por estar presente em um jornal de canal aberto, ou seja, os receptores têm opiniões muito diversas e o jornalista deve se manter o mais imparcial na medida do possível.

Posto isso, constatamos que a hipótese foi comprovada, pois sim, o jornalismo tem a função social de informar a sociedade acerca dos fatos de interesse público. Além do comprometimento do emissor com o receptor. Comprovamos também que a forma como o jornalista se põe

diante de uma notícia com palavras duras sobre os envolvidos em determinado fato, usando do sensacionalismo para ‘prender’ o público.

Essa forma pode estar carregada de um discurso de ódio que acaba tirando a importância do fato transmitido, desvalorizando a matéria. O jornalista, apesar de não conseguir alcançar o status de imparcialidade, pois tem sua historicidade, pode usar a ética na sua conduta e mediar o quanto a participação de seus pressupostos podem interferir na notícia.

Portanto, percebe-se a necessidade de questionamentos sobre esse tema, pois o jornalismo é de suma importância para a sociedade e fazê-lo de maneira ética é essencial. Sugere-se que façam novas pesquisas e análises sobre o assunto, pois é importante que esse tema seja bastante discutido, principalmente entre estudantes de comunicação social.

Referências

- AMARAL, M. F. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- ANGRIMANI, D. **Espreme que sai sangue**. São Paulo. Summus, 1995.
- AZNAR, H. **Ética y periodismo**. Barcelona: Paidós, 1999.
- BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornalismo**. Rio de Janeiro: E- papers, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- CHAPARRO, M. C. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 2007.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHRISTOFOLETTI, R. **Ética no Jornalismo**. São Paulo, Contexto, 2008.
- Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: <http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf> Acesso em: 12 de abril. 2017.
- CORNU, Daniel. **Jornalismo e Verdade: para uma ética da informação**. 4 ed. São Paulo Instituto Piaget, 1999.
- Dicionário online de português, **Sensacionalismo**. Disponível em <<https://www.dicio.com.br/sensacionalismo/>> Acesso em: 08 de abril de 2018.
- GABLER, Neal. **Vida, o filme**. São Paulo: Companhia das letras, 1999.
- GADAMER, Hans Georg. **Verdade e método**. Petrópolis: Editora Vozes. 1999.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO; Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (org). **Teorias da comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes. 2001.
- JAPP, P. M.; MEISTER, M; JAPP, D. K. **Communication Ethics, Media & Popular Culture**. New York: Peter Lang, 2007.
- MARCONDES FILHO, C. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1989.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.
- ROSSI, Clóvis. **O que é Jornalismo**. 1 ed. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo porque as notícias são como são**. Florianópolis: Ed Insular, 2 ed, 2005.
- VAN DIJK, T. **La noticia como discurso – comprensión, estructura y producción de lainformación**. Barcelona/Buenos Aires: Paidós, 1990.
- WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre, Sulina, 2010.



**EDUCOMUNICAÇÃO E SUAS
CONTRIBUIÇÕES NO AMBIENTE**

escolar



EDUCOMUNICAÇÃO E SUAS CONTRIBUIÇÕES NO AMBIENTE ESCOLAR

Laiza Monik de Oliveira MANGAS¹

Com o advento da tecnologia, estudantes e professores passaram a ficar mais conectados através de aparelhos eletrônicos, e como consequência, recebem informações o tempo todo. Esse paradigma definido pelo professor Adilson Citelli (2017) como aceleração social do tempo no espaço escolar, tem trazido mudanças significativas na didática das escolas.

O livro, foi por muito tempo, a principal fonte de informação e consulta dentro da sala de aula. O professor detinha o conhecimento através desse recurso, e apenas repassava para os alunos, não havendo troca de aprendizado e experiências. A convergência midiática, então, trouxe uma nova forma de trabalhar dentro da sala de aula, utilizando como teorias a Educação e Comunicação.

O campo intitulado Educomunicação propõe uma aprendizagem inovadora com o auxílio de recursos midiáticos dentro da sala de aula. É uma área que merece ser utilizada como prática constante, por ser uma importante ferramenta pedagógica e facilitar o aprendizado, levantando debates e discussões de assuntos socioculturais abordados nos meios de comunicação.

À vista disso, este artigo tem como objetivo apresentar o campo da Educomunicação no âmbito pedagógico, abordando suas importantes contribuições no aprendizado da equipe pedagógica e dos estudantes.

Para obter esse resultado, foi realizado uma pesquisa qualitativa com duas abordagens. A primeira, foi através da pesquisa bibliográfica que colheu informações acerca da Educomunicação, buscando trazer uma resposta para o objetivo proposto. Neste sentido, foi utilizado os estudos de autores como Citelli (2017) e Soares (2000;2011).

Por fim, com o propósito de abordar práticas educacionais no Brasil, foi feito uma pesquisa documental, utilizando como base o Manual de Comunicação e Uso de Mídias do Ministério da Educação (MEC).

Aceleração social do tempo no espaço escolar

Muito se discute hoje em dia, o papel determinante da tecnologia na criação de novas mentalidades, conduzindo pensamentos, ações e opiniões. Essa relação tem se evidenciado, principalmente nas escolas, em que alunos e professores passaram a ficar mais tempo conectados por meio de aparelhos eletrônicos, recebendo informações o tempo todo.

A aceleração social do tempo, termo utilizado pelo professor Adilson Citelli (2017), refere-se a um processo de transitoriedade, mobilidade e rapidez, do tempo em que vivemos, marcado pelas tecnologias da informação e da comunicação, pela internet e pelas redes sociais.

No ambiente escolar, esse processo tem trazido mudanças no método de ensino que sempre foi baseado na relação em que o professor detinha o conhecimento e o aluno apenas aprendia, definida por Paulo Freire (2017), como concepção bancária.

O educador já não é o que apenas educa, mas o que, enquanto educa, é educado, em diálogo com o educando que, ao ser educado, também educa. Ambos, assim, se tornam sujeitos do processo

¹ Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Amapá (UNIFAP), e-mail: laiza.mangas@gmail.com.

em que crescem juntos e em que os “argumentos de autoridade” já não valem (FREIRE, 2017, p. 96).

Como forma de mudar essa posição, o autor defende uma educação libertadora, na qual não existe mais apenas o professor como detentor do conhecimento, e sim um compartilhamento de saberes por meio do diálogo com o estudante. Com o aporte da tecnologia, é possível ter uma troca mútua de conhecimentos, visto que as informações estão acessíveis à todos.

A cultura baseada nos processos de intensa mobilidade, na qual e para qual os meios de comunicação e as tecnologias digitais jogam papel decisivo, traz consigo as dores e as delícias do transitório como, de um lado, a facilidade para circular informação e, de outro, a superficialidade nas relações, aodamento pragmático, impaciência no que exige ritmo lento – a exemplo do estudo sistemático e da reflexão, que são instancias decisivas da formação escolar dos estudantes (CITELLI, 2017, p. 19).

O autor pontua que a escola se encontra em um ritmo lento, ou seja, não acompanha o tempo acelerado que a tecnologia propõe. Esse é um dos principais problemas enfrentados por essas instituições.

O tempo em que vivemos é marcado pelas tecnologias da informação e essa dinâmica tem trazido mudanças no comportamento e cotidiano de quem trabalha com a educação. Pois, a informação está o tempo todo ao alcance do professor e do aluno, e isso influencia nos processos didáticos e afeta o ritmo das escolas, que ainda utilizam como didática predominante os livros.

A escola deixou de ser o único lugar de legitimação do saber, pois existe uma multiplicidade de saberes que circulam por outros canais, difusos e descentralizados. Essa diversificação e difusão do saber, fora da escola, é um dos desafios mais fortes que o mundo da comunicação apresenta ao sistema educacional (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 55).

O mundo da comunicação permite a ampliação do conhecimento o que antes só era possível dentro da escola e com uma única metodologia, o livro. Dessa forma, esse conhecimento obtido por meio das mídias é um desafio que a escola está enfrentando por não saber atrelar o recurso didático do livro com a tecnologia.

Quanto a esta questão, o autor Arlindo Machado (2002, p. 113), nos faz um questionamento: “não poderíamos pois dizer que os filmes, os vídeos, os discos e muitos programas de rádio e televisão são os “livros” do nosso tempo?”.

A indagação é curiosa para se pensar na importância do livro como recurso principal de ensino-aprendizagem na escola e o papel secundário que ele vem tendo quando comparado aos recursos midiáticos. Na compreensão de Martín- Barbero (2014, p.51):

O livro continuará sendo a peça-chave na medida em que a primeira alfabetização, a que abre o mundo da escritura fonética, em lugar de fechar-se sobre a cultura letrada, lance as bases para a segunda alfabetização, que nos abre as múltiplas escrituras que hoje conformam o mundo do audiovisual e do texto eletrônico.

Portanto, o livro continuará sendo o principal recurso na alfabetização, mas as mídias são um reforço do conhecimento, permitindo assim, um segundo ensinamento. Por conseguinte, as mídias são ferramentas importantes na cultura de uma sociedade, por meio delas é possível formar opiniões sobre determinado assunto.

Com a revolução tecnológica, a educação está passando para a fase em que se ensina pela comunicação. Ainda de acordo com a concepção de Martín-Barbero (2014), a escola precisa assu-

mir os meios de comunicação como estratégias de conhecimento, alterando suas formas de relacionamento e ensino-aprendizagem, capacitando assim, o educando para uma mentalidade crítica acerca do mundo em que vive.

A educação já não é mais concebível a partir de um modelo de comunicação escolar que se encontra ultrapassado tanto espacial como temporalmente por processos de formação correspondentes a uma era informacional na qual a idade para aprender são todas, e o lugar para estudar pode ser qualquer um (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 121).

O debate dentro da sala de aula, a utilização dos recursos da tecnologia, a preparação dos docentes e equipe técnica para trabalhar com mídias, já faz parte hoje da realidade da educação.

Dessa maneira, na era em que vivemos, atrelar a educação com a comunicação não é considerada uma opção, mas sim, uma necessidade. Diante das circunstâncias, um novo modelo, como a Educomunicação, é uma proposta que facilita o processo de ensino-aprendizagem.

Educomunicação e processo de ensino-aprendizagem

A Educomunicação é caracterizada por ser uma estratégia de ensino que propõe uma aprendizagem inovadora com o auxílio de recursos midiáticos dentro da sala de aula, trazendo ao aluno um ensino-aprendizagem dinâmico.

O termo surgiu na América Latina na década de 70 após um movimento em que um grupo de pessoas se reuniu para usar os recursos da informação na defesa de seus interesses. Os impulsores desse processo foram, Paulo Freire com a teoria da comunicação dialógica dos processos comunicacionais, e Mario Kaplún com os seus estudos na teoria da comunicação com os processos educativos.

No Brasil, o pensamento da Educomunicação ganhou repercussão na década de 1980, por meio do projeto rádio escolar, na Universidade de São Paulo (USP). O precursor do estudo no país foi o jornalista, doutor em comunicação, fundador e coordenador do Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo (NCE/USP), Ismar de Oliveira Soares.

Na compreensão do respectivo precursor do campo, a Educomunicação é definida como “o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de programas e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas educacionais em espaços educativos presenciais ou virtuais” (SOARES, 2000, p. 63).

Nesse contexto, essas ações estabelecem práticas educativas por meio de mídias, além de fortalecer ecossistemas comunicativos. Na visão de Kaplun (1999), a comunicação deve ser considerada não como apenas um instrumento midiático e tecnológico, mas, sobretudo, como um recurso pedagógico.

O ponto chave de ação da Educomunicação são os ecossistemas comunicativos. Na compreensão de Soares (2000, pp. 22-23), “o ecossistema comunicacional designa a organização do ambiente, a disponibilização dos recursos e o conjunto das ações que caracterizam determinado tipo de ação comunicacional”

Diante do conceito apresentado, é possível afirmar que a sociedade cria esses ecossistemas por meio de diálogos e muitas vezes utilizam recursos tecnológicos para reforçar esse vínculo.

Trata-se de reconhecer, agora, a existência de um campo inter e transdisciplinar, cujos lineamentos deixam de ser dados, apenas, pelos apelos, certamente necessários de se introduzirem os meios e as novas tecnologias na escola, e se expandem, sobretudo, para um ecossistema comunicativo que passou a ter papel decisivo na vida de todos nós, propondo valores, ajudando a construir modos de ver, perceber, sentir, conhecer, reorientando práti-

cas, configurando padrões de sociabilidade (CITELLI e COSTA, 2011, p. 7).

Conforme cita o autor, os meios de comunicação tem tido papel categórico na vida das pessoas, alterando e construindo modos de agir e pensar. Ao intentar nessa questão, é possível perceber a relação transdisciplinar que esses meios têm exercido na sociedade.

No que diz respeito ao emprego de meios na educação, bem-vindos sejam, desde que sejam aplicados crítica e criativamente, a serviço de um projeto pedagógico, ultrapassando a mera racionalidade tecnológica; como meios de comunicação e não de simples transmissão; como promotores do diálogo e da participação; para gerar e potencializar novos emissores mais que para continuar fazendo crescer a multidão de receptores passivos. Enfim, não meios que falam e sim meios para falar (KAPLÚN, 1999, p. 74).

A escola é considerada o espaço primordial na aplicação das práticas educomunicativas, sendo introduzida a partir de condições pedagógicas e interativas entre aluno e professor. Com essa prática se tornando constante, é possível abordar temas e discussões socioculturais dentro da sala de aula.

Ao planejar ações no contexto pedagógico, a escola precisa agregar três âmbitos específicos da prática educativa: gestão escolar, disciplinar e transdisciplinar. Soares (2011), informa que o âmbito da gestão escolar identifica e revê práticas comunicativas que caracterizam e norteiam a relação direção, professores e aluno no ambiente educativo. O âmbito disciplinar sugere que a comunicação, enquanto linguagem, se transforme em conteúdo disciplinar, e o âmbito transdisciplinar propõe que os docentes usem a linguagem midiática para aprofundar seus conhecimentos e traçar estratégias educomunicativas.

Assim é necessário adotar políticas que facilitem a formação desse novo docente-educomunicador. No Brasil, o Ministério da Educação (MEC) já disponibiliza a especialização em Mídias na Educação, cujo objetivo é proporcionar formação continuada para o uso pedagógico das diferentes tecnologias da informação e da comunicação.

A escola preservará sua função como a instituição educativa principal, só na medida em que for capaz de orientar os diversos aprendizados dos seus estudantes. Aprendizados que têm lugar dentro e fora dela, sobretudo e cada vez em maior proporção, estimulados pelos novos meios e tecnologias de informação existentes, tanto dentro dos sistemas educativos, quanto por aqueles que estão fora e são os meios e tecnologias com os quais cotidianamente interagem os sujeitos sociais (OROZCO, 2002, p. 68).

O docente educomunicador desempenha uma função essencial na educação através das mídias. É por meio desse profissional, que vai ser mediada essa relação, pois é ele quem vai repassar os conhecimentos, orientações e instigar debates na sala de aula. Na compreensão do respectivo autor, a escola deve orientar os educandos sobre como utilizar os meios de comunicação para fins de aprendizado.

Para cumprir seus objetivos, todo processo de ensino/aprendizagem deve, então, dar lugar à manifestação pessoal dos sujeitos educandos, desenvolver sua competência lingüística, propiciar o exercício social através do qual se apropriarão dessa ferramenta indispensável para sua elaboração conceitual. Em lugar de confiná-los a um mero papel de receptores, é preciso criar as condições para que eles mesmos gerem mensagens próprias, pertinentes ao tema que estão aprendendo (KAPLUN, 1999, p.73).

Em uma nova perspectiva, a escola passa ser uma fonte de múltiplos conhecimentos e saberes, dando suporte para que o aluno tenha condições de repassar o aprendizado adquirido.

No entendimento de Soares (2011, p. 9), “não se trata, pois de educar usando o instru-

mento da comunicação, mas de que a própria comunicação se converta na vértebra dos processos educativos: educar pela comunicação não para a comunicação”.

As práticas educomunicativas, de acordo com Soares (2000), podem ser desenvolvidas tanto por meio de programas escolares formais, quanto por meio de ações nãoformais de educação, como por exemplo, nas emissoras de rádio e televisão educativas e nas editoras de matérias didáticos.

Conforme Orozco (2002, p. 66), “cada meio e cada tecnologia exercem uma mediação particular nas pessoas com as quais interatuam e na estruturação dos próprios conteúdos que transmitem”. Em vista disso, para que as mídias sirvam para auxiliar no processo de ensino-aprendizagem é preciso entender as funções que elas desempenham, assim como trabalhar as características de cada uma.

No Brasil, os parâmetros curriculares introduzem a educomunicação como processo de ensino. O uso dos recursos midiáticos como prática educativa está legitimada pelo MEC, desde 2007, por meio do Programa Mais Educação.

O Mais Educação, por meio da Comunicação e Uso de Mídias, é um instrumento importante de flexibilização do currículo e de capilarização de uma proposta interdisciplinar. A verdadeira transformação e diferença que a Comunicação e Uso de Mídias pode fazer no ensino-aprendizagem é se essas tiverem na sua essência esse fazer; trata-se do grande diferencial dessas práticas (BRASIL, 2013, p.19).

O uso das mídias como práticas educomunicativas nas escolas brasileiras, conforme o Manual de Comunicação e Uso de Mídias do MEC, podem ser realizadas a partir de oficinas que incluam meios como: jornal, rádio, vídeo, fotografia e histórias em quadrinhos.

Essas oficinas possibilitam que o aluno amplie seus conhecimentos, além de permitir um trabalho interdisciplinar. Ainda de acordo com o manual, o jornal permite o exercício do texto escrito que pode ser integrado com a produção de quadrinhos, o vídeo possibilita a desconstrução e a recriação da linguagem da televisão presente na vida dos estudantes, o rádio exercita a linguagem oral e a fotografia trabalha a imagem da sociedade.

Quanto aos temas referentes à produção de conteúdo, o MEC incentiva trabalhar em uma perspectiva interdisciplinar e que se enquadrem nas outras possibilidades educativas oferecidas pelo Programa Mais Educação: Práticas escolares; Educação Ambiental; Direitos Humanos em Educação; Cultura e Artes; Cultura Digital; Promoção da Saúde; Investigação no Campo das Ciências da Natureza e Educação Econômica.

Metodologia

Este artigo tem o propósito de apresentar a Educomunicação e suas práticas no processo de ensino-aprendizagem escolar. Neste sentido, para o seu desenvolvimento foi utilizado o método qualitativo por meio de pesquisa bibliográfica e documental.

Ressalta-se que o estudo qualitativo, na compreensão de Marconi e Lakatos (2017), desenvolve-se naturalmente, oferecendo riqueza de dados descritivos, bem como focalizando a realidade de forma complexa e contextualizada. Dessa forma, esse tipo de método preocupa-se mais com o processo, permitindo uma melhor compreensão do assunto.

A pesquisa bibliográfica foi a principal abordagem utilizada para conseguir alcançar os objetivos propostos. Na visão de Fonseca (2002), essa técnica é realizada a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos.

Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. **Existem porém pesquisas cientí-**

ficas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, 2002, p. 32, grifo meu).

Diante disso, a pesquisa bibliográfica possibilitou recolher informações e conhecimentos relacionados ao tema, permitindo que fosse abordado de forma clara e concisa com os objetivos do trabalho.

Ainda relacionado a esse método, Boccato (2006) ressalta que a pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Além disso, traz subsídios para o conhecimento pesquisado, como e sob que enfoque foi tratado pelos autores.

A partir de aspectos teóricos adquiridos na pesquisa bibliográfica, foi possível compreender o campo da Educomunicação e suas práticas. É importante salientar que no tempo de convergência que estamos vivendo, tem se presenciado muitos estudos importantes voltados para a temática.

Dessa forma, na composição do artigo, os autores destacados foram: Citelli (2017); Freire (2017); Kaplún (1999); Martín-Barbero (2000); Orozco (2002) e Soares (2000;2011).

Com o intuito de exemplificar práticas educacionais no Brasil, foi realizada também, uma pesquisa documental. Essa abordagem se deu a partir de documentos oficiais disponibilizados pelo Ministério da Educação (MEC).

A pesquisa documental trilha os mesmos caminhos da pesquisa bibliográfica, não sendo fácil por vezes distingui-las. A pesquisa bibliográfica utiliza fontes constituídas por material já elaborado, constituído basicamente por livros e artigos científicos localizados em bibliotecas. A pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc. (FONSECA, 2002, p. 32).

Por meio da pesquisa bibliográfica foi obtido o primeiro contato com a temática, e posteriormente a pesquisa documental veio para complementar o conhecimento teórico. Ambas muitas vezes são confundidas por apresentarem características parecidas, no entanto, o autor destaca como principal diferença entre as duas, a natureza da fonte de ambas as pesquisas.

O documento analisado foi o Manual de Comunicação e Uso de Mídias o qual institui que as escolas públicas brasileiras devem trabalhar a Educomunicação por meio de oficinas e de forma interdisciplinar. Além disso, o documento apresenta maneiras e temas para trabalhar com esse campo.

Considerações finais

A Educomunicação é um campo de ação emergente na interface Educação e Comunicação e apresenta-se hoje como um excelente caminho de renovação das práticas sociais. Essa área propõe novos tipos de aprendizagem, utilizando recursos tecnológicos na sala de aula.

Diante disso, este artigo resultou em abordar aspectos que envolvem essa área, como o tempo midiático o qual estamos vivenciando e as mudanças que tem acarretado na rotina de alunos e professores, trazendo a Educomunicação como uma importante ferramenta de ensino.

Para que se obtenha um êxito dessa prática na sala de aula, é preciso que o professor saiba mediar essa relação. A proposta educacional é que o sujeito educador se transforme em sujeito educacional, sendo assim, tem a função de nortear a utilização das tecnologias como método de ensino-aprendizagem na sala de aula.

A Educomunicação pode ser trabalhada por meio de práticas desenvolvidas em oficinas pelos alunos, como é citado pelo Manual de Comunicação e Uso de Mídias do MEC, ou apenas utilizando as tecnologias para acompanhar informações e gerar debates de assuntos socioculturais.

A metodologia do trabalho, baseada na pesquisa bibliográfica e documental, foi imprescindível para compreender o processo em volta desse campo emergente. Cada autor tem seus enfoques e contribuições, o qual ajudou na defesa do meu ponto de vista.

À vista disso, discutir esse campo e apresentar novas propostas tanto para a Comunicação quanto para a Educação é uma forma de reforçar esse vínculo, trazendo assim, melhorias no processo comunicacionais e educacionais, contribuindo assim, na educação de crianças, jovens e adultos.

Referências

- BRASIL. Ministério da Educação. **Manual de Comunicação e Uso de Mídias 2013**. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=12328-comunicacaoe-usodemidias-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 8 mai. 2018.
- BOCCATO, V. R. C. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. **Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo**, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.
- CITELLI, Adilson Odair; COSTA, Maria Cristina Castilho. **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.
- _____. **Educomunicação: comunicação e educação: os desafios da aceleração social do tempo**. São Paulo: Paulinas, 2017.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017.
- GÓMEZ OROZCO, Guillermo. Comunicação, Educação e Novas Tecnologias: tríade do século XXI. **Revista Comunicação e Educação**, São Paulo, n. 23, p. 57-70, jan.abr.2002.
- KAPLÚN, Mário. Processos educativos e canais de comunicação. **Revista Comunicação e Educação**, São Paulo, n 14, p. 68-75, jan./abr., 1999.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2017.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Desafios culturais da Comunicação à Educação. **Revista Comunicação e Educação**, São Paulo, n. 18, p. 51-61, maio./ago. 2000.
- _____. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.
- PERUZZO, Cicilia M (org). **A mídia impressa, o livro e as novas tecnologias**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares, 2002. p. 178.
- SOARES, Ismar de Oliveira. Educomunicação: um campo de mediações. **Revista Comunicação e Educação**, São Paulo, n. 19, p. 12-24, set./dez. 2000.
- _____. **Educomunicação: O conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo: Paulinas, 2011.



**DEFLAÇÃO DE JUNHO DE 2017:
ANÁLISE DA REPORTAGEM DO
JORNAL NACIONAL DA REDE**

globo



DEFLAÇÃO DE JUNHO DE 2017: Análise da reportagem do Jornal Nacional da Rede Globo

Cláudio Morais SILVA Júnior¹
Vithória Cristina BORGES Barreto²
Paulo Vitor GiralDI PIRES³

A inflação corresponde ao aumento dos preços de forma contínua, generalizada e reflete os vários aspectos econômicos e sociais que culminam no aumento deste, como o desemprego e a alta procura e baixa oferta no mercado. Além disto, a inflação também provoca, por si, severas distorções na economia. O IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo) é o principal indicador da inflação no país. Aferido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, compara os preços para famílias com renda de 1 a 40 salários mínimos, do primeiro ao último dia do mês de referência, nas regiões metropolitanas de São Paulo, Rio de Janeiro, Belém, Salvador, Fortaleza, Recife, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Distrito Federal e Goiânia. É amplamente utilizado nas correções de balanços orçamentários e em demonstrações financeiras trimestrais e semestrais.

Deflação, por sua vez, é o processo contrário à inflação, sendo como esta um fenômeno também monetário. Quando há mais produtos disponíveis do que consumidores, os custos de produção tornam-se mais baixos ou eficientes, sendo possível produzir mais com a mesma quantidade de recursos, ou quando a demanda está baixa pelos mais variados fatores, como o desemprego, surge o cenário propício à ocorrência de episódios deflacionários, que não devem ser tratados como unicamente bons ou ruins em um cenário econômico. Enquanto a ocorrência esporádica pode resultar na retomada do poder de compra, pode muitas vezes indicar um processo de paralisação e colapso de toda a economia de um território.

O produto midiático a ser analisado é a matéria exibida pelo Jornal Nacional no dia 07/07/2017, e diz respeito ao fenômeno que foi chamado de “primeira deflação em 11 anos”. Em seus quase três minutos, a reportagem se passa em uma feira, associando o episódio econômico a melhores preços e a uma melhoria econômica relativa, e ainda que um economista e um professor de economia tenham sido entrevistados, quase nada se falou sobre as causas do atual cenário econômico, enfatizando apenas a safra recorde daquele ano. Muitas dúvidas e ruídos surgiram após esta edição do telejornal, especialmente por grande parte da população não sentir em seu dia-a-dia o que foi ali mostrado.

É necessário ressaltar a importância do jornalismo econômico tendo em vista o direito do cidadão à informação, portanto, quaisquer que tenham sido as razões para a negligência cometida na transmissão da notícia, vários questionamentos foram levantados, especialmente ao considerarmos o poder da mídia em influenciar os assuntos que estarão em voga ou mesmo a percepção geral sobre os mesmos, como quais seriam, de fato, os fatores que levaram à desinflação de 2017 e ao episódio deflacionário do mês de junho, e sob a hipótese do agendamento, quem são os sujeitos interessados ou beneficiados por este processo.

Serão explanados conceitos básicos sobre inflação e deflação, expostos dados acerca do desempenho econômico brasileiro durante o ano de 2017 e informações sobre a cena socioeco-

1 Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: jorn.claudiorreis@gmail.com

2 Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: vithoriabarreto2@gmail.com

3 Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: paulogiraldi2@gmail.com

nômica atual, compreendendo desemprego, recessão e aumento da pobreza, no decorrer deste artigo.

Altas taxas inflacionárias ou mesmo oscilações constantes atrapalham os agentes econômicos de realizarem previsões e dificultam toda a cadeia produtiva de um lugar. Um dos efeitos mais sensíveis dos processos inflacionários se dá sobre a classe assalariada, que possui rendimentos fixos e que vê seu poder de compra deteriorar-se em função da moeda enfraquecida em relação ao custo do produto e, por não ter acesso a investimentos indexados à inflação, não vê estes rendimentos acompanharem as progressões do mercado.

Inflação

Inflação pode ser conceituada como o avanço contínuo, progressivo e generalizado sobre os preços de bens, serviços e produtos, sendo assim, a inflação representa um encarecimento em tudo o que é produzido pela economia de um território e não apenas um ou outro item. Além disso, a inflação é um fenômeno monetário: devido ao aumento do custo de produção, da alta demanda sobre produtos ou quaisquer outros fatores que levem a um cenário inflacionário, é exigida correção contínua e prolongada sobre o valor dos produtos e não apenas esporadicamente ou em número limitado. Ainda sobre o caráter monetário da inflação, a elevação dos preços resulta na desvalorização da moeda pela redução do quanto de um determinado produto é possível adquirir com determinado valor, ou seja, a inflação resulta diretamente na corrosão do valor monetário. A expansão monetária, ou seja, o aumento da quantidade de moeda em circulação, também é fator importante a ser ressaltado.

Se a oferta de caviar fosse tão abundante quanto a de batatas, o preço do caviar – isto é, a relação de troca entre caviar e dinheiro, ou entre caviar e outras mercadorias – se alteraria consideravelmente. Nesse caso, seria possível adquiri-lo a um preço muito menor que o exigido hoje. Da mesma maneira, se a quantidade de dinheiro aumenta, o poder de compra da unidade monetária diminui, e a quantidade de bens que pode ser adquirida com uma unidade desse dinheiro também se reduz (MISES, 2009, pág. 61).

Ludwig von Mises argumenta que, se a quantidade de moeda em circulação aumenta, seu valor em relação aos produtos diminui diretamente, o que é em si um fator agravante sobre a inflação, onde economias emergentes, principalmente, utilizam do estímulo sobre a demanda e facilitação de acesso ao crédito para estimular a produção econômica, consequentemente, aumentando a quantidade de dinheiro em circulação, o que resulta logo a curto prazo no aumento das taxas inflacionárias. Mas expansão monetária não é sozinha o maior estímulo ao avanço da inflação, pois em cenários de inflação alta e persistente, o mero controle dos estoques de dinheiro não é suficiente para resolver efetivamente o problema. É possível afirmar, a priori, que a inflação resulta da má administração do agente econômico público - o governo - que provoca um aumento dos estoques de moeda em taxas acima do crescimento do produto, assim sendo, a redução da atividade - e consequente intervenção - estatal provocaria a resolução do problema inflacionário. A disputa dos demais e variados atores pela distribuição da riqueza pode ser também considerada um fator estimulante para a inflação, um forte exemplo disso é a diferença entre salário e preços de produtos, que tornam instáveis ou pouco confiáveis as relações entre

os assalariados e empregadores.

Outra face importante das causas dos processos inflacionários decorre das relações internacionais de comércio. Países mais dependentes do comércio exterior enfrentam as oscilações do mercado internacional e das ondulações sobre moedas mais fortes, isto afeta diretamente a distribuição entre a oferta dos bens, serviços, produtos e matérias, e a demanda sobre eles. De certo um tópico complexo e multifacetado como a inflação não deve, jamais, ser abordado de maneira simplista ou retilínea.

Deflação

Deflação é a retração contínua e generalizada dos preços de bens, serviços e produtos, ou ainda, representa uma valorização monetária sobre tudo o que é produzido por um período prolongado. É o processo inverso à inflação, sendo como esta um fenômeno monetário. Em decorrência da elevação da oferta em função da demanda, do barateamento dos custos de produção, da baixa demanda seja por padrões culturais da população, seja por fatores como o desemprego, a deflação não deve ser também abordada de maneira simplista e muito menos tida como unicamente boa ou ruim em um cenário econômico. Enquanto a ocorrência esporádica pode resultar na retomada do poder de compra, também pode indicar um processo de paralisação e colapso de toda a economia de um lugar.

Lembrando que a economia é a ciência que tem como objeto de estudo a produção, distribuição e administração de bens e serviços, logo, o comportamento e as preferências humanas são de extrema importância para esta disciplina. Acerca da deflação, a retração de preços em um período de recessão está intimamente ligada à expectativa da população por uma retração ainda maior, para adquirirem os produtos pelo menor preço possível.

Em um momento econômico onde as pessoas são desestimuladas a consumir, muitas vezes pelo desemprego e recessão ou mesmo quando a produção excede em demasia a demanda sobre o produto, os preços sobre os bens são diminuídos a fim de estimular o consumo e manter a produção. Com o poder aquisitivo comprometido ou sob expectativa de uma retração maior dos preços, os consumidores mantêm-se austeros levando assim a novas quedas nos preços dos produtos, até o ponto em que o custo de produção torna-se maior que o preço de venda, ocasionando assim maiores e sucessivas desacelerações, provocando mais desemprego, falências, até que chegue ao ponto de colapso geral na economia. E é por isto que em países com configuração semelhante ao EUA e Japão, a deflação pode ser até pior que uma hiperinflação.

A deflação é especialmente nociva para quem adquiriu bens com pagamento a longo prazo. Quem financiou carros ou imóveis por 20 anos, por exemplo, com a queda vertiginosa de preços acaba-se pagando mais do que o bem passou a valer.

Vale ressaltar a importância de não confundir deflação com desinflação. A desinflação é a desaceleração das correções inflacionárias, isto é, se as taxas caem de um dado valor para outro ainda positivo, o que houve foi uma diminuição do ritmo de avanço da inflação. Ainda, para que seja considerado processo deflacionário, a retração deve ser generalizada, progressiva e se manter por pelo menos um ano. Fora disto, são apenas anomalias.

Economia brasileira

A economia brasileira é oitava maior do mundo, classificada pelo FMI (Fundo Monetário Internacional) em seu relatório divulgado em 2017, e a primeira maior economia da América Latina, seguida pela Argentina. O Brasil é caracterizado por ser um país emergente, assim sendo,

tem sua economia ainda em desenvolvimento, e por isto fazendo parte do grupo “BRICS”, que é a associação dos países em mesmo estado econômico de crescimento, mas com diversas fragilidades tanto econômicas quanto sociais, formado por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul, que desempenham importante papel na economia internacional, influenciando demais países emergentes e de economia menos robusta. O Brasil também compõe várias organizações econômicas, como o Mercosul (Mercado Comum do Sul) e a União de Nações Sul-Americanas (UNASUL).

Apesar da relevância econômica do Brasil, este crescimento é pouco visto ou sentido pela população brasileira. A crise nacional de origem política é condição *sine qua non* para a crise econômica do país, principalmente pela intensa interferência do Estado brasileiro no mercado, que afeta os setores produtivos e se mostra pouco eficiente em incentivar o desenvolvimento empresarial, que deve obviamente passar por um severo processo de desburocratização, e a geração de empregos, além das políticas governamentais que fazem do Brasil um dos países menos economicamente livres e mais difíceis em captar investimentos e empreender.

Jornal Nacional

A mídia televisiva é o meio de comunicação de maior credibilidade especialmente nos países da América Latina e é fundamental para a democratização da informação, para isto, a mensagem deve ser passada de forma clara e sem ruídos ou omissões, e quando se trata de uma matéria veiculada pelo telejornal de maior audiência do país, que é o objeto de estudo deste artigo, a reportagem do Jornal Nacional da Rede Globo omite importantes informações acerca do cenário econômico nacional e ajuda a aprofundar mais outra crise: a crise de confiança na imprensa especializada por boa parte da população.

O Jornal Nacional (JN) é o principal telejornal do Grupo Globo, atualmente apresentado por Willian Bonner e Renata Vasconcelos, e foi o primeiro telejornal a ser transmitido em rede no Brasil, estreando em 1º de setembro de 1969. É compacto, apresenta de segunda-feira a sábado o resumo dos principais acontecimentos nacionais e internacionais em cerca de 45 minutos de duração e é, repita-se, o telejornal de maior audiência do país, apresentando pouco mais que o dobro da audiência do segundo colocado no horário nobre, apesar das duras críticas e tentativas de boicote organizadas contra a emissora, com um aprofundamento desta crise de credibilidade nos anos mais recentes, sob a acusação de ser parcial, “golpista”, manipuladora e ter interesses financeiros somados a proximidade com grupos políticos.

Análise

A matéria sobre a deflação supostamente ocorrida foi ao ar no dia 07/07/2017, retratando o fenômeno como o primeiro em 11 anos e causado pela safra recorde, ignorando as demais causas que foram também determinantes para este processo. Passa-se inteiramente em uma feira, enfatizando o quão baratos os preços estavam e associando o fenômeno a uma espécie de “xepa”.

As expressões “barato”, “queda de preços”, “vantagem” e seus sinônimos aparecem pouco mais de 10 vezes em uma reportagem curta, de 02:49 minutos. Somente em dois momentos, durante as falas do professor de economia da USP Heron do Carmo e do economista Eduardo Gianetti da Fonseca, falou-se da recessão e do desemprego como fatores que contribuem para a desinflação, ainda que brevemente.

A inflação em 2017 avançou, em média, cerca de 0,22% ao mês, recuando 0,23% somente em junho, voltando a avançar nos meses seguintes e fechando o ano com uma taxa acumulada de 2,95%, a menor desde 1998, quando atingiu 1,65%. Fica nítido então que apesar da leve retração em

junho, 2017 permanece registrando somente desinflação pois, como dito anteriormente, para que seja considerada deflação, a retração deve ser contínua e no mês em questão ocorreu somente uma flutuação atípica.

Foram múltiplos os fatores que resultaram na desaceleração inflacionária em 2017, o principal citado foi a safra recorde deste ano. O Levantamento Sistemático da Produção Agrícola de junho, divulgado pelo IBGE, apontava para uma safra de 240,3 milhões de toneladas em 2017, aumento de 30,1 toneladas em relação a 2016 e, pela razão simples entre oferta e demanda, é possível afirmar que a maior produção foi um fator importante para queda da inflação, com o preço dos alimentos mais baixo.

Sobretudo, é de extrema importância considerar que apesar da alta oferta, o número de pessoas desempregadas, que somavam 13% no segundo trimestre de 2017, e em situação de pobreza e extrema pobreza também cresceu vertiginosamente, havendo agora a possibilidade de o Brasil voltar para o mapa da fome da FAO (Food and Agriculture Organization of United Nations). Atualmente, são 13,3 milhões de brasileiros vivendo na extrema pobreza, ou seja, com menos R\$ 133,72 reais por mês. A desinflação neste cenário indicaria, também, uma tendência dos empresários a baixar os preços por não conseguirem vender suas mercadorias a uma população em nível crescente de empobrecimento.

Durante a reportagem, nenhum destes fatores foram citados. Apenas durante a fala do professor de economia da USP, Heron do Carmo, o desemprego foi citado, e enfatizou apenas como o desemprego “reduz o tamanho do mercado e conseqüentemente leva a uma pressão para redução do ritmo de aumento dos preços”, sem citar diretamente o empobrecimento da população brasileira.

A Hipótese do Agendamento (*Agenda Setting*), formulada por Mc Combs e Shaw (1972), trata da mídia como um mecanismo capaz de influenciar e, em certos casos, determinar quais temas estarão em voga para o público discutir. “As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas”. (Shaw, E. *apud* Wolf, 2001, p.144).

A reportagem do Jornal Nacional enfatiza uma melhora na economia por conta de uma suposta deflação, mas omite os reais motivos que normalmente provocam deflação e, na realidade brasileira, desinflação, que de fato são maiores do que o acontecimento que caracterizou um mês. Assim, o telespectador que não tem o conhecimento amplo da negatividade que estes fenômenos representam, é levado a acreditar na ideia de que a economia está crescendo com positividade, ainda que este não sinta esta melhora em seu dia-a-dia. “Nas sociedades industriais de capitalismo desenvolvido, em virtude da diferenciação e da complexidade sociais e, também, em virtude do papel central dos *mass media*, foi aumentando a existência de fatias e de «pacotes» de realidade que os indivíduos não vivem diretamente nem definem interactivamente a nível da vida quotidiana, mas que «vivem», exclusivamente, em função de ou através da mediação simbólica dos meios de comunicação de massa.” (Grossi, 1983, 225) *apud* WOLF, 2002. Desta forma, é fácil compreender que o Jornal Nacional expõe nesta notícia a “fatia” da realidade social que o brasileiro não viveu naquele mês de julho em que houve a anomalia na economia chamada de deflação.

Por conseguinte, a análise da agenda do meio televisivo leva, por um lado, a constatar-se a sua inadequação para determinar, no público, um conjunto de conhecimentos precisos (perfil alto da agenda) mas, por outro, realça a imagem política global que esse meio de comunicação fornece: trata-se, porém, sempre, de um efeito de agenda-setting, centrado não em noções específicas, articuladas e definidas na sua importância, mas em domínios simbólicos mais vastos e genéricos. O estudo da capacidade diferencial de

agenda dos vários mass media permite articular também qualidades de influência diferentes. (WOLF, Mauro, 2002, p. 65).

Diz Hohlfeldt (1997) “os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor o que pensar em relação a um determinado tema, como desejava a teoria hipodérmica, são capazes de, a médio e longo prazo, influenciar sobre o que pensar e falar”. A ênfase positiva que os meios de comunicação deram ao acontecimento, é o claro agendamento que busca destacar e valorizar a fala do presidente Michel Temer, que exatamente no mesmo período, encontrava-se na Alemanha junto com o então ministro da Fazenda que mais tarde viria a ser candidato à presidência da república, Henrique Meirelles, para o encontro do G20 - grupo dos 20 países com as maiores economias do mundo, mais a União Europeia. Em entrevista a jornalistas dos mais diversos veículos, questionado sobre a posição do Brasil no G20, o então presidente afirma que não há crise econômica no país.

Levando em consideração as palavras do presidente nesta ocasião e os dados demonstrados pelos indicadores da inflação, é possível afirmar que a maior parte da imprensa brasileira criou ou aderiu a tese de uma “decolagem” da economia, não sentida pela população brasileira, omitindo as variáveis preocupantes relacionadas à ocorrência de ciclos deflacionários e de desinflação, que beneficia diretamente o governo. É importante salientar que o agendamento ocorre envolvendo toda ou parcela substancial da mídia, portanto, ainda que o objeto de estudo deste artigo seja uma reportagem do Jornal Nacional, fato semelhante ocorreu com demais jornais e revistas de grande circulação, como Folha de São Paulo, Valor Econômico, Veja, Exame e o caderno de economia do portal de notícias UOL.

Considerações finais

Saber os rumos da economia da nação onde se vive é fundamental para o exercício da cidadania e o fortalecimento da democracia, e sob isto está assentado o dever do jornalista em atender o cidadão em seu direito à informação. Sabendo ainda da forte influência que o comportamento coletivo tem sobre a economia, e da capacidade que os profissionais da comunicação tem de orientar as tendências comportamentais de grupos sociais, é essencial a comunicação clara, precisa e simplificada das matérias econômicas sem que haja perda de seu sentido real ou uma descaracterização pela omissão de suas causas. Aliás, a omissão de dados econômicos ou manipulação sobre eles por fins diversos enfraquece sistematicamente a democracia.

Referências

- DORNBUSCH, R.; FISCHER, S. **Macroeconomia**. São Paulo: Pearson Makron Books, 1991.
- HOHLFELDT, A. Os Estudos Sobre a Hipótese do Agendamento. **Revista FAMECOS**, Rio Grande do Sul, v. IV, n° 7, 1997.
- LUQUE, C. A.; VASCONCELLOS, M. A. S. **Considerações sobre o problema da inflação**. In: Manual de economia. São Paulo: Saraiva, 1998.
- MANKIW, N. G. **Introdução à Economia**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.
- MISES, L. **As Seis Lições**. 7° ed. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2009.
- SHAPIRO, E. **Análise Macroeconômica**. São Paulo: Atlas, 1976.
- TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Editora Presença, 2002.
- SHAW, E. *apud* Wolf, 2001, p.144
- GROSSI, 1983, 225 *apud* WOLF, 2002, p.63
- G1. **Entenda o que é deflação e porque ela pode ser um problema para a economia**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/entenda-o-que-e-deflacao-e-por-que-ela-e-um-problema-para-a-economia.ghtml>> Acesso em: 07/05/2018.
- G1 - Jornal Hoje. **52 milhões de brasileiros vivem na pobreza, diz IBGE**. Disponível em: <<https://revis-tagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/noticia/2017/07/ibge-estima-safra-recorde-de-2403-milhoes-de-toneladas-em-2017.html>> Acesso em 20/05/2018.
- G1 – **“Crise econômica no Brasil não existe”, diz Temer ao chegar à Alemanha para encontro de cúpula do G20**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/crise-economica-no-brasil-nao-existe-diz-temer-antes-do-g20.ghtml>> Acesso em 22/05/18
- G1 - Jornal Nacional. **Em Junho, Brasil registra deflação, primeira vez em 11 anos**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/07/em-junho-brasil-registra-deflacao-primeira-em-11-anos.html>> Acesso em: 14/04/2018.
- GLOBO. **Memória Globo**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/formato.htm>> Acesso em: 22/05/2018.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Levantamento Sistemático da Produção Agrícola**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/economicas/agricultura-e-pecuaria/9201-levantamento-sistematico-da-producao-agricola.html?edicao=20757&t=publicacoes>> Acesso em: 22/05/2018.
- Rothbard Brasil. **Deflação pode ser uma coisa boa?** Disponível em: <<http://rothbardbrasil.com/deflacao-pode-ser-uma-coisa-boa/>> Acesso em: 26/04/2018.
- UOL. **Desemprego pode recolocar o Brasil no mapa da fome, diz líder do órgão da ONU para alimentação**. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/11/06/desemprego-pode-recolocar-brasil-no-mapa-da-fome-diz-lider-do-orgao-da-onu-para-alimentacao.htm>> Acesso em: 12/05/2018.



**JORNALISMO E PODER: A
CENSURA COMO FERRAMENTA
DE SILENCIAMENTO E O CASO
*alcinêa cavalcante***



JORNALISMO E PODER: a censura como ferramenta de silenciamento e o caso Alcinéa Cavalcante

Beatriz CASTRO¹

Thiago NUNES²

Paulo Vitor Giraldi PIRES³

Refletir sobre o mundo multimídia e a influência dos meios de comunicação na opinião pública, criticamente, através de análises estruturadas em conceitos da comunicação e do jornalismo será o principal foco deste artigo. A história do jornalismo também será ferramenta fundamental para a reflexão e compreensão das mudanças acerca da área da comunicação.

Para melhor entender o objeto de estudo escolhido, trouxemos para o debate a publicação feita em 2013 pelo jornal brasileiro “Terra” que envolveu a jornalista amapaense Alcinéa Cavalcante e José Sarney, ex-presidente da república, na época presidente do Senado.

A jornalista teve mais de vinte ações contra ela movidas por Sarney, todas as acusações consideraram que em seu blog havia conteúdo ofensivo a respeito do político.

Por fim, em 2013, a jornalista foi condenada pelo Tribunal Regional Eleitoral (TRE) a pagar mais de 2 milhões de reais por danos morais. Este não é o único conflito que envolve Sarney, há outros casos de conflito com Jornalistas. Em 2009 o Estado de São Paulo foi vetado de publicar notícias sobre os casos de corrupção envolvendo o presidente do senado, José Sarney. A censura ocorreu por decisão judicial do desembargador Dácio Vieira.

A análise midiática será feita a partir do conteúdo veiculado pelas mídias a respeito do caso da jornalista amapaense, que teve sua contas bloqueadas, fazendo um paralelo com teorias do jornalismo que estudam os efeitos desta área na sociedade. A análise consiste, principalmente, em assimilar as estruturas que tornaram/tornam o Jornalismo uma das ferramentas fundamentais do corpo social, desta forma, o método escolhido para fazer o estudo será de Análise do Discurso.

A teoria protagonista para realizar este parecer crítico será a “Teoria de Ação Política”, que compreende a função da política no cenário jornalístico e como o papel desta determina quais notícias chegarão ao público, Agregando ao estudo de caso, analisaremos o local dentro do global, entendendo as variações de tempo e espaço juntamente das especificidades da estrutura midiática e política no Amapá. A estrutura também será realizada a partir dos preceitos deontológicos do jornalismo, que consiste em uma série de acordos com relação aos direitos e a moral no exercício da profissão. Mídia e jornalismo andam lado a lado, logo é imprescindível a abordagem do tema. O jornalismo sempre esteve suscetível às mudanças, desde a criação da prensa móvel até a difusão dos meios digitais e diante disso estão envolvidos diversos interesses. Os jornais, por sua vez, em

¹Estudante de Graduação 3o. semestre do Curso de Jornalismo da da UNIFAP, email: abeatrizmcastro@gmail.com

²Estudante de Graduação 3o. semestre do Curso de Jornalismo da da UNIFAP, email: thiagofelipeeng96@gmail.com

³Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: paulogiraldi2@gmail.com

continuarem vivos. Devido à facilidade de acesso à internet, a criação de notícias tem se tornado de fácil, qualquer pessoa pode criar um blog ou vlog nas mídias sociais e expressar sua opinião sobre o que quiser, como quiser.

Para além disso, é possível observar a migração da sociedade dos meios materiais para os digitais. Hoje em dia é muito fácil carregar tudo o que precisa em apenas um objeto, como celular ou tablet, diante disso, jornais tradicionais ao redor do mundo tiveram de se adaptar a tais mudanças. A tiragem das revistas eletrônicas é um exemplo de como revistas e jornais, que outrora eram impressos, passaram a ser distribuídos em plataformas digitais.

O Jornalismo, enquanto quarto poder, tem a função intransferível de levar a veracidade dos fatos para os receptores. Portanto, de forma alguma a mídia poderia desvirtuar os caminhos da democracia, tendo em vista que o papel central da mesma é garantir que a sociedade não seja, em hipótese alguma, ludibriada por mentiras ou distorção de fatos. O jornalismo tem responsabilidade social com seus leitores, telespectadores ou ouvintes. Entretanto, é de conhecimento geral que um dos principais deveres do jornalismo não é cumprido por uma enorme parcela dos meios de comunicação de massa. Portanto, objetivamos aqui pesquisar a liberdade de expressão das mídias e os mecanismos de controle e censura dos poderosos financiadores políticos do âmbito comunicacional e, por conseguinte compreender o ofício do jornalismo na formação da opinião pública em diversos momentos, principalmente os de Eleição. Fatores que estão destacados no caso da jornalista Alcinéa e seu bloqueio de contas.

A política enquanto dispositivo de organização social

Maquiavel, em “O Príncipe” defende que o Estado possui poder soberano, ele defende que os fins justificam os meios para um bom convívio social, logo o Estado teria poder de intervir com violência de forma legítima. As funções básicas do Estado no Brasil são regidas pelos três poderes, estes criados por Montesquieu, são teorias propostas pelo iluminista que estão descritas em seu livro “O Espírito das Leis”. Essas funções básicas permanecem desde a Grécia Antiga, porém alteradas ao longo da história.

Portanto, o Estado não é simplesmente uma instância que legitima uma ordem estabelecida por uma ação de tipo “propaganda”. O Estado não é simplesmente uma instância que diz: a ordem social é assim, é bom que seja assim. Não é simplesmente a universalização do interesse particular dos dominantes, que consegue se impor aos dominados (é a definição marxista ortodoxa). É uma instância que constitui o mundo social segundo certas estruturas. Seria preciso jogar com a noção de constituição. As oposições que o Estado produz não são uma superestrutura: aí está outra palavra que é preciso varrer da linguagem, com toda a metáfora arquitetônica da superestrutura, da infraestrutura, dos níveis, da sociedade como casa, com um porão, um sótão etc. (Isso é psicanálise para enobrecer; o que eu fiz na forma de brincadeira, Bachelard teria chamado de psicanálise do espírito científico.⁹) O Estado não é simplesmente um produtor de discurso de legitimação. Quando se pensa em “legitimidade”, pensa-se em “discurso de legitimação”. Não é um discurso de propaganda pelo qual o Estado e os que governam por meio dele justificam sua existência como dominantes, é muito mais que isso. (BOURDIEU, 2012)

Mas para entender como muitas pessoas dentro da política aproveitam-se do discurso do filósofo para defender seus interesses (como o caso de Alcinéa Cavalcante com o Senador José Sarney) é necessário primeiro responder o que é política.

Política é a arte de ordenar, dirigir e organizar as nações ou Estados. A data de surgimento do termo é do período em que os gregos estavam organizados em cidades-estado (pólis), cerca de VI a.c. Diferente dos dias atuais em que atos políticos servem apenas para benefício pessoal, para os gregos a política tinha por finalidade a justiça comum, essa sociedade entendia a política como o ápice da realidade e liberdade humana.

É importante compreender que as ações políticas vão além do campo de ação eleitoral. Qualquer organização, seja pública, privada ou até mesmo familiar, já que ação política tem relação com o poder que alguém tem de comandar outras pessoas. Em geral, a percepção que se tem de política é negativa e deturpada, há certo distanciamento entre o ser político e as ações políticas. A política não é pra ser um problema ao cidadão, muito menos um assunto distante.

Mídia e censura: uma relação de poder

O significado literal de censura é reprovar, seja de instituição pública ou privada, algum tipo de conteúdo. Geralmente, o ato de censurar tem relação com interesses pessoais do censorador.

O Brasil possui um histórico negativo quando se trata de censura aos meios de comunicação, alguns acontecimentos históricos retratam bem essa triste realidade. Os jornalistas sofreram e sofrem até os dias atuais com a repressão vinda de pessoas poderosas, como políticos e empresários.

O período da ditadura militar brasileira (1964-1985), por exemplo, tratou a censura de maneira mais explícita, principalmente após o decreto do Ato Institucional Número Cinco (AI-5), que ocorreu em 1968. A censura prévia sobre a imprensa foi instaurada e todos os comunicadores que questionassem o regime militar seriam silenciados e punidos.

Diferentemente dos quatro atos anteriores, ele não tinha prazo para acabar. Os outros duravam 30, 60 dias etc. Eles permitiam uma série de medidas como a censura à imprensa, cassação de mandatos, demissão de funcionários públicos... Já o AI-5 ampliou o leque de arbitrariedades. Ele permitiu uma limpa no Judiciário, que até então estava sendo poupado, e proibiu a concessão de habeas corpus para acusados de crimes políticos. Isso significava, na verdade, a luz verde para a tortura. (BENJAMIN, 2013)

Resquícios desse período de terror para os jornalistas permanecem. Atualmente não existe decreto-lei que legalize a censura, porém comunicadores são censurados diariamente dentro de redações, blogs e etc. Há centenas de exemplos.

Após ser processado pelo empresário André Luiz Duarte Teixeira, o jornalista Aguirre Talento foi condenado pela justiça de Salvador a seis meses de prisão em regime aberto, além de ter que pagar multa. O caso de Alcinéa Cavalcante é outro que teve repercussão em todo o país; a amapaense foi condenada a pagar mais de R\$ 2 milhões em indenização por danos morais ao ex-presidente da república José Sarney.

Jornalismo, a mediação dos fatos e suas deontologias

Rossi (1980), afirma que “[...] Jornalismo, independente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes”. Esta definição resume de forma acessível o papel do Jornalismo socialmente. Enquanto função essencial da sociedade, o Jornalismo tem um objetivo principal: cativar o leitor e fazer com que o mesmo passe a consumir conteúdo jornalístico.

Com o passar do tempo, estudiosos das Ciências Sociais Aplicadas começaram a desenvolver estudos científicos aprofundados a respeito da Comunicação Social em geral, e logo após, mais especificamente sobre o Jornalismo. Sem dúvidas, isso não foi em vão. Não demorou muito para que os cientistas passassem a compreender a importância da comunicação e comessem a pesquisar como funciona a engrenagem da transformação de fatos em notas, notícias ou reportagens.

Dentro das práticas jornalísticas, existe uma sequência de normas e condutas éticas que os jornalistas enquanto mediadores sociais deve seguir, para que o jornalismo consiga realizar seu papel de forma coerente. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, elaborado pela Federação Nacional dos Jornalistas, é enfático em seu Art. 1º ao declarar que “O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação” (BRASIL, 2007, p.1).

O Jornalismo tem caráter social ao selar um pacto subentendido com seus receptores, tendo o dever se repassar as informações com veracidade, honestidade e compromisso.

Existe um acordo tácito entre os que escolhem esta profissão de jornalista e o leitor/ouvinte/telespectador que torna possível dar credibilidade ao jornalismo: o principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia não é ficção, isto é, os acontecimentos ou personagens das notícias não são invenção dos jornalistas. (TRAQUINA, 2005, p. 19-20)

Assim, o intuito primordial e principal do mesmo deve manter-se em cobrir fatos, escolher pautas, selecionar fotos ou usar a linguagem para levar ao receptor

informações relevantes que cumpram os critérios de noticiabilidade, desta forma, tornando o Jornalismo peça fundamental na construção da opinião pública e exerça o papel de quarto poder; assegurando ao leitor/ouvinte/telespectador suas liberdades básicas dentro da democracia, onde o direito à informação está inserido.

Liberdade de expressão e as contradições do regime democrático de direito

Liberdade é um conceito amplo, estudado por diversos autores da Filosofia. Repleto de definições e partindo de diversas ramificações, os conceitos de Liberdade sempre explicam a relação do homem com seu meio. Para Jean-Paul Sartre, por exemplo, o indivíduo é livre sempre, recusando o determinismo. O ser pode definir-se, mobilizar-se e viver da forma que bem entender, desconsiderando imposições externas, porque somente o ser pode determinar suas escolhas, tendo em vista que sua liberdade é absoluta ou não existe.

Já para Felipe Pena, jornalista e escritor brasileiro, em sua obra Teorias do Jornalismo, declara que a liberdade é limitada. “liberdade é um princípio não absoluto, submetido a um outro, muito maior, que é a dignidade humana, e os seus limites são o da alteridade, ou seja, o respeito pelo outro” (PENA, 2013, p.106).

A Liberdade também foi fator inspirador nos princípios da Revolução Francesa (1789-1799), momento histórico determinante nas mudanças socioeconômicas sociedade francesa, orientados pelo emblemático lema “Liberté, Égalité, Fraternité”.

Desta forma, é possível perceber que a liberdade é, historicamente, um objetivo entre os indivíduos, tendo em vista que a mesma transcende a vida material, fazendo do indivíduo partícula evoluída no universo.

A Liberdade de Expressão é uma ramificação dentro do debate sobre Liberdade.

Pautar a importância de se fazer livre ao se expressar é necessário, considerando que o poder de manifesto é intransferível e todos os cidadãos devem exercê-lo espontaneamente, assegurado pela Declaração Universal dos Direitos Humanos, no Artigo XIX.

Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e idéias por qualquer meio de expressão. (Declaração Universal dos Direitos Humanos, 1948, p. 5)

O debate sobre Liberdade de Expressão também se estende para a imprensa, sendo pauta frequente no ambiente jornalístico desde meados do século XIX. Detentora de enorme influência social, a mídia é alvo de censura por grupos de poder, que usam dos veículos de informação para a sua promoção. Portanto, é comum que os donos de grandes meios de comunicação tenham ligação econômica direta com grandes políticos e/ou outros empresários.

Desta forma, é importante observar que, por vezes, o jornalismo acaba servindo grupos sociais específicos e falha em seu papel social, que tem como valor primordial a comunicação sem fronteiras com todos os cidadãos; sejam eles negros, pobres, LGBT's, favelados, crianças ou adolescentes. Todos os grupos devem gozar livremente de representatividade e usufruir livremente do seu direito à informação.

Análise midiática - “xô, sarney!”

Este ano (2018) o Brasil elegerá mais uma vez seus representante. As eleições são peças fundamentais em um regime democrático de direito; é através da vontade popular que é cedida a alguns cidadãos o dever de governar o país. Após 30 anos da promulgação da última Constituição Brasileira, o Brasil poderá eleger pela 8o o novo presidente da República, Governadores, Deputados Federais, Deputados Estaduais e Senadores.

Em 2006, o Brasil também se preparava para eleger representantes referentes aos mesmos

cargos que os cidadãos brasileiros deverão escolher no ano presente. O Amapá, enquanto Estado da Federação, também foi palco da campanha política. Foi neste ano que, pela terceira vez o ex Presidente da República e então presidente do Senado Federal, José Sarney de Araújo Costa do PMDB-AP, candidatou-se mais uma vez para permanecer no cargo de senador amapaense, cargo que ocupava desde 1995.

A mobilização social contra a candidatura de José Sarney em 2006 foi intensa. A população revoltou-se contra o político, que tinha diversos processos de corrupção nas costas e que desde a criação do território do Estado do Amapá detinha o poder político, econômico e midiático nas mãos; as manifestações davam-se na arte, na música, na mídia e nos muros da cidade.

Transitando as ruas de Macapá que a jornalista, poeta e professora Alcinéa Cavalcante avistou em um muro residencial a arte que exclamava “Xô, Sarney”. Na época, Alcinéa possuía um blog que falava sobre os acontecimentos referentes ao Estado e, devido ao alvoroço social que atacava diretamente o senador, a repórter publicou em seu blog pessoal a foto do muro pintado e manifestou seu apoio ao amapaenses que repudiavam Sarney.

Imagem 1: O muro



Fonte: Blog do Pedro Nelito, 2006.

Não demorou para que Sarney também se mobilizasse à respeito da divulgação da charge e começasse a mover ações judiciais contra a jornalista amapaense.

[...] político é a pior raça, político não gosta de notícia, gosta de elogio. Uma casa ali na Mendonça furtado, pintaram o muro com um “Xô Sarney”, aí eu peguei a foto desse muro e postei em meu blog. O Sarney me processou pra tirar o blog do ar... aí pronto, tudo o Sarney me processava. Acabou tirando o blog do ar, tive que abrir outro (CAVALCANTE, 2018).

Enquanto referência nacional do jornalismo amapaense, a foto publicada no blog de Alcinéa tomou proporções inimagináveis e representou os anseios de diversos grupos sociais contrários ao político brasileiro. Jornalistas do Brasil todo cederam seus espaços de fala para apoiar a ação política de Alcinéa, que desafiou a tradição do jornalismo tucuju e afrontou espontaneamente um dos maiores detentores o poder socioeconômico nacional. Sete anos após o início das ações judiciais contra Alcinéa, em abril de 2013, o Tribunal Regional Eleitoral do Amapá (TRE- AP) sentenciou o bloqueio das contas da jornalista e a condenou a pagar uma multa de mais de R\$ 2 milhões sujeita a juros e multas, alegando que o PMDBista foi alvo de danos morais por parte de Alcinéa.

Matéria do Jornal Terra e a construção do discurso

O produto midiático utilizado como objeto de pesquisa para realizar o presente estudo foi noticiado em maio de 2013, escrito pelo jornalista Fernando Diniz, veiculada no portal online do jornal brasileiro “Terra” no editorial de Política. Como dito anteriormente, o caso icônico entre Alcinéa Cavalcante e José Sarney ocorreu há sete anos antes da notícia em questão, em 2006. No entanto, mesmo depois de quase umadécada do acontecido, jornais do Brasil inteiro permaneceram firmes em noticiar informações a respeito do caso.

Diante dos fatos, é possível fazer uma análise rigorosa quanto a veiculação da matéria do Terra, através de seu discurso. Segundo Scheibe (2013), jornalista e professora, o discurso é parte essencial da comunicação, inclusive a jornalística.

O discurso é o que nutre o Jornalismo. Manter um discurso é o principal objetivo seja de um texto jornalístico publicado no jornal impresso, ou em uma matéria de televisão, rádio ou internet. O discurso jornalístico é mantido permanentemente, seja através da fala para manter o canal (ficar falando no rádio para não ficar um espaço vazio), ou seja, através das ideias e argumentações. (SCHEIBE, 2013, p. 43-44)

O discurso mantém-se parte visceral da comunicação, pois é ele que impulsiona o sentido na mensagem, transmitida pelo emissor até o receptor e garante que a comunicação seja eficaz. Diante disso, o jornalista, enquanto mediador da mensagem, usa de seu discurso para transformar os fatos em notícia, de forma que o leitor/ouvinte/telespectador consiga compreender com clareza a mensagem.

Imagem 2: Reportagem parte I

Justiça bloqueia conta de jornalista condenada a pagar multa a Sarney

Alcinéa Cavalcante foi condenada a pagar multas que superam R\$ 2 milhões por causa de textos publicados em blog

A Justiça Eleitoral do Amapá mandou bloquear a conta corrente de uma jornalista condenada a pagar mais de R\$ 2 milhões em multas ao senador José Sarney (PMDB-AP). Alcinéa Cavalcante foi alvo de processos movidos pelo peemedebista por causa de textos publicados no blog dela durante a campanha eleitoral de 2006.

Naquele ano, Alcinéa publicou uma postagem em seu blog com a chamada “O adesivo perfeito”. Sugeriu a confecção de um adesivo com a frase “o carro que mais parece comigo é o camburão da polícia” e questionou aos leitores qual político deveria recebê-lo.

“Eu nem dava notícias de candidatos ao Senado, eu dava mais notícias para candidatos ao governo. Quando eu fiz uma brincadeira no blog, um leitor disse que o adesivo era para o Sarney. Aí, pronto. Já os outros candidatos - porque cada internauta um citava um candidato, a governador ou a deputado federal - nenhum se importou com isso, foi só o Sarney”, disse a jornalista.

Fonte: Portal de notícias Terra, 2013.

A manchete da notícia tem um encaminhamento específico. O foco do enunciado está sobre Alcinéa, dando direcionamento às consequências da sentença de bloqueio de contas na vida da

jornalista. Entretanto, não é a toa que esse direcionamento existe. De acordo com um dos critérios de noticiabilidade, dentre os vinte e quatro, Mário Erbolato (1991) acredita que o Interesse Pessoal seja um dos fatores que impulsionam um fato a ser transformado em notícia. Tendo em vista que o caso analisado tem como epicentro um conflito ideológico entre uma jornalista e um político, Fernando Diniz, enquanto jornalista tem interesses pessoais em botar o fato em evidência da mídia, dando destaque à conflitos parecidos entre jornalistas, censura e Estado.

Imagem 3: Reportagem parte II

Depois da publicação, Sarney pediu à Justiça Eleitoral que a postagem fosse imediatamente retirada do ar e exigiu a publicação de um direito de resposta, além da aplicação de multa de mais de R\$ 100 mil. Em uma decisão de setembro de 2006, o desembargador Luiz Carlos, do Tribunal Regional Eleitoral do Amapá (TRE-AP), que relatou o processo, ressaltou que a jornalista era responsável por aprovar os comentários de leitores do blog e por isso teria parte nas ofensas contra Sarney.

Alcinéa conta que passou a noticiar as ações movidas contra ela e começou a ser alvo de outros processos. "Cada vez que ele entrava com uma ação contra mim, eu noticiava. Aí ele me processava. E também eu colocava no blog matérias da mídia nacional que citavam ele. E ele me processava", disse.

Com juros e correções, as multas, somadas, passam de R\$ 2 milhões, segundo ela. Como a jornalista não possui bens para penhora, a Justiça decidiu mandar bloquear a conta dela. "É uma dívida impagável", afirma a jornalista, que é professora aposentada e recebe mensalmente cerca de R\$ 5 mil.

Procurada, a assessoria de José Sarney afirmou que não comentará o caso porque o senador está nos Estados Unidos. Ele participa do evento "Homem do Anc", promovido pela Câmara de Comércio Brasil-Estados Unidos. O homenageado é o presidente do BNDES, Luciano Coutinho.

Fonte: Portal de notícias Terra, 2013.

O desenvolvimento da matéria não destoa da chamada, permanece sendo direcionada à Alcinéa. O jornalista usa fragmentos de sua entrevista feita com a jornalista amapaense, e desta forma deixa explícito o lado da história que lhe interessa, e é desta forma que o discurso se constrói.

O discurso é a soma de experiências e interesses de quem o faz, nenhuma narrativa é nula de opiniões pré conceituadas, existem muitas influências acerca do discurso, que vão além da estrutura textual, por exemplo. Os motivos que levam o jornalista, nesse caso, a usar devidas palavras ou entrevistar apenas um dos atores do caso demonstram sua "manipulação" sobre o assunto, enquanto autor o jornalista julga algumas partes da história mais adequadas.

Esta análise também pode se aplicar à Teoria de Ação Política, que consiste em observar o emissor (jornalista) e encorpa às ciências do jornal os estudos sobre imparcialidade.

Quanto menor a cidade, maior é a facilidade de políticos controlarem meios midiáticos locais por modos ilícitos. Macapá não está fora desse contexto. Fato que ocasiona a omissão de informação pública, e afeta diretamente a vida das populações, por muitas instituições.

As instituições jornalísticas de cidades pequenas acabam favorecendo alguns políticos por diversos motivos. A necessidade de manter os jornais atualizados é um deles, já que muitas dessas organizações são pequenas e lutam financeiramente para continuarem vivas. Jornalistas dessas instituições sofrem com pequenos salários, pagamentos atrasados, falta de equipamentos para realização do trabalho. Ocasionalmente na ausência de necessidades diárias na vida do jornalista. Este, diante de tais situações, acaba por ceder à vontades de políticos e noticiam de maneira a realizar vontades dos mesmos.

A Teoria de Ação Política aplica-se a estes fatores, facilitando o entendimento do pesquisador. É impossível falar dessa teoria sem citar ações ideológicas de políticos sobre as informações, a direita e a esquerda expressam entendimentos diferentes na interpretação de que certos conteúdos jornalísticos buscam favorecer. Resumidamente, a direita aponta que os conteúdos presentes na mídia estão sob controle estatal, a esquerda julga de maneira oposta, defendendo que os meios midiáticos são definidos pelos interesses da burguesia.

Outro ponto crucial na construção do esclarecimento sobre a teoria supracitada é buscar entender que, tal controle midiático geralmente tem relação direta com interesses pessoais, em geral de cunho político. Existe uma troca de favores nessa relação, entre produtores de conteúdo e parlamentares.

Um exemplo comum é o de que muitos veículos recebem verbas para omitir ou para defender ações políticas de partidos ou representantes políticos, seja instituições midiáticas de pequeno ou grande porte. Fato que acaba refletindo em como os veículos irão reproduzir determinados conteúdos.

O tratamento que sofre a notícia antes de chegar ao receptor é o principal modo de se operar a chamada ‘manipulação’ jornalística. Entre a ocorrência de um fato social relevante, o acontecimento ‘objetivo’ e sua apresentação ao público surgem diversas formas de intervenção que alteram sensivelmente o caráter e, principalmente, o efeito dessas notícias. (FILHO, 1989, p.39).

É indispensável falar sobre a autonomia jornalística quando se trata de manipulação de conteúdo. O esperado é que o jornalista possua controle sobre aquilo que escreve, porém esse controle é questionável, já que tanto a linguagem verbal ou fotografia são considerados ideológicos como e estão estabelecidos em conjuntos de culturas das sociedades.

Para Herman e Chomsky, cinco fatores explicam a submissão do jornalismo aos interesses do sistema capitalista. Os cinco fatores são: 1) a estrutura da propriedade dos media; 2) a sua natureza capitalista, isto é a procura do lucro e a importância da publicidade; 3) a dependência dos jornalistas nas fontes governamentais e das fontes do mundo empresarial; 4) as ações punitivas dos poderosos; e 5) a ideologia anti-

comunista dominante entre a comunidade jornalística norte-americana. (TRAQUINA, 2005, pp. 165-166)

O caso de Alcinéa não é raro, a jornalista de trabalho independente agiu de modo a favorecer o seu pensamento, já que não escrevia como subordinada de algum órgão ou alguém na publicação. Porém, além de ser período eleitoral, tratava-se de alguém que detinha os meios midiáticos do estado.

Em época de eleição os políticos esperam que os canais midiáticos cumpram apenas uma função: transmitir apenas imagem positiva sobre eles. De fato, o controle ideológico existe e os meios convencionais acabam por serem submissos às ideias impostas. Todavia, meios alternativos, como redes sociais e blogs, dão mais liberdade ao escritor, este muitas vezes se desafia pondo sua liberdade a prova. Foi o que Alcinéa fez.

Como já dito, a amapaense, que em 2006 publicou em seu blog apoio ao povo que protestava repudiando José Sarney. Por divergência ideológica a jornalista foi processada e silenciada. Mesmo sendo uma situação em que ela era livre para falar da maneira que achava mais adequada, acabou por ser censurada, deixando claro que a Teoria de Ação política se estende até onde o poder censorador pode alcançar.

Considerações finais

O jornalismo é uma ferramenta social essencial na formação da opinião pública. É através dos veículos de comunicação que a maior parte da sociedade consegue inteirar-se de fatos relevantes e construir noções de juízo de valor, por exemplo. Por isso que a notícia deve ser veiculada de acordo com o contexto social dos receptores, como assegura o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

Mídia e política são vinculadas constantemente, porque é também através da veiculação de notícias a respeito do quadro político que o imaginário social acerca de assuntos parlamentares se constrói. Enquanto quarto poder, a mídia tem força social suficiente para ser alvo dos grandes políticos, para que através dos meios de comunicação possam promover-se e passar para o público alvo apenas suas qualidades.

No período eleitoral, a situação citada acima se faz mais forte ainda. Nesse momento decisório para a ocupação dos cargos parlamentares, os jornais são parte fundamental e impulsionam o receptor a selecionar para quem destinar seu voto, e é por isso que os políticos escolhem financiar os veículos de comunicação, para ganhar audiência e sobressair-se em comparação aos candidatos concorrentes.

No entanto, nem todos os canais de comunicação cooperam com os políticos financiadores, e assim conseguem manter-se independentes do financiamento e não ter que dar visibilidade ou simplesmente abafar escândalos de políticos que precisam completamente do apoio midiático para manter a credibilidade com a sociedade.

Por vezes, esses casos de financiamento político acabam causando o rompimento das empresas jornalísticas com as deontologias do jornalismo, porque ao fazer esse tipo de acordo, alguns grupos serão negligenciados e o jornalismo tem o papel de ser mediador da democracia e todos os cidadãos merecem receber informações sob o mesmo grau de importância.

Desta forma, não é raro vermos casos semelhantes ao da jornalista Alcinéa Cavalcante e do ex presidente José Sarney em época de eleição, onde o jornalista é “independente” e dono de seu próprio veículo de comunicação é alvo de cassação política; censurado por políticos que se igualam a coronéis e não a funcionários públicos à serviço da sociedade, o que os parlamentares realmente são.

Por fim, com esta análise foi possível perceber que a desregularização do Jornalismo deixa brechas no exercício da profissão e os financiamentos acabam tirando do jornalismo a autonomia de realizar seu papel de fato, que é noticiar fatos de interesse público, não que sirvam de promoção para grupos específicos.

Referências

BOURDIEU, Pierre. **Sobre o Estado**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade**. São Paulo: Contexto, 2013.

Blog do Pedro Nelito. Disponível em: <<https://blogdopedronelito.blogspot.com.br/2006/09/x-sarney.html>>. Acessado em: 27 de maio de 2018.

Brasil de Fato. “**AI-5 foi luz verde para a tortura**”. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/node/26918/>>. Acesso em: 21 de maio de 2018

CAVALCANTE, Alcinéa. **Entrevista concedida a turma de Jornalismo 2017**, da Universidade Federal do Amapá. Macapá, 27 de abril de 2018. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Disponível em: <http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em: 28 de maio de 2018.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória**. Rio de Janeiro: 2009.

Declaração Universal dos Direitos Humanos. Disponível em: <http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/por.pdf>. Acessado em: 21 de maio de 2018.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**. São Paulo: Summus, 1996

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo – redação, captação e edição no jornal diário**. São Paulo: Ática, 1991.

FILHO, Ciro Marcondes. **O Capital da Notícia: Jornalismo como Produção Social da Segunda Natureza**. São Paulo: Ática, 1989.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da Transparência**. Petrópolis, Rj: Vozes, 2017

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**, porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2e.d, 2005.

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de; SAAR, Cláudia Maria Arantes de Assis;SCHEIBE, Roberta. **Introdução ao Jornalismo**. Macapá: UNIFAP, 2013.

PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2013.

ROSSI, Clóvis. **O que é Jornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

Terra, **Justiça bloqueia conta de jornalista condenada a pagar multa a Sarney**. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/brasil/politica/justica-bloqueia-conta-de-jornalista-condenada-a-pagar-multa-a-sarney,bd38abe3d79be310VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>>. Acessado em: 28 de maio de 2018.



**FUNK COMO INSTRUMENTO DE
TRANSFORMAÇÃO:
ENTREVISTA DA CANTORA**

anitta



FUNK COMO INSTRUMENTO DE TRANSFORMAÇÃO: entrevista da cantora Anitta

João Paulo Nascimento Souza PENNAFORT¹

José Raimundo da Silva KOGA²

Paulo Vitor Giraldi PIRES³

A cantora brasileira Larissa Macedo Machado, conhecida artisticamente como Anitta, foi convidada para palestrar na 4ª *Brazil Conference at Harvard & MIT*, com o tema “Ação que transforma”. Anitta foi entrevistada no primeiro dia da conferência, em 06 de abril de 2018. O evento é anual e acontece desde 2015, ele é organizado pela comunidade brasileira de estudantes na região de Boston-EUA. Onde ocorre em duas universidades que dão nome à conferência, Universidade de Harvard e Massachusetts Institute of Technology, com a finalidade de promover o debate entre líderes e representantes da diversidade nacional e internacional, sobre variados temas envolvendo o Brasil⁴.

A conferência foi pensada em 2014 por estudantes brasileiros de graduação, representando um movimento, que queria levar para Boston brasileiros que pudessem discutir os problemas e o futuro do país. Com a solicitação de brasileiros da Harvard Kennedy School, decidiram criar então a Brazil Conference, que poderia contar também com a participação de alunos de mestrado e doutorado. O que nasceu como um pequeno evento para comemorar os 30 anos da Democracia do Brasil, tornou-se um marco para os estudantes, que a cada ano contam com um número maior de participantes, embaixadores e patrocinadores.

Provavelmente a funkeira deve ter sido convidada porque já recebeu álbum triplo de ouro e duplo de platina no Brasil, por se manter no topo das músicas mais ouvidas pelo *iTunes Brasil* e ser eleita “A artista do Ano”, além de ser eleita pela Associação Paulista de Críticos e Artes – APCA, como a revelação do ano na música, em 2013. Ainda, ganhou o prêmio *EMA Worldwine Act Latin America*. Já foi considerada pela revista francesa *Paris Match*, como “A rainha do pop”. Nos anos de 2016 e 2017 foi premiada pela *MTV Europe Music Awards*⁵.

Anitta foi convidada para falar, na conferência de 2018, sobre a música como instrumento de transformação, a artista brasileira tinha como plateia estudantes, representantes políticos e do empresariado. A cantora falou de sua infância e do início da carreira em bailes funk. Esclareceu que artistas de funk cantam o que vivenciam cotidianamente nas favelas. Narrou sua estratégia comercial e mercadológica para atingir o público nacional e internacional. Fez uma crítica política e social sobre a educação como principal necessidade do Brasil, para que resultados a longo prazo possam ser obtidos⁶.

Apesar da existência de uma variedade de artistas e/ou intelectuais brasileiros, houve uma repercussão crítica questionando sobre o fato de uma cantora funkeira, ter sido convidada para participar da conferência de Harvard⁷. Talvez pelo fato, de que o principal gênero musical da entrevistada

1 Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, e-mail: jppennafort@gmail.com

2 Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, e-mail: jrskoga@gmail.com

3 Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, e-mail: paulogiraldi2@gmail.com

4 BRAZIL CONFERENCE AT HARVARD & MIT-BCAM. 4ª, Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos. Ação que transforma. 2018.

5 Biografia da Anitta. Disponível em: <http://centralanitta.com/biografia>. Acesso em 07/04/2018 às 22:44.

6 MACHADO, L. M. Music as an instrument for transformation: entrevista. [6 de abril, 2018]. Cambridge: *Brazil Conference at Harvard & MIT*. Entrevista concedida a Larissa Maranhão.

7 VILLA, M. A. **Anitta em Harvard? Mais uma da elite rastaquera brasileira**. Jovem Pan, O Globo, 13 fev. 2018. Disponí-

é comumente relacionado a uma suposta “baixa cultura”, por ser considerado apologia ao crime, exposição do corpo e a constante evidência, por parte da mídia, de uma ligação entre funk e criminalidade nas favelas, associando o funk com o “excluído”, o “marginal” e o “ilícito” na cultura brasileira (MENDONÇA, 2011, p.14).

Aqueles que estigmatizam o funk, poderiam ao menos observar que há uma mensagem por trás disso tudo, há um contexto social. Mesmo quebrando regras e padrões morais, o gênero musical exhibe letras que provocam reflexões. Letras estas, que, muitas vezes, são criadas por pessoas alheias a belos roteiros turísticos e culturais, as quais provavelmente devem estar descrevendo aquilo que vivenciam em seu cotidiano, como violência, drogas e erotismo.

Algumas conotações negativas apresentadas, por exemplo, em sites de notícia⁸ acerca do gênero musical em estudo, por vezes deturpam ou desviam a reflexão da sociedade quanto ao discurso de demandas sociais expostas nas letras de funk. Vale ressaltar que a mídia tem um papel fundamental no reconhecimento e expansão desse movimento cultural. Pois ela propulsiona a cadeia produtiva do seguimento musical, que mesmo em meio a um forte preconceito, o gênero funk existe e é visível tanto ao público consumidor quanto ao crítico. Por sua capacidade de legitimar demandas sociais e construir o sentido de pertencer a uma comunidade, servindo também como território de disputas em torno da hegemonia cultural.

O produto jornalístico analisado foi extraído da mídia social *Youtube*, o vídeo foi publicado na categoria entretenimento, portanto um produto de infotainment. Trata-se de uma entrevista da comunidade brasileira de acadêmicos de Harvard e MIT, com duração de 1 hora, 44 minutos e 7 segundos, de uma cantora de funk entrevistada por uma egressa da Universidade de Harvard. A análise foi realizada a partir do entendimento de que o fluxo de conteúdo, por meio de múltiplos suportes midiáticos torna-se mediador para que as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais tenham a participação ativa do público consumidor, visão conceitual defendida pelo autor Henry Jenkins (2009).

No ensejo, questiona-se por que a cantora Anitta foi convidada para falar sobre a música como instrumento de transformação? Como a mídia debate, na cultura da convergência, o gênero musical funk? Propõe-se com este objeto de estudo analisar como a mídia aborda o funk e qual discurso há por trás dessa abordagem.

Cultura da Convergência

A compreensão do conceito de cultura da convergência propicia avanços quanto ao modo de consumo, desafio mercadológico e impulsiona novas possibilidades técnicas e modos de produção. Defendida por Jenkins (2009), a convergência cultural é conceituada como:

O fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências

vel em: <http://www.blogdovilla.com.br/o-globo/anitta-em-harvard-mais-uma-da-elite-rastaquera-brasileira>. Acesso em: 08/04/2018, às 16:33.

8SARTORI, Ugo. **Funk de facção rival faz PCC espancar membro em presídio**. Notícias, R7, 27 jul. 2018. Disponível em: <https://noticias.r7.com/sao-paulo/funk-de-facciao-rival-faz-pcc-espancar-membro-em-presidio-27072018>. Acesso em: 15/09/2018, às 23:08.

VILLA, M. A. **Anitta em Harvard? Mais uma da elite rastaquera brasileira**. Jovem Pan, O Globo, 13 fev. 2018. Disponível em: <http://www.blogdovilla.com.br/o-globo/anitta-em-harvard-mais-uma-da-elite-rastaquera-brasileira>. Acesso em: 08/04/2018, às 16:33.

AMARIO, Lizandra. **Proibidão: municípios da Grande Vitória criam leis para evitar “Bailes Mandela”**. Redação Multimídia ESHOJE, 06 de set. 2018. Disponível em: <http://eshoje.com.br/proibidao-municipios-da-grande-vitoria-criam-leis-para-evitar-baile-do-mandela>. Acesso em: 15/09/2018, às 23:16.

de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 29).

A partir dessas transformações “o impacto é tão grandioso que toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia” (JENKINS, 2009, p. 29). Ganha-se um ambiente em que há uma forte participação da cultura de massa, há um compartilhamento tanto por parte das instâncias produtoras, quanto das receptoras, o que Jenkins delinea como:

A convergência, como podemos ver, é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima. A convergência corporativa coexiste com a convergência alternativa. Empresas midiáticas estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo midiático pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público. Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores (JENKINS, 2009, p. 46).

Na era da convergência “o consumo tornou-se um processo coletivo” (JENKINS, 2009, p. 30). Tal prerrogativa recai exatamente sobre como a mídia debate o gênero musical funk. É em torno do discurso da abordagem midiática sobre o funk que se possibilita um amplo debate quanto a mudança de paradigmas, preconceito, exclusão social e principalmente como uma ferramenta de notoriedade dos atores sociais do funk.

Cultura Midiática do Funk

Antes de falar sobre a cultura midiática do funk, é importante resgatar a história do gênero. O funk em sua origem deriva da *soul music*, que é o resultado da mistura do *rhythm and blues* _ músicas de artistas predominantemente negros _ e da música gospel. O termo funk era associado ao sexo, pois tratava-se de uma gíria de negros americanos para descrever o cheiro do corpo em relações sexuais. Todavia, em 1968, a expressão ‘funky’ perdeu seu estigma pejorativo, tornando-se algo como orgulho negro (MEDEIROS, 2006, p.13).

No Brasil o funk surgiu no final de 1970, na periferia carioca, sobretudo em bairros da zona Sul do Rio de Janeiro, bairros de classe média e classe média alta (FACINA, 2009, p. 2). A migração para o subúrbio se deu pelas equipes de som que possuíam aparelhagens e organizavam os bailes na época. Foi, então, que o gênero musical se firmou nas periferias e ganhou outros elementos culturais, surgindo os bailes de comunidade, com frequentadores assíduos. Porém, na metade da década dos anos 70, os bailes foram proibidos pela ditadura militar por reunirem grande quantidade de negros, e assim, levantarem a suspeita de ser um movimento social, foi, então que surgiu um movimento cultural de afirmação da identidade negra chamado pela imprensa de Black Rio ou bailes black (VIANNA, 1987, p. 58). Aos poucos os bailes ganharam o gosto da juventude pobre dos morros e se tornaram o principal espaço de sociabilidade e manifestação cultural (PIRES *et al.*, 2016).

Todavia, nos anos de 1990, o principal divertimento da juventude pobre carioca ganhou notoriedade midiática, pelas tristes chacinas da Candelária e de Vigário Geral, por arrastões ocorridos no Arpoador e em outras praias da Zona Sul do Rio de Janeiro, que foram apresentados, pelas criações midiáticas, como assaltos realizados por bandos de funkeiros favelados (FACINA, 2009, p. 4). Mesmo com todas as tentativas de repressão, no decorrer da década de 1990, o funk já era tocado em várias emissoras de rádio e passou a ter exposição em grandes veículos de comunicação, como o programa da Xuxa na Rede Globo (discotecado por DJ Marlboro por 4 anos) que popularizou e difundiu o ritmo fora do âmbito da favela (BESCHIZZA, 2014, p. 11).

A mídia se divide em promoção do funk e na conotação negativa que os bailes estão associados. O evento de Harvard, mostra claramente, por meio da fala da Anitta, que há uma mobilização por partes dos profissionais envolvidos na cadeia produtiva do gênero, que gera renda para muitas pessoas e que isso deve ser levado em consideração, mesmo em meio a falta de oportunidades essas pessoas almejam por ascensão social.

Discurso Midiático do Funk

Comumente associado à promoção do uso e comercialização de drogas ilícitas, ao estímulo à violência, a vulgarização do sexo e a problema de saúde pública. O funk é temática dos principais produtos jornalísticos do país, quiçá do mundo. Notícias como a submissão de projetos de leis são objeto de amplas discussões, matérias policiais descrevendo inúmeras ocorrências em bailes funks, sexo promíscuo sem o uso de preservativos ou ainda relacionados a adolescentes e crianças são frequentemente divulgados. Ora, a mídia constrói a realidade com valores (GUARESCHI, BIZ; 2005, p. 172), se ela diz que os bailes funks são uma ameaça esta será a opinião pública sobre os bailes. Porém, é salutar lembrar que existe um ator social nos bailes funks. Pessoas que vivem em um ambiente marcado pela carência, violência, tráfico de drogas, redução de oportunidades, características essas resultantes da pobreza e desigualdade social (DA COSTA NUNES, 2007, p. 2).

Jenkins (2009, p. 314) fala que cada vez mais, grupos ligados à comunidade do entretenimento estão usando sua visibilidade e influência para incentivar os jovens a uma maior participação no processo político. Tanto é verdade, que as próprias letras do gênero entoam a realidade da periferia, quando protestam contra a injustiça e a desigualdade social, demonstrando assim um cunho de cidadania (FACINA, 2009, p. 3).

O funk é um lugar de discursos, nele questionam-se, por exemplo, espaços de vivência e sociabilidade dentro e fora das favelas (COSTA, 2016). Como já diziam os MC's⁹⁰ Cidinho e Doca (SILVA; PEIZOTO, 1990):

Minha cara autoridade, eu já não sei o que fazer
Com tanta violência eu sinto medo de viver
Pois moro na favela e sou muito desrespeitado
A tristeza e alegria aqui caminham lado a lado
Eu faço uma oração para uma santa protetora
Mas sou interrompido à tiros de metralhadora
Enquanto os ricos moram numa casa grande e bela
O pobre é humilhado, esculachado na favela
Já não aguento mais essa onda de violência

Só peço a autoridade um pouco mais de competência

Eu só quero é ser feliz

Andar tranquilamente na favela onde eu nasci,

E poder me orgulhar

E ter a consciência que o pobre tem seu lugar

(SILVA; PEIZOTO, 1990)

⁹⁰ O cantor de funk no Brasil usa a sigla MC antes de seu nome, que significa Mestre de Cerimônia

Na letra da música, os cantores cobram direitos fundamentais de cidadania como segurança pública, lazer, apontam a desigualdade social como justificativa para deficiências básicas dos moradores das favelas, os MC's incitam o povo a reconhecer sua força. Por isso, diversos funk's discursam o cotidiano das favelas, assim, as letras dão voz à comunidade, que relaciona e expressa seus problemas para o conhecimento da sociedade em geral (FREIRE, 2011, p. 8).

Cobertura Midiática do Funk

Como esta análise partiu de uma entrevista da *Brazil Conference*, observa-se que os fóruns de debates ocorridos no evento são um espaço de reflexão, com uma pluralidade de temas, desde a busca pela recuperação econômica a avanços nas áreas sociais do Brasil.

Na emergência do movimento cultural do funk, amplamente conhecido e comentado, não só pela sociedade brasileira, mas também pelo mundo afora (ARRUDA *et al.*, p. 408), o gênero musical ganhou notoriedade na conferência pela participação de uma cantora funkeira. Se acompanhar o estilo musical, por alguns minutos, é possível ouvi-lo na mídia televisiva, em programas variados e peças publicitárias, no rádio, em lojas e em ambientes de entretenimento. Apesar deste aparente livre gosto/consumo cultural, o funk perpassa por uma complexa relação de sociabilidade, na qual se destaca a construção da figura do funkeiro.

Convergência cultural

Os dias atuais inclinam às pessoas a reivindicar o direito de participar da cultura, sob suas próprias condições, quando e onde desejarem (JENKINS, 2009, p. 247). Entretanto, para que isso ocorra, há uma série de batalhas para preservar e expandir o direito à participação. A voz dos descontentes moradores de favelas representadas em manifestações artísticas como o funk, revela há quase 50 anos as precárias condições de vida, mesmo que para garantir a atenção do público, recorram a produção de conteúdo audiovisual irreverente, o que vale mesmo é a notoriedade de uma população que exige e clama por seus direitos.

Mas a diferença, na atual conjuntura política brasileira, deveria ser maciçamente deflagrada nas urnas. Pois, é através do voto que o povo praticamente 'fala' unisonamente, protesta, recusa, demonstra com nitidez sua insatisfação, sua desobediência-inclusive no ato significativo do seu silêncio (MARCONDES FILHO, 2009, p. 171). O funk, segundo Anitta afirmou na palestra, vem de um povo de favela, um povo desacreditado de muitos dos seus ideais de vida. Por isso ela continua:

É muito difícil pra você que nasceu naquela realidade, você cantar sobre coisas lindas: o 'barquinho vai a tardinha cai'. Você nem tá vendo isso. O funkeiro canta, a realidade dele. Então se ele acorda abre a janela e vê gente armada, vê gente se drogando, se ele vê pessoas se prostituindo. É a realidade dele. Acaba que, aquilo é supernormal. Porque tem coisas que você não sabe, são da cultura de quem não tem as coisas. E não tem como a pessoa que, não teve, nem acesso a aprender outras coisas, você cantar sobre coisas diferentes, entende? Você vai acabar cantando sobre aquela realidade. Pra você mudar o contexto da letra que tá no funk, você tem que mudar o contexto da realidade de quem tá nascendo, ali naquela área, que faz o funk (MACHADO, 2018).

Contudo, na cultura da convergência, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos (JENKINS, 2009, p. 45). Assim, quanto mais propagado e difundido o funk, à medida que denunciam a violência, o tráfico de drogas, a prostituição, terão em seus consumidores veículos porta-vozes de formação de opinião e desconstrução da imagem negativa do funkeiro, bem como aliados na proposição de medidas que garantam melhores condições de vida para aquela população.

Negatividade da sociedade em favor da positividade

Em tempos remotos o funk era tratado como um estilo de música referente a pessoas socialmente excluídas: ‘pivetes’, ‘favelados’ e outras denominações ligadas à ‘marginalidade’ (ARRUDA *et al.*, p. 408). Durante a entrevista a Anitta afirmou:

Eu era black list de vários eventos, era barrada em várias situações, era rejeitada em revistas, jornais e em muitas coisas, porque eu fazia funk. E então, ninguém queria atrelar a minha imagem ou tirar uma foto comigo, porque estava atrelando a imagem a uma coisa pobre, a uma coisa ruim, de baixo nível segundo eles (MACHADO, 2018).

Em parte, o funk nasceu em comunidade de favela, a mídia não daria ênfase para este gênero, porém os instrumentos tecnológicos e a comunicação digital chegaram ao alcance deste público que por ventura passaram a aperfeiçoar e desenvolver com mais qualidade o gênero. Se de fato, o estilo musical desponta no ranking de mais tocado/assistido/ouvido, como consequência lógica, pode-se afirmar que o funk enquanto movimento social, ganha força suficiente para transpor barreiras e polarizar o ritmo em favor da comunidade para que cobre do Estado políticas públicas.

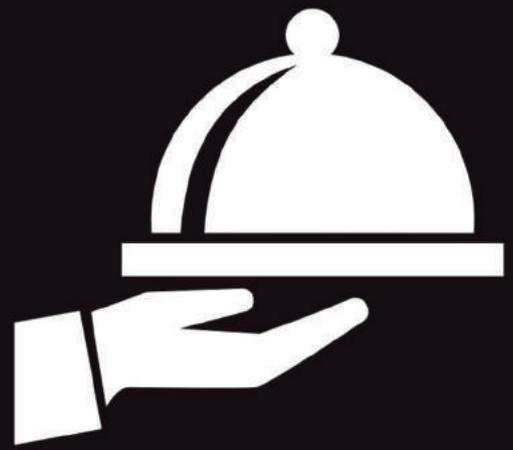
Considerações finais

Incontestavelmente, a música transformou a vida da cantora Anitta. Ela, que se apresenta de maneira irreverente, tem em seus clipes a participação de pessoas comuns, como empregadas domésticas, moto-táxis, garçonetes e que se mostra orgulhosa de sua ascensão profissional pelo fato de ter sido criada na favela. Ela é um reflexo de muitos brasileiros, os quais chegam ao sucesso graças a muito trabalho e dedicação.

A cultura da convergência é uma aliada para que muitos brasileiros sejam representados em manifestações artísticas como o funk, para que se revelem as verdadeiras deficiências socioeconômicas e se cobrem melhorias de vida ao poder público.

Referências

- ARRUDA, Angela *et al.* De pivete a funkeiro: genealogia de uma alteridade. **Cadernos de Pesquisa**, v. 40, n. 140, p. 407-425, 2013.
- BESCHIZZA, Christian Barcelos Carvalho Lima. Uma Introdução ao Funk Carioca: Trajetória Inicial e um Guia Bibliográfico para Futuras Pesquisas. **Sistema Eletrônico De Editoração de Revistas** – Universidade Federal de Uberlândia, Feb. 2014.
- COSTA, Natália Cristine. As funkeiras, o funk e um discurso que só elas podem fazer. **XVI Encontro Estadual de História da ANPUH**, 2016.
- DA COSTA NUNES, Antonio Carlos; TEMÁTICAS, Sessões. Juventude e Cidadania: um estudo sobre jovens do Movimento Funk na Comunidade Beira Linha, em Belo Horizonte. **O XIV Encontro Nacional da ABRAPSO – Associação Brasileira de Psicologia Social**, 2007.
- FACINA, Adriana. Não me bate doutor”: funk e criminalização da pobreza. V ENECULT-Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Salvador. **Anais do V ENECULT-Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**, 2009.
- FREIRE, Libny Silva. O endereço dos bailes: o funk como representação cultural carioca. **Fundação Biblioteca Nacional**. Ministério da Cultura. Programa Nacional de Apoio à Pesquisa, 2011.
- GUARESCHI, Pedrinho A.; BIZ, Osvaldo. **Mídia & democracia**. Evangraf, 2005.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- MACHADO, L. M. Music as an instrument for transformation: entrevista. [6 de abril, 2018]. Cambridge: **Brazil Conference at Harvard & MIT**. Entrevista concedida a Larissa Maranhão.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. Paulus, 2009.
- MEDEIROS, Janaína. Funk Carioca: crime ou cultura? São Paulo: **Terceiro Nome**, 2006.
- MENDONÇA, Vanderlei Cristo. A identidade funkeira e a luta contra a incriminação e discriminação da juventude pobre a partir do funk. **Anais do Seminário Nacional da Pós-Graduação em Ciências Sociais-UFES**, v. 1, n. 1, p.1-18, 2011.
- PIRES, João Augusto Neves *et al.* Cultura funk e subjetividades consumistas: sensibilidades da juventude no fluxo das periferias brasileiras. 2016.
- SILVA, Sidney (MC Cidinho); PEIZOTO, Marcos Paulo de Jesus (MC Doca). **Rap da Felicidade**. 1990. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Cidinho_%26_Doca. Acesso em 21 de maio de 2018.
- VIANNA, Hermano. O mundo funk carioca. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Museu Nacional. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 1988. 108 f.



**FAKE NEWS: DEBATE SOBRE A
ÉTICA NA PRODUÇÃO DE
NOTÍCIAS DIANTE DO CASO
DO “FALSO RESTAURANTE DE**

londres

FAKE NEWS: debate sobre a ética na produção de notícias diante do caso do “falso restaurante de Londres”

Júlia CALADO¹
Monalice NOGUEIRA²
Paulo GIRALDI³

Atualmente com o avanço das tecnologias no âmbito jornalístico, houve uma abertura para que pessoas sem formação pudessem produzir conteúdo para jornais e sites, e isso fez com que acabasse surgindo lacunas para a produção de notícias falsas. Não é de hoje que escutamos o termo Fake News, de fato, durante diferentes épocas da história houveram vários casos de propagação de notícias falsas que trouxeram graves consequências principalmente na política. No ano de 2017 nas eleições presidenciais americanas o termo voltou a ficar famoso, tendo uma grande facilidade de transmissão pelas redes sociais e sites de notícias.

A era digital pode ser entendida pela facilidade que os indivíduos possuem para expressar o que pensam de maneira ágil e rápido, atingindo um grande público em um pequeno espaço de tempo. Hoje no Brasil, as notícias chegam à praticamente todas as regiões, norte, sul, leste, oeste em poucos minutos. Com essa velocidade essas notícias acabaram se perdendo na produção, possuindo características mais incompletas pelo simples poder de quem vai publicar o fato primeiro ou mais rápido.

No jornalismo a rapidez em propagar os acontecimentos diários acabou sendo afetado de forma negativa, o conteúdo jornalístico veio com uma grande corrupção na ética e na apuração das informações. Assim como todo profissional, o jornalista tem uma grande responsabilidade com o que é posto na mídia. A sociedade atualmente tem uma ideia de que todos podem ser tornar jornalista pelo simples fato de ter acesso a meios que lhe dão oportunidade de publicar o que acontece ao seu redor.

A motivação do estudo é apresentar fatos que comprovem que as Fakes News existem e que elas estão presentes em todo lugar, e que podem prejudicar milhões de pessoas com um único clique. E através disso, o intuito é abordar hipóteses que ajudem a entender e comprovar esse fato e ainda desenvolver questões em que o jornalista muitas vezes acaba se envolvendo ao expor de maneira errada ou incompleta um conteúdo, diante disso expor ideias de como o profissional pode melhorar.

O jornalismo não tem somente um dever com a verdade, ele também é responsável em saber como construir uma matéria jornalística, mediante aos conhecimentos teóricos seguindo com veracidade, credibilidade e ética dos fatos. Tendo como exemplo a análise da conduta do jornalista OobahButler teve ao criar a sua notícia falsa e ter conseguido enganar metade de Londres.

Dentro dessa realidade buscaremos analisar a reportagem transmitida pela emissora Rede Globo através do programa Fantástico, “Jornalista põe restaurante falso no topo da lista dos melhores de Londres”.

A rede de televisão Globo está no ar desde 1965, anos após sua estreia foi criado o Programa Fantástico que tem como finalidade informar, denunciar e investigar questões sociais, sempre resultando uma grande audiência nas noites de domingo. Hoje sendo apresentado pelos jornalistas Poliana Abritta e Tadeu Schmidt.

O telejornal apresentou no dia 28 de janeiro de 2018 a reportagem que conta a história de OobahButler, um jornalista freelancer que estava atrás de uma renda extra, antes ganhava a vida fazendo avaliações de restaurantes para ganhar dinheiro, porém viu oportunidade de ganhar mais e ir mais longe então decidiu criar um restaurante.

1 Estudante de graduação do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: julia.britoap@hotmail.com.

2 Estudante de graduação do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: alicenogueira488@gmail.com.

3 Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: paulogiraldi2@gmail.com.

Pouco tempo depois já estava entre os mais disputados e era quase impossível fazer reversas para visitar o restaurante, e com isso acabou atraindo um grande público, mas o que ninguém esperava era que a história não passava de uma farsa e por trás só existiam truques. Pratos feitos com creme de barbear e grama e ainda tendo ajuda do photoshop para fazer com que os pratos ficassem mais atraentes para quem visse de longe.

O inglês descreve com clareza passo a passo de como conseguiu fazer com que seu restaurante falso ficasse tão famoso em pouco tempo sem precisar sair de casa, ele mesmo elaborou tudo desde a criação do nome do restaurante até os perfis falsos para receber críticas positivas.

Com isso o presente artigo tem como objetivo apresentar aspectos que explique o envolvimento das Fakes News com a mídia, com o processo de produção jornalística, com os critérios de ética, imparcialidade e veracidade que todo jornalista deve ter para si, e atrelado a isso relatar como a sociedade é afetada por esses processos, e como o papel do jornalista é importante para estruturação da informação.

A metodologia desenvolvida para começar a pesquisa é dar noção sobre as Fakes News, trazendo a tona soluções tomadas pelos meios de comunicação para evitar esse tipo de problema. Seguindo, retratar a importância do jornalismo e do profissional no seu processo de produção de informação. Diante disso realizar a análise sobre a reportagem que vai ter como alvo o jornalista que produziu uma notícia falsa justificando através de autores e teorias.

A volta das Fake News

O termo bastante usado chamado notícias falsas tem ganhado destaque em seu formato em inglês, Fake News. Esse tipo de informação consiste na transmissão descontrolada de desinformação via televisiva, rádio e principalmente nas redes sociais. O conteúdo falso é escrito e publicado com a intenção de enganar, de ter ganhos financeiros ou políticos, na maioria das vezes contendo manchetes sensacionalistas, distorcendo o texto para chamar a atenção. O site observatório da imprensa descreveu as funções das Fake News:

De acordo com o jornal britânico The Telegraph, fakenews são notícias falsas que podem existir por cinco motivos: com o intuito de enganar o leitor; como uma tomada acidental de partido que leva a uma mentira; com algum objetivo escondido do público, motivado por interesses; com a propagação acidental de fatos enganosos; ou com a intenção de fazer piada e gerar humor (BRITO, 2017, INTERNET).

Estas notícias na maioria das vezes são criadas para aumentar o número de leitores, compartilhamento e taxas de clique na internet. O simples acesso online ajuda os produtores a terem um grande lucro em cima das Fake News. A quantidade de sites de notícias falsas que são habitadas anonimamente vem crescendo, por isso torna-se complicado encontrar os autores dos conteúdos falsos.

As notícias falsas voltaram a ganhar destaque e se tornar algo fácil de ser visto no século XXI, com a eleição presidencial americana do ano de 2017 tendo como alvo principalmente os candidatos a presidência Donald Trump e Hillary Clinton.

Com ajuda das redes sociais essas notícias têm ganhado destaque bem rápido e em poucos minutos já alcança milhares de visualizações. Esses sites de notícias falsas se não são financiadas por motivos políticos, elas podem ser criadas e mantidas pela plataforma digital Google Ad Sense como indústria de cliques que são sites que ganham dinheiro

baseados em cliques em propaganda, e para chamar a atenção são feitas publicações com manchetes chamativas ou situações falsas.

O fator primordial que ajuda os grandes números de compartilhamento é que geralmente são notícias apelativas, ou que reforçam o ideal político ou social, resultando em muitos casos debates abertos na qual se tem total liberdade de falar o que pensa, causando brigas de ideais diferentes e provocando a intolerância a opiniões diversas.

O jornal Estadão publicou em sua matéria feita no dia 17 de setembro de 2017 uma pesquisa realizada pela Universidade de São Paulo que mais de 12 milhões de pessoas difundem notícias falsas sobre política no Brasil.

Se considerada a média de 200 seguidores por usuário, o alcance pode chegar a praticamente toda a população brasileira. O dado é resultado de um monitoramento com 500 páginas digitais de conteúdo político falso ou distorcido no mês de junho (MARTINS, 2017, INTERNET).

E ainda podendo ocorrer de compartilhar sem mesmo verificar se a notícia é verdadeira, assim tendo um alto número de visualizações. Hoje em dia a preocupação em ler a verdade não é mais a mesma, pelo fato de estar tão próximo e de tão fácil acesso as pessoas acabam acreditando que tudo o que está ao redor dela é verdadeiro.

Outro fato visível sobre as interações nas redes sociais é o que diz respeito a teoria do espiral do silêncio, em que as pessoas acabam ficando em silêncio como receio de expressar o que acredita com medo de ser excluída do seu grupo social. O livro teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências cita Elizabeth Noelle-Neumann se referindo à teoria:

O ponto central de toda sua hipótese é a capacidade que ela reconhece nas pessoas de perceberem o que é por ela é denominado de clima de opinião, independentemente do que as pessoas sintam. Assim, ao perceberem – ou imaginarem – que a maioria das pessoas pensa diferente delas, essas pessoas acabam, num primeiro momento, por se calarem e, posteriormente, a adaptarem, ainda que muitas vezes apenas verbalmente, suas opiniões às dos que elas imaginam ser a maioria. Em consequência, aquela opinião que, talvez de início, não fosse efetivamente a maioria, acaba por torna-se a opinião majoritária, na medida em que se expressa num crescente movimento de verbalização, angariando prestígio e alcançando a adesão dos indecisos. (NEUMANN, 1984 apud HOHLFELDT, MARTINO, FRANÇA, 2010. p. 230-231).

A fiscalização para banir as notícias falsas está conseguindo alcançar muitas pessoas e até empresas que trabalham no ramo de comunicação. Instituições como Facebook, uma rede social muito influente e a empresa Google que é o principal meio de pesquisa do mundo todo são os principais alvos para disseminação de Fake News. Elas se preocupam com essa produção descontrolada de informação falsa e já estão procurando meios para solucionar esse problema que vem causando muitos danos à sociedade. Essa preocupação surge pelo principal motivo, os casos que tem ganhado destaque e ficado em primeiro lugar nos assuntos mais comentados da internet são falsos. Por isso as empresas como Google e Facebook estão sendo bastante citadas por não tomar nenhuma providência sobre esses fatos.

O jornal O globo publicou uma matéria em que as empresas se pronunciaram, justificando que não pretendem retirar as notícias falsas mais sim fazer com que ela não apareça no topo da lista de busca. E ainda comentaram sobre a forma que estão procurando para ajudar as pessoas a identificar ou até mesmo excluir notícias que transpareça que são falsas. A holding Alphabet está realizando uma mudança em seus algoritmos para evitar que conteúdos ofensivos ou falsos não tenham visibilidade.

Jornalismo e Ética

Para Kunczik (2002 apud Koszyk e Pruys, 1976, p. 146) define “[...] o jornalismo é considerado a profissão principal ou suplementar das pessoas que reúnem, detectam, avaliam e difundem as notícias; ou que comentam os fatos do momento.” A partir disso o jornalismo acontece todos os dias, informando sobre o que está acontecendo no país e no mundo, sempre tentando manter a veracidade e a imparcialidade.

O jornalismo vem se tornando muito importante, a cada dia a verdade está escassa no meio de tantas mentiras, essa é a oportunidade da profissão se destacar na publicação de notícias verdadeiras para mostrar ao seu público que o verdadeiro trabalho jornalístico ainda existe e ainda é vigente nos meios de comunicação. Luiz Beltrão em seu livro “Iniciação à filosofia do Jornalismo” fala sobre a função do jornalismo e o que ele deve oferecer a sociedade “Todo esse trabalho tem, evidentemente, uma função educativa, visando esclarecer a opinião pública para que sinta e aja com discernimento, buscando o progresso, a paz e a ordem da comunidade.” (BELTRÃO, 1960, p. 36).

A formação e a postura de um jornalista nessa onda de inverdades com certeza se tornam muito importante. Uma matéria publicada no site Observatório da imprensa conversou com a repórter da Rede Globo Eliane Scardovelli que afirmou “[...] o bom jornalismo que é o que vai atrás, que checa, e que não é declaratório, o jornalismo que comprova com dados e com fatos o que está acontecendo, é o jornalismo que ganha importância frente a essa onda Fake News”. (BRITO, 2017, INTERNET).

Os jornalistas sempre tiveram um papel muito importante dentro da sociedade que é não só informar, mas produzir conteúdo que apresentem verdade, sentidos, precisão, humanização e até mesmo cuidado no que for retratar para que o receptor possa ler e ter a possibilidade de refletir sobre os assuntos e interpretar.

Hoje um dos grandes problemas dentro da sociedade que afeta tanto os jornalistas como também os receptores é o querer tudo de forma imediata. Miranda, Schaefer e Medeiros (2012) relataram uma investigação realizada pela jornalista Heloiza Herscovitz que tinha como intuito testar o conhecimento dos valores profissionais no trabalho jornalístico, para saber como os jornalistas recebem e publicam conteúdos para o público. A jornalista obteve os resultados “(o teste resultou em três funções: disseminadora, interpretativa/investigativa e adversária)”:

[...] 77.6% dos participantes do estudo privilegiam a função disseminadora (levar informação rápida ao público e concentrar-se nas notícias de interesse da maioria do público); 66.2% defendem a função interpretativa/investigativa (investigar demandas do governo, oferecer análises e interpretações, desenvolver o interesse intelectual e cultural do público e oferecer entretenimento); e 47.2% são a favor de uma postura adversária (fazer o papel de adversário do poder público e desconsiderar histórias cujo conteúdo factual não possa ser provado). (MIRANDA, SCHAEFER, MEDEIROS 2012 apud HERSCOVITZ 2000, p.81).

A Ética precisa ser presente em toda a profissão, no jornalismo mais ainda por estar ligado diretamente na produção de informação para a população, e é direito de todo cidadão ter acesso à informação. De acordo com o código de ética dos jornalistas no capítulo II, art. 4º “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisão apuração e pela sua correta divulgação.” (BRASIL, pg. 01. 2017). Dessa forma é explícito que ele precisa sempre trabalhar com a veracidade para levar até o leitor um conteúdo

de qualidade.

E ainda no capítulo II Art. 7º, na qual retrata sobre o que o jornalista não pode fazer: II- “submeter-se a diretrizes contrárias a precisa apuração dos acontecimentos e à correta divulgação da informação.” (BRASIL, pg. 02. 2017). Como o próprio código de ética explica o jornalista não pode alterar, nem manipular informações, isso vai totalmente contra do que sua profissão promete a aqueles que buscam a informação.

Com todas as situações recentes é perceptível que se torna bastante prejudicial o profissionalismo da imprensa, já que são os jornalistas que cobrem as notícias verdadeiras. Muitos procuram uma forma eficaz para não cair mais em ciladas, mas a única maneira é estar atento e procurar outras formas de informação.

A importância de um bom jornalismo com forte controle dentro dos campos narrativos e explicativo que podemos chamar de jornalismo “literário” acaba a sendo afetado de forma negativa dentro dessa sociedade onde é mais importante o “ter” de forma rápida e incompleta do que o “ser” produzindo algo mais completo.

“Objetividade, imparcialidade e verdade na narração dos fatos constituem os pilares dos valores éticos exigidos para o jornalista durante o exercício profissional.” (SANTOS, 2014, p. 5).

Análise da reportagem

A reportagem “Jornalista põe restaurante falso no topo da lista dos melhores de Londres” que retrata OobahButle e seu restaurante falso ganhou bastante repercussão em outros países e enquanto no Brasil a cobertura jornalística foi bem fraca. Ninguém se atentou aos detalhes apresentados, ser jornalista, produzir uma notícia falsa são exemplos importantes. A imprensa se focou somente em noticiar no que o jornalista conseguiu através do público e não o que ele fez realmente.

No Brasil poucos veículos de comunicação deram atenção ao fato, apenas alguns jornais web relataram o caso e a única emissora que transmitiu pela tv foi a Globo. Então nem todos os meios de comunicação se preocuparam em noticiar o fato em que envolvia o jornalista.

A sociedade ou metade dela não se preocupa com a questão que envolve as notícias falsas e nem o que o jornalista Oobah fez para chegar aonde chegou. Atualmente as pessoas não procuram pela verdade, esperam que as verdades cheguem até ela, pelo fato da internet oferecer rapidez e agilidade nas informações.

O caso do jornalista e o que ele fez remete muito a isso, pela falta de interesse do público na procura da verdade muitos caíram na Fake News. O caso de Oobah não passou de mais um em meio de tantos, e o mais incrível que pareça às pessoas não acharam tão ruim, acharam eleesperto em ter conseguido enganar tantas pessoas em tão pouco tempo, e ainda conseguir visualização e dinheiro em cima disso.

E o que explica isso foi a repercussão que o jornalista ganhou após ter admitido a farsa, em momento nenhum foi chamado atenção ou ganhou processos por ter rompido o código de ética e a postura que um jornalista deve ter.

A matéria transmitida pelo programa Fantástico da rede Globo no dia 28 de janeiro de 2018 trouxe o caso de OobahButle, um jovem inglês que criou um restaurante falso e conseguiu destaque no topo da lista dos melhores de Londres. Durante a reportagem apresentada pelo jornalista Pedro Vedova é explícito pelo tom da matéria que a brincadeira produzida só chegou ao topo por falta de atenção das pessoas em relação ao hábito de acreditar em tudo que está na internet sem o interesse de procurar checar as informações.

Dentro dessa transmissão podemos destacar pontos importantes estabelecido tanto pelo jornalista como pelo falso chef. O site em que foi publicado o restaurante foi TripAdvisor um dos mais famosos do mundo. O site afirma ter detector para falsas mensagens e estabelecimentos, porém é visível ver que esse sistema pode ser burlado. É importante ressaltar o quanto foi rápido como o restaurante chegou no rank dos melhores de Londres, e como se tornou tão desejado por tantas pessoas.

Durante a matéria Oobah conta como conseguiu manipular e afastar o público da verdade, a cada ligação para fazer a tão esperada reserva no restaurante o falso chef usava sempre a mesma desculpa “Estamos lotado! Só temos reserva para daqui a semanas, ou meses.” Tanto em relação à estrutura do local como o acontecimento de forma geral fizeram muitas pessoas se questionarem sobre como é que tanta gente acreditou nisso.

O professor na Universidade Paris-Nord e diretor fundador do Centro de Análise de Pesquisa Patrick Charaudeau trata em seu livro “Discursos das mídias”(2006) sobre a mídia como uma instância de poder, o autor afirma que a mídia tem um forte poder manipulação sobre o indivíduo e que ela engana tanto as pessoas que a utilizam como si mesma. O autor também fala em seu livro sobre as diferentes interpretações que uma notícia pode ter.

Na reportagem apresentada podem ser identificados diferentes pontos de vista e interpretações por parte das pessoas que caíram nessa Fake News. Algumas pessoas ficaram indignadas por não haver punição para o jornalista, outras apenas riram de si mesmas por terem caído em uma mentira.

Ainda podemos aplicar dentro dessa situação a Teoria da Agulha Hipodérmica que está presente de forma muito intensa no nosso meio, de uma forma até mais velada, porém ainda afeta muitas pessoas.

As Fakes News acabam tendo um efeito de Agulha Hipodérmica em grande parte das pessoas e para entender de uma forma mais simples, o site InfoEscola define:

A Teoria Hipodérmica é assim definida por basear-se da suposição de que todo estímulo causado por uma mensagem enviada terá resposta, sem encontrar resistência do receptor, como o disparo de uma arma de fogo ou uma agulha hipodérmica, que perfuram a pele humana sem dificuldade. A passividade do receptor é a principal característica do indivíduo nesta teoria. (PORTO, 201-?, INTERNET).

Mesmo que uma grande parte da sociedade não acredite, existe também um percentual enorme de pessoas que levam a sério o que se é colocado na internet. A teoria bate em cima do senso comum, ou seja, o falso chef estimulou todos a compartilharem sobre o seu “restaurante”. E foi tudo bem sucedido até a quebra dessa agulha através de exceções, fazendo com que pessoas reagissem de forma diferente e também pela chegada da verdade.

E ainda é perceptível notar que o texto está presente no modo narrativo e descritivo, e a entrevista com OobahButle existente dentro da reportagem acaba sendo informativa pelo fato de estar informando o que ele fez para o público que não tinha ciência do caso e ilustrativa por retratar a história do jornalista desde início e ainda mostrando passo a passo como foi realizada a farsa do restaurante.

Um dos reverenciados filósofos da atualidade ByungChul-han trabalha em suas obras sobre as ameaças dos indivíduos na atualidade moderna. Em um dos seus trabalhos “A sociedade da transparência” o autor aborda no seu primeiro capítulo um tema bem interessante, o que é negativo e o que é o positivo dentro da sociedade.

O autor acredita que na sociedade em que vivemos o negativo é tudo aquilo que é ruim, e o positivo o que é bom. Logo, se colocarmos em prática dentro da reportagem abordada pelo Fantástico a Fake News é vista como algo negativo. Porém o Chul-han nos faz entender que o negativo e positivo andam juntos e que há uma desconstrução da negatividade para a positividade.

“Assim a sociedade da negatividade dá espaço a uma sociedade a qual vai se desconstruindo cada vez mais a negatividade em favor da positividade. Portanto, a sociedade da transparência vai se tornando uma sociedade positiva.” (CHUL HAN, 2017, p.07).

Nesse caso a criação do falso restaurante provocou uma negatividade dentro desse meio social, pessoas que acreditaram e compartilharam a mentira. Depois que Oobah publicou o que realmente aconteceu, o programa Fantástico viu isso como uma porta para a positividade. A forma de transparecer total positividade em relação ao acontecimento foi analisar o lado bom, mostrando

o passo a passo de como o jornalista conseguiu fazer o que fez, e também ensinado como não cair em Fakes News.

Ao final da reportagem o repórter Pedro apresentou o ocorrido de maneira mais descontraída como uma forma de alerta para não se acreditar em tudo o que publicam na internet. Como Instância de poder o programa listou como detectar notícias falsas dentro desse meio midiático que está tão presente no cotidiano.

Critérios de noticiabilidade e valor-notícia

O processo para determinar o que é notícia é atribuído na utilização de conceitos como noticiabilidade e valor-notícia, que servem para ajudar o jornalista na produção textual de um conteúdo jornalístico. Diariamente acontecem milhões de fatos e só alguns são transformados em notícias para ser levado até a sociedade.

Pelo fato de critérios de noticiabilidade e valores-notícia estarem relacionados no processo de produção jornalística, é preciso saber a diferença entre eles. Silva, Belochio(2013 apud MOREIRA, 2006, p. 38) definem “os valores de seleção podem ser analisados em um corpus de notícias publicadas, pois se referem mais às características que tem ou deve ter uma notícia, entendida como um relato publicado”. Isto é, os valores-notícia são ligados ao conteúdo.

Mauro Wolf retrata os valores-notícias como:

Os jornalistas têm à sua disposição dados e pesquisas sobre a composição, os hábitos e as capacidades do público a quem se dirigem, mas o conjunto desses conhecimentos não parece, de facto, incidir muito nos procedimentos produtivos nem ser muito apreciado. Os dados considerados mais significativos relacionam-se, provavelmente, com a compreensão, com a capacidade do público de fazer frente às dificuldades em compreender os termos usados nos noticiários: isso reforça, efectivamente, não só a necessidade de se ser claro e simples, mas também a imagem de pedagogo e de tutor que se atribui à profissão, o que representa, portanto, uma reafirmação da sua utilidade social. (WOLF, 2006, pg. 109).

Já “os critérios de noticiabilidade tendem a ser usados quando querem fazer referência não só aos fatos como também às circunstâncias em que eles são percebidos e selecionados, envolvendo qualquer elemento que possa influenciar a veiculação de uma notícia” (SILVA, BELOCHIO 2013 apud MOREIRA, 2006, p. 38).

Para Oliveira, Saar, Sheibe (2013), os critérios de noticiabilidade podem variar de acordo com o autor, por exemplo, Mário Elorbato, Nilson Lage, Mauro Wolf, Manuel Chaparro desenvolveram seus critérios, porém existem núcleos comuns entre eles, como: atualidade, interesse coletivo, ineditismo, desenvolvimento da notícia, proximidade, e interesses pessoais. Que serão descritos a seguir.

Atualidade está ligada muito ao tempo, pelo fato da mídia procurar noticiar fatos que aconteceram no mesmo dia, mas isso não quer dizer que não iram noticiar fatos antigos, eles podem desenvolver novos desdobramentos.

Interesse coletivo é a importância de existir o interesse por parte do público. Os valores-notícia são responsáveis pelo conteúdo da mensagem que irá ser transmitido, então é ele o responsável em encontrar notícias que serão relevantes diante o público.

Ineditismo diz a respeito de informações que contenha novidade, que são novas e que nenhum veículo jornalístico teve acesso ou publicou. Isso irá despertar a curiosidade nos leitores, fazendo com que procurem pelas informações completas.

Desenvolvimento da notícia acontece normalmente quando se trata de acontecimentos impactantes, que consegue se tornar assuntos debatidos dentro da sociedade, e com aparecimentos de novos episódios, a história acaba ganhando continuidade.

Proximidade citada faz jus às notícias locais de um determinado lugar, é quando as pessoas

procuram saber o que está acontecendo ao seu redor, porém ainda existem assuntos que são relevantes para todos de forma global, como por exemplo: política, crises, etc... Que são transmitidos de um veículo jornalístico.

Interesses pessoais são considerados quando existe uma abundância de informações que está envolvendo pessoas conhecidas diante da sociedade. Acredita-se que quando notícias englobam famosas elas ganham muito mais destaque, fazendo com que tenha uma grande repercussão.

A reportagem apresentada pelo programa fantástico retrata um assunto que está muito em alta nos dias de hoje que são as chamadas Fakes News. Fazendo uma análise sobre a os critérios de noticiabilidades e valores-noticias presentes é possível observar alguns detalhes importantes que fez com que a história do jornalista OobahButle se tornasse uma notícia.

Para começar é possível observar alguns valores-noticias que tornou plausível ser considerado de notícia. O primeiro valor é a simplificação, pelo fato de ser um acontecimento simples de ser explicado para o público. O segundo é por ser um assunto relevante, que demonstra como as fakes News podem enganar de forma muito real. O terceiro valor se da pela consonância por ser inserir em um contexto já conhecido pelo público, que são as notícias falsas, então o caso só foi mais um, porém um caso surpreendente.

Os critérios de noticiabilidade da notícia se implicam nos fatos das circunstâncias que foram percebidas. Neste caso os critérios apresentados foram atualidade por ser um tema que está se destacando bastante no atual contexto social que estamos vivendo. O ineditismo por ser uma história que nunca aconteceu antes, o principal personagem é um jornalista e foi o mesmo que criou a notícia o que não é visto todos os dias. E o interesse coletivo por se tratar de um assunto em que o publico tem interesse de saber como o jornalista realizou tudo sem ser desmascarado.

Papel da mídia

A mídia tem como principal função a informação, ou seja, transmitir para a maioria o que ocorre no mundo inteiro. Esse meio de comunicação tem um forte poder sobre a massa para construir debates, discursões e conflitos de ideias. Com isso o dever da mídia tanto para jornalista como para toda a sociedade é formar pessoas com senso crítico, cidadãos conscientes em relação ao que acontece ao seu redor.

Dentro dessa formação midiática é possível encontrar com grande força a teoria da agenda setting. Teoria criada a partir das eleições que ocorreram nos Estados Unidos da América para presidente em 1968, na qual o objetivo era mostrar como a mídia tem o poder de agendar o que vai ser falado pela sociedade, fazendo essa escolha sobre o que é mais importante a ser mencionado naquele momento.

“Enquanto muitos temas competem pela atenção do público, somente alguns são bem-sucedidos em conquistá-lo, e os veículos noticiosos exercem influência significativa sobre nossas percepções sobre quais os assuntos mais importantes.” (MCCOMBS, 2004, p. 19).

A teoria é muito vista dentro do papel da mídia, todos os dias são colocados nos meios de comunicação temas que acabam sendo abordados pela maioria durante dias. Tudo que se é conversado dentro de casa, na rua, no trabalho, na escola ou qualquer outro lugar acaba girando em torno do que se está presente na mídia. É possível perceber que com isso a opinião pública acaba não sendo totalmente livre, pois ela sempre é pautada no que está sendo valorizado por todos e guiado pela mídia.

Quando falamos de sociedade podemos logo relacionar com pluralidade de vozes, hoje com toda essa facilidade tecnológica é muita fácil ser ouvido, o mundo tem a capacidade de fazer com que seus ideais e pensamentos sejam ouvidos e atendidos. A matéria apresentada sobre o falso restaurante mostra que a sociedade teve grande culpa no que aconteceu, como consumidores temos um forte poder de escolha e controle. Muitas vezes as Fake News só são propagadas de

maneira exorbitante pelo fato da massa compartilhar e acreditar, sem dar a atenção devida.

Dentro da matéria apresentada no programa Fantástico a mídia teve a função de informar a sociedade sobre como as Fake News tem ganhado força na modernidade. Com o caso apresentado sobre o falso restaurante, o jornalista Pedro Vedova coloca de forma transparente como o jornalista atingiu as pessoas com sua criação e de certa forma dando oportunidade para ouvir as pessoas que foram afetadas. Mostrando de maneira esclarecedora toda uma situação que está presente em nosso cotidiano e como podemos evitá-la.

Considerações finais

Em vista do que foi abordado durante o artigo, as Fakes News estão bem longe de ter um fim, apesar de estarem à procura de soluções para o problema o jornalismo como principal profissão de produtor de conteúdo sobrevive a cada dia tentando passar para o público a verdadeira informação. É necessário que a sociedade como um todo se aposses dessa postura de se interessar pela verdade, procurando checar toda notícia que pareça muito exagerada.

Com a modernidade os receptores passaram a parar de só receber informação agora eles são também são uma fonte de produção de conteúdo, por isso existe um grande fluxo de informação. Com isso todos podem relatar um fato e publicá-lo nas redes e disso temos muitos exemplos, mas ainda existem alguns casos que não acabaram muito bem pela má apuração. O processo de produção de notícias como foi visto passa por uma série de conceitos para determinar se o acontecimento pode virar ou não notícia.

O jornalista hoje tem uma função muito importante, além da apuração e da transmissão, ele precisa através do seu texto passar de forma ética, objetiva e imparcial a oportunidade do leitor formar sua própria opinião. Como foi apontada, a mídia detém muitas atribuições com o seu público e uma delas seria a formação de um senso crítico perante aquilo que está sendo consumido.

Hoje com a falta de desinformação das pessoas diante da própria comunicação com meios, seja televisão, rádio e a internet é preciso que haja uma reeducação por parte do público ou até mesmo da geração atual que serão os próximos a consumir de forma direta as informações. Para resultar de forma positiva a interpretação e a procura pela verdade perante as mentiras.

Após esclarecer a análise da reportagem do jornalista que criou um restaurante falso e colocou na lista dos melhores de Londres encontramos lacunas para obter as respostas dos questionamentos apresentados, como por exemplo, porque o público não procura se informar de forma correta? Ou até mesmo porque compartilhamos notícias sem saber se é verdadeira? E ainda não compreendendo a falta de punição para o falso chef, que ao contrário de ser rejeitado pela quantidade de pessoas que caíram na mentira foi visto como um gênio que conseguiu enganar muitas pessoas.

Concluimos então que quando vemos uma notícia falsa dentro das mídias jogamos toda a culpa em cima do produtor, mas devíamos primeiramente possuir um senso crítico e analisar. E é preciso que fique o questionamento, onde está o erro? No produtor da notícia ou no receptor?

Referências

BELTRÃO, L. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Livraria Agir Editora: Rio de Janeiro, 1960.

CHARADEAU, Patrick. **Discursos das mídias**. São Paulo. Editora Contexto. 2006.

CHUL HAN, Byung. **A sociedade da transparência**. Lisboa. Editora Vozes. 2017.

Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.2007.Disponível em: <http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em: 26 de abril. 2018.

ESTADÃO.**Na web, 12 milhões difundem fakenews políticas Grupo da USP monitor**. 2017. Disponível: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,na-web-12-milhoes-difundem-fake-news-politicas,70002004235>>. Acesso em: 24 de abril de 2018.

G1.**Jornalista põe restaurante falso no topo da lista dos melhores de Londres**. 2018. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2018/01/jornalista-poe-restaurante-falso-no-topo-da-lista-dos-melhores-de-londres.html>>. Acesso em: 02 de abril de 2018.

InfoEscola. **Teoria Hipodérmica**. 201-?. Disponível em: <https://www.infoescola.com/comunicacao/teoria-hipodermica/>>. Acesso em: 01 de outubro de 2018.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 11. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: norte e sul-Manual de Comunicação**. Edusp, 2001.

MCCOMBS, M. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2004.

MIRANDA, Clarissa; SCHAEFER, Ricardo; MEDEIROS, Vicente. **A função do jornalismo ao longo da história e as contribuições da visão humanista segundo a abordagem ontopsicológica para atividade jornalística contemporânea**. 2012. Disponível em:<http://www.ontopsicologia.org.br/_arquivos/gthistoriadojornalismo_clarissamiranda_ricardoschaefer_vicentemedeiros.pdf>. Acesso em: 20 de junho de 2018.

OLIVEIRA, Ivan; SAAR, Cláudia; SHEIBE, Roberta. **Introdução ao jornalismo**. Macapá. Idealle editora. 2013.

Observatório da imprensa. **O impacto das Fake News no dia a dia do jornalismo**. 2017. Disponível: <<http://observatoriодаimprensa.com.br/pos-verdade/o-impacto-das-fake-news-no-dia-dia-do-jornalismo/>>. Acesso em: 24 de abril de 2018.

O globo. **Google muda algoritmo de buscas para ‘esconder’ notícias falsas**. 2017. Disponível: <<https://oglobo.globo.com/economia/google-muda-algoritmo-de-buscas-para-esconder-noticias-falsas-21255651>>. Acesso em: 25 de abril 2018.

SANTOS, Raissa Nascimento. **Profissão, Identidade, Papel Social, Desafios Contemporâneos**. 2014. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-0360-1.pdf>>. Acesso em: 19 de maio de 2018.

SILVA, Sofia; BELOCHIO, Vivian. **Jornalismo e a apropriação dos sites de redes sociais**: primeiras reflexões sobre as implicações nos critérios de noticiabilidade. 2013. Disponível em: <http://coral.ufsm.br/sipecom/2013/wp-content/uploads/gravity_forms/1_997169d8a192ed05af1de5bcf3ac7daa/2013/09/Sofia_Silva.pdf>. Acesso em: 25 de maio de 2018.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 8º. ed. Lisboa: Presença, 2006.



**A DISSEMINAÇÃO DE FAKE
NEWS NO CASO MARIELLE
FRANCO: ESTUDO SOBRE A
COBERTURA DO SITE
PRAGMATISMO POLÍTICO NO**

fato



A DISSEMINAÇÃO DE FAKE NEWS NO CASO MARIELLE FRANCO: estudo sobre a cobertura do site pragmatismo político no fato

Luan COUTINHO¹

Deise SILVA²

Paulo Vítor Giraldi PIRES³

Já é bem “normal” em grupos de famílias de redessociais ter aquele integrante de extrema esquerda ou de direita que vive colocando notícias a respeito das eleições porém provenientes de fontes duvidosas, ou aquele membro que acredita em todas as correntes e compartilha com vários contatos, o que eles deveriam saber é que nada disso está certo e que existe um termo correto para esses tipos de notícias. Frequentemente alguém está sujeito a ser vítima de notícias falsas, no entanto torna-se fundamental que haja uma atenção maior antes de enviar para outras pessoas, pois todo cuidado é pouco

Fakenews é um termo da língua inglesa que traduzido significa “notícias falsas”, como o próprio nome é autoexplicativo, utiliza-se para designar uma determinada notícia propagada por um meio, onde o que é relatado não tem nenhum indício de verdade, basicamente são informações inventadas para afetar alguém ou algo. É importante ressaltar que atualmente as notícias falsas tem sido bem mais divulgadas do que os acontecimentos reais. Pesquisadores do MIT (Massachusetts Institute of Technology), nos EUA, estudaram cerca de 126 mil notícias que circularam no Twitter entre 2006 e 2017, a análise dos tuites mostrou que a chance de uma notícia falsa ser repassada é 70% maior que a de notícias verdadeiras, mostrando como na sociedade atual é preciso ter muito cuidado com as notícias repassadas na internet. No caso do tema do artigo pode-se ter um exemplo bem claro do que é uma fakenews.

Marielle Franco é socióloga formada pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ) com mestrado em administração pública pela Universidade Federal Fluminense (UFF), foi eleita vereadora pela câmara do Rio de Janeiro, com a quinta maior votação, pelo partido PSOL, com 46.502 votos, representava a comunidade negra e as mulheres, foi também presidente da Comissão da Mulher da Câmara, era homossexual e identificava-se muito com a causa LGBT, iria se casar com sua companheira Monica Benicio no ano de 2019, com quem tinha uma relação desde os anos 2000.

Marielle foi brutalmente assassinada no dia 13 de março de 2018, onde 13 tiros atingiram o veículo que ela estava, acertando também o seu motorista Anderson Pedro Gomes, logo após a sua morte começaram a surgir diversos boatos a respeito dela e muitos eram fakenews compartilhados por um grande número de leitores, foi divulgado por exemplo que Marielle tinha relação com a facção criminosa comando vermelho e que havia tido um relacionamento com o líder conhecido como Marcinho VP, o que foi reproduzido por muitas pessoas, diversos veículos de mídia relataram a propagação dessas fakenews, um deles foi o veículo digital pragmatismo político.

O site Pragmatismo Político criado por Luis Soares é considerado um dos maiores sites de notícia e opinião do país, busca estimular o senso crítico dos leitores através de grandes debates e informações transmitidas com responsabilidade que torna-se fundamental para o jornalismo. Desde 2009 o site vem promovendo discussões sobre diversos acontecimentos envolvendo a esfera da

¹ Estudante de Graduação 3º. Semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: coutinho.luan@outlook.com

² Estudante de Graduação 3º. Semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: dayannesilvaday1@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: paulogiraldi2@gmail.com

sociabilidade humana como cultura, educação, comunicação, saúde, história, políticas públicas, direitos humanos, economia, filosofia, fotografia/arte, geopolítica, política partidária e outros temas. O Pragmatismo Político também faz parte das redes sociais como Twitter, Facebook, YouTube, Instagram e E-mail, afirma que suas discussões mais assíduas e profundas não estão restritas há um grupo de intelectuais como jornalistas e professores, mas também é voltado para pessoas de compreensão mais comum.

O site já recebeu prêmios e reconhecimentos como por exemplo o de veículo de comunicação digital mais relevante de 2007 na categoria política, economia e atualidades, tendo como organizadores do evento a revista Negócios da comunicação. Já foram apontados pelo monitoramento digital da USP (Universidade de São Paulo) como uma das páginas mais engajadas nas redes sociais, apresenta a seguinte frase nas suas páginas: “ Somente a cidadania plena conduz a democracia. Não há outra forma de ser cidadão que não seja através da educação ideológica e política”.

O Caso Marielle e a disseminação de fakenews nas redes sociais serviram de pauta para o site que no dia 17 de março publicou a reportagem mostrando posts no facebook e entrevistas. Esse e outros casos que trouxeram repercussões devido notícias falsas propagadas por leitores desinformados.

O objetivo desse estudo é analisar e retratar assuntos como a disseminação das fakenews, pontuando questões relacionadas a esse fato utilizando diversos teóricos para o embasamento das ideias discutidas no artigo.

A ética como princípio jornalístico

Para entender um pouco sobre esse tópico é importante saber o conceito de ética. A ética é um conjunto de regras de um grupo social ou sociedade e não chega a ser obrigatória, varia de pensamento, de acordo com a pessoa.

Procuramos defini-la como uma aglutinação de normas de boa conduta, regidas pela própria comunidade, direcionada para o relacionamento entre as pessoas nos diversos níveis, quer seja, profissional ou não, procurando definir o que é certo e honesto. (SERONNI, 2003, p.1)

É fato que um dos deveres do jornalista é sempre trazer com veracidade as notícias, e sempre checar as suas fontes, independente do que a fonte falar sempre deve se procurar outras fontes para confirmarem o relato:

O instinto da verdade não é menor hoje, na era da nova mídia e das fontes proliferantes, do que era antes. Mais interpretação pode acabar em cacofonia e desviar a atenção do leitor para o lado mais superficial da verdade, o nível que deve ser parte do processo de seleção depois que os fatos foram estabelecidos. É um erro passar ao estágio interpretativo antes de apurar o que realmente aconteceu. Em lugar de correr para acrescentar contexto e interpretação, a imprensa precisa se concentrar na síntese e na verificação. Que tire fora o rumor, a insinuação, o insignificante e engraçadinho e se concentre no que é verdadeiro e importante em uma história. À medida que os cidadãos encontram um grande fluxo de dados – e não menos – fontes identificáveis para verificar aquela informação, apontando o que é mais importante para saber e descartando o que não é. (KOVACK, ROSENSTIEL, 2003, p.07)

É incrível como os relatos de fakenews vem crescendo a cada dia, com o caso Marielle Franco o ato entrou novamente em pauta de diversos programas midiáticos, pode – se dizer que um dos principais problemas apontados para essa disseminação é a busca por lucro em cima

dessas notícias:

A falsidade se tornou uma fonte de renda lucrativa. Existe a industrialização de notícia falsa, com o objetivo de fazer dinheiro com anúncios que são alocados por instrumentos regidos por algoritmos que premiam sites com mais visibilidade, acesso, compartilhamento (SILVA, 2017, p. 37).

Diante de tantos compartilhamentos de notícias falsas ou opiniões repassadas de forma equivocada, como ocorreu com a desembargadora Marília Castro Neves no caso Marielle, torna-se evidente a necessidade de averiguar e investigar de forma minuciosa cada detalhe sobre temas a serem abordados.

Cabe ao jornalista ter bastante atenção ao publicar uma notícia, escrever sobre determinado assunto ou escolher uma informação para veicular. Qualquer palavra ou elemento utilizado de forma errada pode trazer sérios problemas ao mesmo, então é essencial repassar ao público matérias que realmente estejam baseadas na realidade mesmo que os agendamentos das notícias tenham interesses pessoais ou políticos, ter ética e responsabilidade ao propagar informação são pontos primordiais que devem ser cultivados pelo profissional.

Os jornalistas que descumprirem o presente Código de Ética estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, suspensão e exclusão do quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação (CÓDIGO DE ÉTICA, 2007, art. 17).

Com o avanço das tecnologias ficou bem mais difícil conseguir identificar de onde vem essas notícias e mais fácil a criação dessas informações, que atualmente podem ser espalhadas de maneira prática e rápida, basicamente com apenas um click já é possível destruir a vida e o legado de várias pessoas.

Existem atores ávidos para estimular crenças radicais, cultivar preconceitos e posições extremas que são abraçadas com fervor, principalmente nas redes, onde os haters, trolls, portais fakes ou páginas especializadas em boatos, se proliferam. Sem falar que muitos ainda gozam do anonimato (Medeiros, 2017, p. 25).

O anonimato é um dos principais elementos que contribuem para a propagação dos Fake News, apesar das medidas de segurança oferecidas pelas redes sociais torna-se nítido o quanto é fácil e rápido criar perfis falsos ou produzir matérias de conteúdos duvidosos se escondendo através de uma identidade que não corresponde com o que consta na conta. Então com essa técnica são colocados todos os dias na internet mentiras que geram lucros com os compartilhamentos feitos por aqueles que não buscam saber mais sobre a matéria publicada e suas fontes.

Fake news nas redes sociais

É perceptível como os números de fakenews compartilhados pelas redes sociais são muito grandes, pelo fato da agilidade com que as notícias se espalham por esses veículos, a propagação ocorre em um nível alarmante, atualmente na internet qualquer um pode criar uma notícia, causando esse aumento.

O modelo atual de certificação de veracidade já não funciona mais. O problema é causado pela falta de controles mais rígidos na produção das notícias, enquanto os blogueiros e pesquisadores de novas mídias acreditam que a questão é mais complexa, pois, segundo eles, estaria havendo uma substituição de padrões de credibilidade fixados por

grupos restritos de pessoas, em benefício de percepções coletivas (Castilho, 2005).

Diante de um universo virtual todo cuidado é pouco, pois não podemos identificar se as informações descritas e repassadas são realmente concretas e verdadeiras. Com o avanço da tecnologia ficou muito mais fácil criar ferramentas capazes de nos manter conectados uns com os outros, porém ao mesmo tempo que avança também pode representar um atraso se toda essa tecnologia for usada de maneira errada, como as fakenews. O jornalista tem responsabilidade sobre o trabalho que desenvolve.

Pode-se observar que as informações falsas são mais compartilhadas nas redes sociais que as informações verdadeiras gerando assim dados preocupantes. Os usuários costumam somente compartilhar sem entender a situação ou pesquisar sobre o fato, assim ajudando a propagar mentiras e ocasionando problemas.

O Facebook busca através de atualizações combater as fakenews disponibilizando opções que permitem denunciar esses tipos de informações publicadas em rede social, porém as notícias falsas são compartilhadas inúmeras vezes de forma rápida.

O público que está habituado a pesquisar e buscar conhecer os fatos expostos tem menores chances de serem vítimas de fakenews. Já os que não tem esse hábito correm sérios riscos de compartilhar.

A existência dos jornalistas, em todos os países, é garantia da liberdade de informação. Nada mais ingênuo e perigoso do que pensar que amanhã, graças aos sistemas de informação, cada um se tornará seu próprio jornalista, fazendo caducar a existência, os direitos e os deveres dessa profissão. Os jornalistas são os guardiões e os heróis dessa vitória frágil da liberdade de informação (WOLTON, 2011, p.71).

O jornalista tem um importante papel no combate à essas notícias falsas, pois através dos conhecimentos adquiridos e da ética jornalística é possível direcionar os leitores para informações relevantes e verdadeiras.

Fake news em ano eleitoral

Já é comum, em ano eleitoral, candidatos se enfrentarem em propagandas eleitorais, ou até mesmo, a população afrontar os candidatos. Entretanto muitos desses ataques são notícias completamente falsas, usadas com um único propósito que é chegar ao poder de qualquer maneira.

[...] O poder é, segundo ele, (Weber) ‘a oportunidade de fazer triunfar no seio de uma relação social a sua própria vontade, mesmo contra a resistência’. A dominação designa, em contrapartida a oportunidade de encontrar pessoas determináveis dispostas a obedecer a uma ordem de conteúdo determinado (BAUDOUIN, 2000, p.60).

Segundo uma pesquisa realizada pelo MIT, a mesma citada na introdução do artigo, entre fakenews mais disseminadas às de conteúdo político atingiam mais usuários. O que mostra que nessa guerra de ideologias, há sempre um querendo mostrar, o quanto as suas ideias são melhores, havendo sempre ofensas até entre os eleitores.

Entretanto, medidas estão sendo tomadas, como o facebook, que á seis meses das eleições, anunciou uma parceria com as agências de checagem A lupa e aos fatos, com o intuito de verificar as notícias denunciadas como falsas pelos usuários

O Papel da mídia: Cobertura do site pragmatismo político

A mídia pode ser considerada como um dos instrumentos mais poderosos do mundo devido seu poder de influência. Além disso, é um instrumento muito importante para a sociedade, pois através desse meio de comunicação é possível se manter informado sobre os acontecimentos diários como denúncias, política, esporte, economia, Cultura e outros.

A conclusão a que chegamos é a de que uma coisa existe, ou deixa de existir, à medida em que em que é comunicada, veiculada. É por isso, conseqüentemente, que a comunicação é duplamente poderosa: tanto porque pode criar realidades, como porque pode deixar que existam pelo fato de serem silenciadas (GUARESCHI, 1991, p.13).

Desse modo, torna-se fundamental que os fatos sejam apurados e analisados antes de serem repassados ao receptor. Mesmo diante de todo esse cuidado em transmitir sempre a verdade com o máximo de objetividade possível as fakesnews são compartilhadas constantemente fazendo vítimas como a ex vereadora Marielle Franco. Apesar disso o papel da mídia deve continuar prevalecendo que é sempre levar a notícia com ética e profissionalismo.

O site pragmatismo político buscou informar o caso mariele utilizando esses critérios mesmo com seus interesses particulares.

A matéria publicada no dia 17 de março de 2018, no site pragmatismo político, tem como chamada “Desembargadora espalha fakenews e chama Marielle de “cadáver comum”. A publicação já apresenta mais de 13 mil compartilhamentos no facebook e 44 comentários na página virtual.

No texto da notícia o foco é o caso da desembargadora Marília Castro Alves que disseminou uma fakenews em sua rede social a respeito da vereadora Marielle Franco, executada no dia 14 de março, aonde em uma postagem de um advogado de nome Paulo Nader, a desembargadora resolveu responder a publicação.

Diante do comentário respondido pela desembargadora muitas pessoas compartilharam e acreditaram nas informações relatadas, porém ela não buscou coletar informações de fontes confiáveis, conhecer os fatos e somente repassou os boatos.

Os rumores descritos falavam também que a vereadora estava engajada com uma organização criminosa, conhecida como Comando Vermelho e por descumprir compromissos, com seus supostos apoiadores, foi executada, assim justificando seu trágico fim.

Pode-se analisar que por ser uma pessoa pública a ministra poderia ter cautela ao se posicionar de tal maneira, diante de um caso tão polêmico, que está sendo averiguado de forma minuciosa. Muitos leitores tomaram seu discurso como verdadeiro e continuam a reproduzir dados que não foram comprovados.

Na cobertura realizada pelo site pragmatismo político, é possível ver que o jornalista responsável pela matéria, tentou utilizar somente do caráter informativo, sem usar de sua opinião, apenas mostrando o caso e exibindo a trajetória da vereadora.

O escritor utilizou de diversas fontes para escrever a matéria, usando até mesmo o conteúdo postado pela desembargadora na rede social, para apresentar a veracidade da sua informação.

A notícia segundo os critérios de noticiabilidade

Na criação de matérias, notícias e reportagens, o jornalista trilha alguns caminhos para seguir em frente e conseguir a pauta necessária para uma maior visualização do seu trabalho. Diversos autores usam dos critérios de noticiabilidade para ajudar os escritores a chegarem nesse caminho. Entretanto não existe apenas um autor correto, cada um usa de um critério diferente do outro, não os tornando errado. Segundo Mauro Wolf (2003, p.195), “A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas -, para adquirir a existência

pública de notícia.”

Porém, no meio de tantos autores com critérios diferentes, alguns se destacam por estarem presentes em quase todos os citados por eles, que são: atualidade, interesse coletivo, proximidade, interesse pessoal, ineditismo e desenvolvimento da notícia.

Na matéria exposta pelo site pragmatismo político é bem evidente o critério de noticiabilidade Atualidade, devido ser de extrema importância para o ramo jornalístico. Como relatado por Van Dijk, (1990, p. 175) “é fundamental o requisito de que a notícia deve tratar em princípio sobre novos acontecimentos. Os leitores não devem receber uma informação que já conhecem”. O caso Marielle além de ser atual envolve interesses coletivos tornando - se ainda mais relevante manter a sociedade informada. Fatos antigos também são de extrema importância para ajudar a entender situações, mas notícias recentes devem ser fornecidas intensamente ao público alvo.

O interesse coletivo é outro critério utilizado pelo site, pois a notícia além de ter relevância para um grande público também teve bastante impacto na sociedade devido a vereadora ser uma pessoa pública e ativa na defesa de direitos sociais às minorias.

A notícia vinculada teve grande repercussão, então de alguma forma tornou- se de interesse coletivo seja por motivos de proximidade, políticos, ideológicos ou até mesmo pelo desfecho do caso já que até o momento não foi solucionado. As mídias buscam ter um olhar atento para assuntos que chamem a atenção das pessoas e esteja dentro do crivo de atualidade sendo uma notícia de primeiro plano e não subjugada.

Proximidade é mais um entre os critérios abordados na matéria. Apesar do fato ter ocorrido no Rio de Janeiro a notícia se expandiu por todo o país, inclusive em mídias internacionais, porém com impactos diferentes.

O processo de globalização recoloca a questão das entidades. Elas giram em torno de raízes e refletem um campo comum de significados a um determinado número de pessoas. As identidades podem ser visualizadas partindo de diferentes esferas, tais como de uma história própria, dos valores, das práticas sociais, da língua – dialetos, da religião, tipos de solo e de clima, tradições etc. (PERUZZO, 2004, p.61).

As pessoas tendem a buscar informações que estão próximas a elas, situações locais e que possam influenciar de alguma maneira suas vidas. O caso apesar de exposto em outros países não teve a mesma comoção nacional devido o espaço geográfico.

O fato ocorrido e noticiado pelo site, pode se encaixar em outro aspecto também, o de interesses pessoais. Além do acontecido ocorrer em ano eleitoral, a vítima da fakenews era uma vereadora muito conhecida pelas suas lutas.

Logo, o conjunto desse acontecimento, é ligado no critério, pois envolve uma pessoa muito popular na sociedade, que acaba gerando maior destaque no país. Traquina (2005) diz que esse valor-notícia fornece à pessoa envolvida na notícia a qualidade de ser visível.

A busca por novas informações sempre é crucial no trabalho de um jornalista, principalmente em grandes acontecidos, a apuração da notícia não é somente em um dia, mas se prolonga por vários dias, meses ou até mesmo anos.

O desenvolvimento da notícia está presente na matéria e no site, pois são feitas coberturas da apuração dos acontecimentos até os dias atuais. Como a matéria “Arma que matou Marielle Franco tem rastro obscuro até a Alemanha” postada no dia 17 de maio, o que mostra que o site está buscando saber o desdobramento da história.

A notícia só se esgota no momento do seu consumo, já que ela produz efeitos e passa a fazer parte dos referentes da realidade. Esses referentes são à parte da realidade que formam a imagem que os sujeitos constroem da realidade. Por isso, a construção de sentido para uma notícia depende da interação perceptiva, cognitiva e até afetiva que

os sujeitos com ela estabelecem. (SOUSA, 2002, p. 13)

Entretanto nem toda notícia tem o dever de ter os critérios de noticiabilidade citados, no caso da matéria analisada, somente uma não está presente no texto, o que não tira o objetivo dela.

Pela questão de vários sites, jornais e revistas terem coberto o caso, um dos critérios não existentes, é o de ineditismo. Que normalmente é um dos fatores que mais leva os leitores a lerem uma matéria, as informações de formas inéditas acabam atraindo mais, pois o público busca sempre se atualizar a respeito do que acontece no mundo.

Além do mais o ineditismo pode ajudar na carreira do jornalista, que acaba ganhando cada vez mais credibilidade, de acordo com o conteúdo novo que ele posta.

Entretanto é claro que alguns escritores acabam utilizando desse critério de forma errada e propagando coisas equivocadas, somente para ter o famoso “1 minuto de fama”. É uma total falta de ética com a profissão e com o leitor, que acaba propagando algumas informações desses veículos, confiando no autor da notícia.

Considerações finais

O presente artigo buscou como foco analisar a matéria “Desembargadora espalha fakenews e chama Marielle de “cadáver comum”, publicada pelo site pragmatismo político. E mostrou o poder que a disseminação de fakenews pode ter.

Foi feita também, uma pequena retrospectiva sobre a vida da vereadora, vítima da fakenews, e do assassinato. Além disso foi apresentado o site pragmatismo político, mostrando alguns pontos sobre a plataforma virtual.

As fakesnews e o caso da vereadora são problemáticas que seguem sem solução. As inverdades que giram em torno do caso e de outros que são repercutidos, continuam sendo compartilhadas sem hipóteses que possam ser coibidas.

A morte de Marielle ainda não foi esclarecida pela polícia, porém as investigações continuam. As notícias falsas só conseguem ser amenizadas, há estratégias em redes sociais sendo colocadas em prática para combater esse fenômeno.

As suposições narradas no artigo para a problemática das fakesnews foram muito bem colocadas e comprovadas através de exemplos, fatos e com bases teóricas. Desse modo, ficou claro os transtornos acarretados por esse tipo de informação.

Diante disso buscou-se mostrar a importância da ética na profissão de jornalista e como ela é fundamental nessa atividade profissional. É possível ver no trabalho também, como essa falta de ética pode acabar causando problemas tanto para o autor da matéria como para o leitor que a compartilha.

Outro assunto abordado foram as notícias falsas nas redes sociais que tem mais compartilhamentos que as notícias verdadeiras, pessoas acabam não buscando outras fontes no momento de compartilhar. Muitas vezes a culpa é até mesmo do comunicador que acaba não checando suas fontes, e pode até acabar com sua carreira, ou até mesmo com a de alguém, pode se dizer que os jornalistas também têm “vidas em suas mãos”.

O artigo também retratou sobre o fakenews em ano eleitoral e mostrou como as inverdades estão cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas. Foi realizada uma análise minuciosa da matéria explicando os critérios de noticiabilidade utilizados pelo site e a posição do jornalista ao informar a notícia.

A vereadora Marielle foi mais uma vítima de fakenews que ocorrem diariamente com pessoas públicas ou não, a importância de pesquisar antes de compartilhar e opinar é essencial independentemente de qualquer coisa.

REFERÊNCIAS

Pragmatismo Político, **Desembargadora espalha Fake News e chama Marielle de “cadáver comum”**. Disponível em: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2018/03/desembargadora-marilia-castro-marielle.html>>. Acesso em: 20 de abril de 2018

Pragmatismo Político, **Vencemos o prêmio influenciadores digitais #InfluentMinds 2017**. Disponível em: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2017/07/vencemos-o-premio-influenciadores-digitais-influentminds-2017>>. Acesso em: 23 de abril 2018.

Pragmatismo Político, **Quem somos**. Disponível em: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2017/01/quem-somos.html>> Acesso em: 23 de abril de 2018.

Wikipedia, **Marielle Franco**. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Marielle_Franco>. Acesso em: 25 de abril de 2018.

Marielle Franco, **Quem é Marielle?** Disponível em: <https://www.mariellefranco.com.br/quem-e-marielle-franco-vereadora>>. Acesso em: 23 de abril de 2018.

Folha de São Paulo, **Facebook anuncia programa contra fake news no ano eleitoral**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/05/facebook-anuncia-programa-contrafake-news-no-ano-eleitoral>> Acesso em: 17 de maio de 2018.

Noticias uol, **Fake news apelam e viralizam mais do que notícias reais, mostra estudo**. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ciencia/ultimas-noticias/redacao/2018/03/08/fake-news-apelam-e-viralizam-mais-do-que-noticias-reais-mostra-pesquisa.htm>> Acesso em: 5 de maio de 2018

KOVACK, Bill.; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

SAAR, Cláudia ; DE OLIVEIRA, Ivan.; SCHEIBE, Roberta. **Introdução ao jornalismo**. Macapá: Editora da Universidade Federal do Amapá, 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes: 2003.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

SOUSA, Pedro Jorge. **Teorias da Notícia e do Jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

BAUDOUIN, Jean. **Introdução à Sociologia Política**. Trad. Ana Moura. Lisboa: Editorial Estampa, 2000.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Morte e vida da imprensa**. Revista de Jornalismo ESPM/Columbia Journalism Review, São Paulo, p. 36-38, Jan./Jun. 2017

LAZZAROTTO, Gisley Romanzini; ROSSI, Janete Schaeffer; GUARESCHI, Neuza; CZERMAK, Rejane; DA SILVA, Rosane Azevedo Neves; GUARESCHI, Pedrinho A. **Comunicação e Controle Social**. Petrópolis: Vozes, 1991.

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

VAN DIJK, Teun. **La noticia como discurso- Comprensión, estrutura y producción de la información**. 1. Reimpr. Barcelona: Paidós, 1996.

PERUZZO, Cicilia. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Revista Comunicação e sociedade, 2004.

ARMANDO, Medeiros. **Os perigos da indiferença à verdade**. Revista Uno, 2017.

Observatório da imprensa, **A objetividade e a autoria compartilhada**. Disponível em: < <http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/a-objetividade-e-a-autoria-compartilhada/>> Acesso em: 18 de maio de 2018



**A MÍDIA E A ABORDAGEM DOS
LGBT: UM RETRATO DA
MATÉRIA “A OUTRA PÍLULA
AZUL” DA REVISTA**

ÉPOCA



A MÍDIA E A ABORDAGEM DOS LGBT: um retrato da matéria “A Outra Pílula Azul” da revista Época.

Jose Thales do Nascimento LIMA¹

Maria Paula SILVEIRA²

Paulo Vitor Giraldi PIRES³

O movimento LGBT – sigla que abrange as Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transgêneros – surgiu no Brasil na década de 70 e tinha objetivo de representar pessoas que não se encaixava nos padrões de relacionamento social ou pela sua designação enquanto sexo e identidade. Atualmente, o movimento LGBT goza de alguns direitos conquistados através da luta pela afirmação na sociedade. Esses poucos direitos conquistados é fruto de anos na luta por representatividade de que neste artigo necessita ser explanado para entender como esse movimento foi construído.

Por meio de pesquisa bibliográfica, fez-se um resgate histórico do movimento LGBT no Brasil, ressaltando a importância da imprensa alternativa como disseminador das causas defendidas pelo movimento, e dos grupos de afirmação como engajador político-social.

Analisa-se, ainda, nesse artigo como o discurso jornalístico pode contribuir para a construção de uma sociedade com pensamento descabido sobre os LGBT. Além disso, sinaliza para cooperação que a mídia jornalística tem no fortalecimento do ódio contra a sociedade LGBT e como desmobilizador do movimento que engloba esse público.

Para análise usaremos a matéria “A outra pílula azul: o novo medicamento que está fazendo os gays abandonar a segurança da camisinha” escrita pelo jornalista Danilo Thomaz para a revista Época na edição de nº1031, publicada no dia 02/04/2018.

Levar-se-á em conta a construção da narrativa jornalística e como essa narrativa carrega estereótipos, estimulando um pensamento homogêneo sobre as pessoas LGBT. A matéria é pessimista e exerce a desinformação sobre o tema, insinua que apenas “grupos de risco” – termo em desuso desde a década de 1990 – sofreriam com o vírus, além de se colocar de forma imparcial e listada como um desserviço para a população segundo grupos de apoio a pessoa soropositivo.

Organizações governamentais como o Departamento de Vigilância, Prevenção e Controle das IST, do HIV/AIDS e das Hepatites Virais e o Instituto Nacional de Infectologia Evandro Chagas (INI), também se manifestaram publicando notas de repúdio a reportagem e, sua repercussão em redes sociais e fóruns nos traz o questionamento sobre como a mídia aborda a comunidade LGBT+.

Construção do movimento LGBT

Os anos 70 no Brasil tinha como principal marca a dura repressão resultante do golpe militar instaurado em 1964. Foi nesse período que surgiu as primeiras manifestações que propunha a afirmação de grupos homossexuais no país.

Antes de ter um nome formalizado foi chamado de movimento dos homossexuais e lésbicas, depois abrangendo as travestis. Após diversas discussões e a necessidade de englobar as pessoas que não se consideravam homossexuais e nem heterossexuais e que estavam compelidos em ter uma classificação, além classificação de pessoas que praticam sexo com pessoas do mesmo sexo e com pessoas do sexo diferente, sendo mais tarde identificadas como pessoas bissexuais.

¹Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: thaleslimas@hotmail.com

²Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da da UNIFAP, email: mpsilveira29@gmail.com

³Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: paulogiraldi2@gmail.com

Originando a sigla LGBT, onde o “L” estaria à frente para dá mais visibilidade as lésbicas. A letra T um significado mais completo, representando as Travestis, Transexuais e Transgêneros.

O movimento LGBT surgiu em um momento político onde não se havia uma liberdade para que novas ideias e novas concepções de sociedade fossem discutidas. No primeiro momento não tinha caráter politizado, apenas de representação. Esse movimento surgiu como forma de unir pessoas consideras à margem da sociedade e organizá-las em grupos de afirmações. A partir desse momento começa-se as primeirasdiscursões sobre a diversidade sexual e de movimento libertário indo contramão a política repressora e tradicional advinda da ditadura de 1964.

A partir da segunda metade da década de 70, começam a surgir timidamente alguns grupos de resistências. A volta do movimento estudantil e do movimento sindical dava força para que outros grupos tomassem coragem para lutar por representação e contra os abusos que o regime militar colocava.

Habert (1996, pg. 25) destaca que um dos movimentos de resistência foi a imprensa alternativa. Os “nânicos” (como eram chamados os jornais alternativos) tiveram um grande papel se opondo contra o regime e como veiculador de informação que era censurada dos grandes jornais. Os pioneiros desse movimento da imprensa foram os jornais “O Pasquim” e o “Opinião”, que abrirão portas para que outros jornais surgissem. Nessa onda da imprensa alternativa, um jornal dava início a luta do movimento homossexual brasileiro, o Lampião da Esquina.

O jornal o Lampião da Esquina foi criado por um conjunto de jornalistas, entre eles Aguinaldo Silva, João Antônio Mascarellhas, João Silvério Trevisan e outros, e tinha como foco principal dá voz aos homossexuais, tendo sua circulação entre os anos de 1978 a 1981.

Segundo Facchini (2003, pg. 84) entende-se como movimento homossexual um conjunto de associações e entidades que juntas têm o objetivo de defender e garantir direitos relacionados à livre orientação e identificação sexual de um conjunto de indivíduos. Ainda segundo Facchini (2003), esse movimento é dividido em dois momentos históricos: “primeiro e segunda onda”. A “primeira onda” compreende-se como o período que dá início ao movimento e “dissolve” com o aparecimento do AIDS nos anos 80. (FACCHINI, 2003, pg. 96)

Fazendo parte da “primeira onda” está a criação do jornal Lampião da Esquina e do primeiro grupo afirmativo e organização política SOMOS – Grupo de Afirmação Homossexual, fundado em São Paulo em 1978. Segundo MacRae (1985, pag. 220, apud FACCHINI, 2003, pag.88) a criação do grupo SOMOS se deu por um boicote ao jornal Lampião da Esquina em uma semana de debate. Após esse evento um dos fundadores do jornal, João Silvério Trevisan, junto a um grupo organizaram para refletir sobre questões que envolviam minorias. Surgindo o SOMOS, que no início era composto apenas por homens gays.

Nos anos seguintes houve um fortalecimento desse movimento com a realizações de encontros onde participavam grupos de diversos estados. A reivindicações começaram a tomar forma não somente como questões sociais de visibilidade, mas político e de saúde. O grupo SOMOS já era o mais importante e maior grupo de afirmação homossexual. De acordo com Facchini (2003, pg. 92) do grupo SOMOS saíram membros e formaram outros grupos de afirmação homossexual, como Eros, Libertos, Outra Coisa e o Grupo de Ação Lésbico-Feminista (GALF).

Esses grupos perduraram por algum tempo e tiveram sua importância na luta do movimento LGBT, participando de campanhas, como a “promovida pelo Grupo Gay da Bahia (GGB) contra a classificação da homossexualidade adotada pelo Instituto Nacional de Assistência Médica da Previdência Social (INAMPS)” (FACCHINI, 2003, p. 92), e no fortalecimento de debates sobre assuntos. Porém, muito desses grupos dissolvera-se por falta de recurso para pagamento de aluguel e por uma falta de compatibilidade ideológica dentro dos próprios movimentos.

Facchini (2003, pg.93) levanta que como o aparecimento da AIDS nos primeiros anos da década de 80 contribuiu para o desaparecimento desses grupos.

Antes do final da primeira metade dos anos 1980, houve uma drástica redução na quantidade de grupos presentes no movimento. Se MacRae havia identificado 22 grupos no Brasil no início dos anos 1980, um documento produzido pelo Grupo Gay da Bahia falava em 7 grupos existentes em 1984 e 6 em 1985. Em outubro de 1986, seriam 12 grupos e em maio de 1988, 8 grupos. Isto pode ser justificado, entre outras coisas, pelo surgimento da epidemia da AIDS, então chamada “peste gay”, e seu poder de desmobilização das propostas de liberação sexual, e, ainda, pelo fato de muitas lideranças terem se voltado para a luta contra a AIDS, criando as primeiras respostas da sociedade civil à epidemia (FACCHINI, 2003, p. 93).

Nota-se que a autora utiliza da palavra “desmobilização”. Não é à toa que esses grupos que não tinham suporte político deixassem de pautar a liberdade sexual para empenhar-se totalmente na causa da epidemia, tentando desassociar qualquer rótulo pejorativo às pessoas. Além disso, a autora fala da importância que o movimento teve no surgimento de política pública voltadas à saúde LGBT e de reconhecimento não apenas como doença ligada a um grupo, mas um problema de saúde coletiva.

Nesse sentido, Facchini (2003, pg. 94) fala ainda sobre a importância do Lâmpião da Esquina como fortalecedor da causa homossexual e como o encerramento do jornal enfraqueceu o movimento.

[...] o fim do Lâmpião da Esquina, que encerrou suas atividades em junho de 1981, deixou os grupos órfãos do meio de comunicação por meio do qual faziam circular suas ideias e divulgar suas atividades por todo o país, dentro e fora do movimento. (FACCHINI, 2003, p. 94)

É importante ressaltar que o período político que o Brasil vivia, além desses eventos que tiveram influências direta ou indiretamente, teve sua contribuição para dissolver os movimentos e nascer outros com novas perspectivas. A redemocratização pós ditadura modificou a forma como os movimentos sociais, não somente o homossexual, começou a se comportar diante de suas reivindicações. O enfraquecimento do autoritarismo, a abertura política e a retomada da democracia permitiram aos grupos uma organização mais organizada e institucionalizada.

Os grupos de afirmação da “segunda onda” reconheciam a importância dos primeiros grupos surgidos no final dos anos 70 e início dos anos 80 na construção da identidade homossexual. Diferente dos primeiros grupos que utilizavam das experiências dos membros dos grupos para buscar afirmação, permanecendo uma luta mais interna. Agora os grupos da “segunda onda” defendiam uma maior participação dentro da política e de direitos civis, sendo uma preocupação mais coletiva e que englobasse todos.

Esses grupos que surgiram após a redemocratização da política buscavam organizar-se e determinar termos para legitimar o movimento, como por exemplo o reconhecimento do termo “orientação sexual” que vem aniquilar a “ambivalência” da homossexualidade como “opção” ou como “essência”. Além disso, buscavam dissociar a epidemia da AIDS com a homossexualidade.

De todo modo, a necessidade de desvinculação da imagem da homossexualidade de seus aspectos marginais passa a ser uma característica bastante presente nessa segunda onda do movimento. O processo de redemocratização na sociedade brasileira e a consequente desmobilização das propostas mais antiautoritárias de militância podem ser relacionadas a essa tendência à desvalorização dos aspectos “marginais” da homossexualidade e necessidade de construção de uma imagem pública da homossexualidade, que deixa de incluir boa parte das vivências a ela relacionadas. (FACCHINI, 2003, pag. 102)

Com o ressurgimento de grupos de afirmação homossexuais, foi dada mais visibilidade a grupos poucos explorados nos debates, as lésbicas, travestis e transexuais. Foi também nesse período, a partir dos anos 90, que os encontros de gays, lésbicas, travestis e transexuais ganharam mais notoriedade pública, surgindo também uma organização que representasse todos os grupos, criando a Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Travestis (ABGLT), em 1995. Foi nesse ano também que, segundo Facchini (2003), houve mais financiamento estatal para os encontros com o objetivo de promover o combate às DST/AIDS.

Percebe-se que a relação homogênea que a sociedade tem sobre a comunidade LGBT, sendo associada a doenças sexualmente transmissíveis e à AIDS, tem uma contribuição desde do início dos anos 90 dos programas onde o governo enfatiza e foca em apenas um grupo de pessoas.

Muito depois, quando todas as pesquisas a respeito do vírus do HIV foram realizadas, políticas públicas foram criadas e, o termo “peste gay” caiu em desuso, sendo considerado preconceituoso já que não eram apenas “pessoas do grupo de risco” que poderiam vir a ter o vírus, toda a população, independente de orientação sexual, classe ou cor estava inclusa nessa probabilidade.

Poder da mídia

Desde o surgimento da mídia impressa, passando pelo rádio, chegando na mídia televisiva e atualmente com a mídia digital, a comunicação tem interferência na sociedade.

Não é à toa que o surgimento dos primeiros impressos de Gutenberg em 1430 tenha sido a bíblia, e anos mais tarde, em 1517, explode na Europa a Reforma Protestante. A relação entre os dois fatos, a tradução e a “popularização” da bíblia naquela época tenha contribuído para novos pensamentos sobre religião.

A relação entre os primeiros impressos de Gutenberg, a “popularização” da bíblia e a Reforma Protestante, busca evidenciar como a mídia exerce um poder sobre a sociedade. Não se pode negar a mídia como formadora do senso comum e da opinião pública. Antes, é necessário compreender o que seria esse senso comum e essa opinião pública.

Entende-se como senso comum como conhecimentos que se utiliza para julgar determinado fato sem necessidade de um estudo anterior, esses conhecimentos advêm da sociedade. A base do senso comum são as experiências vividas em sociedade.

A opinião pública é um conjunto de ideias que generalizadas na sociedade resulta em uma opinião coletiva sobre determinado assunto de interesse público.

A mídia utiliza esses dois recursos de formação da concepção social para controle social. Tudo que é disponibilizado pela mídia é pensado e tem um propósito. Segundo Guareschi & Biz (2005, pg. 8) a mídia cerca as pessoas, desconsiderando, até mesmo, a Constituição, passando a ter um interesse maior que não busca priorizar a coletividade, mas a interesses de “donos”. Dessa forma busca sempre mostrar aquilo que convém a seu interesse.

A mídia ocupou um espaço importante dentre da sociedade democrática nos últimos anos. Assim como os poderes legítimos que são base de uma sociedade democrática – Poder Legislativo, Poder Executivo, Poder Judiciário – a mídia seria o quarto poder democrático e teria esse título pelo papel que exerce ao “vigiar” os outros poderes e no controle da organização social (RAMONET, 2013, pg. 64).

Ramonet (2013, pg. 65) completa falando que a mídia assume o papel de cidadão, contribuindo para a construção da opinião pública.

Como disse Pierre Bourdieu, “a opinião pública não existe, ela é o reflexo dos meios de comunicação”; se não existisse comunicação de massa, não haveria opinião pública, e sim pressupostos ou crenças. A opinião pública pressiona os poderes legítimos e, além disso, transmite a eles seu descontentamento ou sua desaprovação em relação a tal ou qual me-

dida, sendo um agente indispensável para o bom funcionamento da democracia atual.[...] É por esse motivo que falamos em quarto poder, ele é uma espécie de contrapoder, um contrapeso aos poderes legítimos na democracia. (RAMONET, 2013, pg. 65).

É claro essa participação da comunicação, e conseqüentemente da mídia, nos processos sociais, sendo responsável nas mudanças de comportamento e estruturas organizacionais dentro de um grupo social. Guareschi&Biz (2005, pg. 38) falam que a mídia possui um caráter centralizador, “modificando a forma como as pessoas se relacionam, como aprendem, compram, namoram, votam, consultam médico, fazem sexo” e, também, construindo os discursos que é reproduzido de forma hegemônica pela sociedade.

A mídia já tem tanta participação na vida das pessoas que hoje ela é responsável pela construção da realidade. Costuma-se acreditar mais nos fatos que a mídia apresenta do que realmente acontece ou existe. A mídia utiliza de seus poderes para atribuir valores à alguém ou algo. E quando não existe um consumidor dessas mídias que não tenha um olhar crítico, esses valores são internalizados para si. É o que os autores chamam de “conotação valorativa”, uma mídia que constrói valores. “O que está na mídia não é só, então, o existente. Ela cria e reproduz, de igual modo, crenças e valores que levam à ação” (GUARESCHI & BIZ, 2005, pg. 42).

O discurso midiático

Quando se lê um texto jornalístico que carrega uma informação de algum fato, estar-se tendo uma visão de um mundo por uma ótica diferente. Essa ótica nem sempre condiz com a realidade. Os textos, hoje em dia, são a junção de vários discursos, levando em consideração a formação da sociedade, nunca sendo integro.

Os discursos são construídos através de uma visão social de quem constrói sobre o algo que evolva um grande grupo. Pode ser entendido como uma visão do coletivo produzida por um ser que representa o social utilizando de bases construídas pela sociedade. Entre essas bases estão a ética, crenças, o sistema, o senso-comum e a opinião pública. Dentro do discurso existem as representações. O discurso produzido nem sempre carrega as representações corretas da realidade, prejudicando no processo democrático social.

Utilizando do poder que a mídia tem sobre a sociedade, os discursos vêm sendo compreendido como o agente principal nas mudanças da sociedade. Utiliza, também, da hegemonia para construir uma autenticidade direcionada. Para Foucault (1996, pg 8), os discursos são construídos com um propósito.

[...] em toda a sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certos números de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade (FOUCAULT, 1996, p.8).

Essa relação de discurso midiático e poder busca evidenciar a falta de transparência nos textos vinculados. Nenhum discurso é neutro, ele sempre carrega em si “objetos de conhecimento, sujeitos, relações sociais” (PEREIRA, 2007, pg. 5).

Através dos discursos, a mídia tem o poder de moldar as pessoas, produzindo uma “política de identidade”(FILHO, 2004, pg 47). Esse poder interfere na política, na economia, nas escolhas, no estilo de vida, no consumo, etc.

Essas diretrizes que moldam o indivíduo também cria os estereótipos como forma de controle social. O estereótipo exume toda forma como o indivíduo se identifica, como ele se comporta, onde ele está encaixado na sociedade à apenas uma característica que responde por todo um grupo. Filho (2004, pg. 48) diz que o estereótipo criado pela mídia “alegoriza” a realidade do indivíduo.

Como forma influente de controle social, ajudam a demarcar e manter fronteiras simbólicas entre o normal e o anormal, o integrado e o desviante, o aceitável e o inaceitável, o natural e o patológico, o cidadão e o estrangeiro, os insiders e os outsiders, Nós e Eles. Tonificam a auto-estima e facilitam a união de todos “nós” que somos normais, em uma “comunidade imaginária”, ao mesmo tempo em que excluem, expõem, remetem a um exílio simbólico tudo aquilo que não se encaixa, tudo aquilo que é diferente (FILHO, 2004, pg. 48).

Nota-se que a mídia se utiliza de vários meios de interferência no meio social. Essa interferência social está atrelada a interesses proveniente das classes dominantes de uma sociedade. Assim busca-se sempre que o indivíduo fique atrelado à mídia como forma de controle, evitando que haja um conflito social e a perda da dominação da sociedade.

Objeto de Análise

A revista *Época*, da Editora Globo, foi lançada em 1998 e é uma das revistas de maiores circulação no Brasil que possui credibilidade e é referência em seu meio. Em sua edição de nº1031, disponível também em formato digital, publicou uma reportagem escrita pelo jornalista Danilo Thomaz intitulada “A outra pílula azul: o novo medicamento que está fazendo os gays abandonar a segurança da camisinha”.

Imagem - Capa da edição de nº1031 da revista *Época*



Fonte: Site da revista *Época*⁴

A partir do contexto histórico sobre a visibilidade LGBT em meio a lutas sociais e apuração midiática, em seu texto, a matéria aborda a Profilaxia Pré-Exposição (PrEP) e a Profilaxia Pós-Exposição (PEP), que são medicamentos distribuído pelo Sistema Único de Saúde (SUS) para agir de forma preventiva contra a infecção do organismo pelo vírus do HIV.

A reportagem é escrita de forma estereotipada e preconceituosa, deixando o leitor confuso e sem o esclarecimento a respeito da informação sobre o medicamento trazendo em seu título impresso “a outra pílula azul” e no título em seu site “o novo azulzinho”, há uma comparação entre os medicamentos para disfunção erétil, conhecido popularmente como pílula azul, e a pílula do dia seguinte.

⁴Disponível em <https://epoca.globo.com/saude/noticia/2018/03/o-novo-azulzinho.html>

No livro *Teorias da Comunicação*, Mauro Wolf (2003) enumera alguns fatores que definem os critérios de noticiabilidade, como a importância dos envolvidos, quantidade de pessoas atingidas, interesse nacional, feitos excepcionais, atualidade, novidade, brevidade.

Os protocolos clínicos e diretrizes terapêuticas para Profilaxia Pré-exposição (PrEP) de risco à infecção e para Profilaxia Pós-exposição (PEP) de risco à infecção pelo HIV, IST e Hepatites Virais emitidos pelo Ministério da Saúde (2014, pag. 11) reconhece que:

Nenhuma intervenção de prevenção isolada é suficiente para reduzir novas infecções e que diferentes fatores de risco de exposição, transmissão e infecção operam, de forma dinâmica, em diferentes condições sociais, econômicas, culturais e políticas (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014, pag. 11).

Apesar dos dados realmente afirmarem que uma das populações em situação de vulnerabilidade sejam homens gays, a revista usa o termo “grupo de risco” em uma linguagem que deixa o leitor confuso transparecendo que homens gays contraem HIV por serem “promíscuos” e que novamente o protocolo afirma que “o simples pertencimento a um desses grupos não é suficiente para caracterizar indivíduos com exposição frequente ao HIV. Para essa caracterização é necessário observar as práticas sexuais, as parcerias sexuais e os contextos específicos associados a um maior risco de infecção” e não descarta pessoas heterossexuais de possivelmente contraírem o vírus.

Como forma influente de controle social, ajudam a demarcar e manter fronteiras simbólicas entre o normal e o anormal, o integrado e o desviante, o aceitável e o inaceitável, o natural e o patológico, o cidadão e o estrangeiro, os insiders e os outsiders, Nós e Eles. (JAMESON, 1998, apud FILHO, pag. 47).

Vale ressaltar que a PrEP e a PEP são medicamentos que consistem no uso de antirretrovirais para reduzir o risco de adquirir a infecção pelo vírus do HIV, ou seja, também ajuda na prevenção de pessoas são sorodiscordantes e querem se relacionar e não num uso irresponsável como aponta a reportagem ou sobre uma alternativa além da camisinha.

Os meios de comunicação de massa são a grande fonte de difusão e legitimação dos rótulos, colaborando decisivamente, deste modo, para a disseminação de pânico morais. (BECKER, 1963 apud FILHO, 2004, pag. 49).

É preciso analisar a ética jornalística e os valores-notícias de toda a empresa já que uma matéria precisa passar por várias etapas para chegar a ser capa, e ninguém impediu esta em questão de ser o seu foco principal, mas também não se deve negligenciar a ética do profissional na maneira em pautou as informações.

A teoria do Gatekeeper, segundo Pena (2013, pag. 133), “refere-se à pessoa que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia [...] Ele é o responsável pela progressão da notícia ou por sua ‘morte’, caso opte por não deixá-la prosseguir”. Ou seja, o jornalista em uma ação pessoal, escolheu o que iria ser noticiado e assim, seu impacto social.

Segundo o Código de Ética do Jornalista Brasileiro, no Art. 7, capítulo V, o jornalista não deve usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime; e no Art. 13. A cláusula de consciência é um direito do jornalista, podendo o profissional se recusar a executar quaisquer tarefas em desacordo com os princípios deste Código de Ética ou que agridam as suas convicções.

Desta forma, tanto empresa quanto o jornalista são responsáveis pelas falhas cometidas na matéria e podemos verificar isso quando a polêmica gerada pela matéria de capa abriu fóruns, dis-

cussões e notas de repúdio tanto em redes sociais quanto em órgãos públicos.

Em sua retratação a empresa continua se pautando como tendo total credibilidade e usando frases como “ÉPOCA reforça que, em nenhum momento, a reportagem relaciona a PrEP ao aumento dos casos de HIV/aids, assim como não há qualquer afirmação de que o novo medicamento é o responsável pela queda no uso da camisinha” apesar do subtítulo da reportagem afirmar que homens gays abandonam o uso do preservativo.

Considerações Finais

Tenta-se exaltar nesse artigo a necessidade de que os cidadãos do século XXI tenha um pensamento crítico sobre a mídia. Esse pensamento crítico é defendido pelos autores Guareschi&Biz (2005, pg. 9) através da execução de um quinto poder que vai de encontro com o poder que a mídia exerce sobre a sociedade. Esse quinto poder vem da educação para poder saber criticar a mídia.

É necessário também ser trabalhado no profissional de jornalismo o entendimento do poder que a mídia exerce na sociedade e como trabalhar esse poder em benefício de um coletivismo. As causas sociais devem ser levadas em conta quando se trabalha de movimentos que necessitam de representação na sociedade.

Deve ser desmistificar a centralidade da informação, torna as grandes mídias como apenas mais uma fonte de onde pode discordar ou consumir o discurso. O direito à informação e o direito à comunicação são garantidos como direitos humanos, extinguir esse direito em benefícios individuais é não assumir com a responsabilidade da profissão.

Esses pensamentos de mídia e o poder dela busca contribuir para a democracia nos meios de comunicação e ressaltar a importância de uma mídia mais participativa, em busca de lugar para todos os grupos que compõe a sociedade.

Referências

- AGUIÃO, Sílvia. **Fazer-se no “Estado”** : uma etnografia sobre o processo de constituição dos “LGBT” como sujeitos de direitos no Brasil contemporâneo. Campinas, SP, 2014.
- THOMAZ, Danilo. A outra pílula azul: o novo medicamento que está fazendo os gays abandonar a segurança da camisinha. Revista Época, edição de nº1031. Rio de Janeiro, p. 303- 364, abril. 2018.
- FACCHINI, Regina. **Movimento Homossexual no Brasil**: recompondo um histórico. 2003
- FILHO, João Freire. **Mídia, Estereótipo e Representação das Minorias**. 2004
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Trad. de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola, 1996.
- GUARESCHI, Pedrinho A. **Comunicação e Poder**: A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina. 13ª ed. Editora Vozes. Petrópolis – RJ, 2001.
- GUARESCHI, Pedrinho A; BIZ, Osvaldo. **Mídia, educação e Cidadania**: tudo o que você precisa saber sobre a mídia. 2ª ed. Editora Vozes. Petrópolis – RJ. 2005.
- HABERT, Nadine. **A década de 70**: o apogeu e crise da ditadura militar brasileira. 3ª ed. Editora Ática. São Paulo – SP. 1996.
- PEREIRA, Ilidio. O discurso midiático e a produção de identidade social. [2007].
- LEAL, Bruno Souza. CARVALHO, Carlos Alberto. **A Grande Mídia Brasileira e Identidades LGBT**: Um retrato em 2008. Revista Acadêmica de laFederaciónLatinoamericana de Facultades de Comunicación Social. 2012.
- LEI DA MÍDIA DEMOCRÁTICA. Disponível em:< <http://www.paraexpressaraliberdade.org.br>> Acesso em: 15 maio 2018
- RAMONET, Ignácio. **Meios de Comunicação: um poder a serviço de interesses privados?**.In: MORAES, Dênis de (Org.).Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013.
- WOLF, Mauro; DE FIGUEIREDO, Maria Jorge Vilar. Teorias da comunicação. Presença, 1987.
- Protocolos clínicos e diretrizes terapêuticas para Profilaxia Pré-exposição (PrEP) de risco à infecção – MINISTÉRIO DA SAÚDE.
- Protocolos clínicos e diretrizes terapêuticas para Profilaxia Pós-exposição de risco à infecção pelo HIV,



**VOZES DO MUCAJÁ:
COMUNIDADE, IDENTIDADE E
*pertencimento***

VOZES DO MUCAJÁ: comunidade, identidade e pertencimento

Laura de Oliveira MACHADO¹
Luana da Conceição SILVEIRA²
Luiza Nobre de Menezes MELO³
Rayane de Almeida PENHA⁴
Patrícia Teixeira Azevedo WANDERLEY⁵

A comunidade que se formou durante os anos 80 em uma área de várzea nas proximidades da orla do Rio Amazonas, era composta predominantemente por ribeirinhos que vinham do interior do Pará em busca de oportunidade de emprego e melhorias de vida. Resultado de uma aglomeração de barracos, a antiga Vila do Mucajá não possuía infraestrutura para acomodar a população, que enfrentou durante anos problemas com saneamento básico, energia elétrica, títulos de posse dos terrenos e segurança.

Após anos de negociação com a gestão municipal e federados, como o Ministério Público e a Polícia Federal, o projeto do conjunto habitacional Mucajá foi projetado através do Plano de Aceleração do Crescimento (PAC), criado pelo governo Lula (2007). Abrangendo 595 apartamentos, distribuídos em 37 blocos com 16 unidades habitacionais cada.

Desse modo, desenvolveu-se um estudo com o foco nas mulheres e crianças do vilarejo. Imergindo nos costumes da comunidade, percebeu-se a fragilidade de uma parcela da população que vive em estado de vulnerabilidade social, e dessa forma precisa lutar pela qualidade de vida em seu espaço, concomitantemente aos esforços de não deixar de ver o ambiente de maneira afetiva.

A utilização da comunicação comunitária para a criação de um canal onde a comunidade pudesse falar por si sem a interferência dos estigmas impostos pela mídia hegemônica, sendo esse também um exercício da democracia.

A utilização de elementos comunicacionais na comunidade estabelece fortes vínculos entre os próprios moradores, sendo o rádio poste e o jornal comunitário os meios mais comuns e de fácil acesso, tornando-se por conseguinte, um processo mobilizatório para o estabelecimento de práticas comunicativas e ao alcance de todos.

Cidadania e desejo de visibilidade

Existem inúmeros fatores que interferem na forma como um sujeito se enxerga e enxerga o mundo à sua volta, entre eles o pertencimento à sua própria realidade. A maneira como o sujeito é percebido influencia na sua 'identidade', bem como em seu convívio em sociedade. Os estereótipos claramente impostos a moradores de áreas periféricas e marginalizadas são inerentes no que tange à modernização. O local de morada é visto como sinônimo de 'boa índole', ou seja, se você reside em uma área bem localizada, subentende-se a partir do ponto de vista estereotipado, que o indivíduo tenha bom caráter.

Dessa forma, toda e qualquer pessoa moradora de uma área marginalizada com perfil socioeconômico baixo, é vista como 'delinquente' e propícia a atos ilícitos. E essa imagem construída por terceiros afeta no processo de estruturação do eu autônomo, o pertencimento

¹Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: lauramaachado@hotmail.com

²Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: luuanasilveira@hotmail.com

³Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: luizanobrejournal@gmail.com

⁴Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: rayane.trabalho@gmail.com

⁵Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: professorapatriciateixeira@hotmail.com

encontra-se atrelado ao conceito de cidadania. De acordo com Figueiredo; Tuzzo (2014)⁶, não existe indivíduo político sem o exercício da cidadania:

Baseada nos princípios democráticos, a cidadania é composta por espaços sociais, movimentos sociais e instituições estáveis de expressão política, o que vem a denotar uma afirmação e legitimação social e política para as sociedades. Concedida pelo Estado, na ativa cidadania o cidadão, valendo-se de seus direitos e deveres, é fundamentalmente participante político e instituidor de direitos que alargam essa participação (FIGUEIREDO; TUZZO, 2014, p.2).

A participação cidadã do indivíduo em sociedade depende, em parte, do seu entendimento enquanto integrante e pertencente ao meio em que vive. Fundamentado no desejo de se fazer notar dentro de um contexto social, principalmente como forma de chamar a atenção dos governantes responsáveis pela assistência pública, é que os moradores dessas áreas ainda com deficiência no amparo necessário para subsistência, tomam decisões e agem por conta própria para obter benefícios que deveriam ser garantidos.

O acesso a determinados bens e conquistas sociais resulta de um processo dinâmico e se encontra intimamente relacionado com o avanço econômico da sociedade além de depender do arranjo e composição de forças políticas que detém o poder político. Reservar mais verbas para saúde educação ou habitação, apesar de ser uma questão política, pode variar dependendo do grau de mobilização social. A mobilização e a luta podem alterar a dimensão de um desses direitos trazendo mais benéficos para a sociedade o que não deixa de ser um ganho de cidadania (VICENTE, 2009, p. 4)⁷.

O processo emancipatório do indivíduo enquanto cidadão depende da sua inserção em comunidade e principalmente, em sociedade, de maneira que não o diferencie daqueles que possuem mais ou menos recursos, mas sim colocando todos em um mesmo nível de participação. A visibilidade, para eles, é uma forma de poder se manifestar e resistir através das ferramentas que são acessíveis, mesmo que de forma ainda escassa, mas que fazem toda a diferença como instrumento de mobilização social.

Representação da comunidade na mídia e mobilização social

Na era da informação e das tecnologias gerar conteúdos comunicacionais ficou mais acessível, conseqüentemente mais imediato. Em meio a tantas necessidades de movimento, é possível refletir sobre representação das periferias nos meios de comunicação? Não só é possível como também muito necessário, já que é através das mídias que a maioria das pessoas constroem seu senso de identidade sobre si e sobre o outro.

A grande questão é que na maioria das vezes esses veículos oferecem aos seus espectadores uma única visão sobre ser sujeito, comportamento, valores e construção social, isso repetidas vezes, fazendo com que não só externamente essa visão midiática seja aderida, como injetada no receptor dessa informação. De acordo com esse contexto, Esteves (1999) nos fala:

O nosso tempo não é o do aniquilamento da identidade, mas o da sua saturação: pseudo-identidades luxuriantes produzidas à margem do próprio indivíduo, com o fim de o domesticar, servindo a generalidade dos modelos em circulação (e as

⁶“A Cidadania e o Pertencimento na Era da ‘Incompletez’”.

Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2190-2.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

⁷“Comunicação e cidadania: tensões e complementaridades”.

Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2324-1.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

suas variações infinitas) como dispositivo e de disciplinamento do corpo social (ESTEVEZ, 1999, p.5).

O jornalismo independente, assim como os coletivos de comunicação das periferias, e as mídias ativistas, tentam trazer o contraponto da realidade que vivenciamos diante da hegemonia dos grandes meios de comunicação. Assim surgem espaços voltados para a produção da comunicação na periferia, como *Rádio Favela*, *Nós Mulheres da Periferia*, *Capão News* e muitos outros. Com a proposta de ser a voz das comunidades, são espaços construídos coletivamente e mais do que representatividade, trazem em si não só a narrativa, mas também a construção do real.

A partir disso, com o intuito da construção e do resgate da memória e identidade surgiu o projeto 'Vozes do Mucajá' no conjunto habitacional Mucajá que fica localizado entre dois grandes bairros nobres da cidade, o bairro do Beirolo e o Santa Inês. A dificuldade maior era convencer uma comunidade com diversas mazelas sociais a participar de um projeto de comunicação e que através da comunicação seria possível realizar mudanças efetivas dentro da comunidade.

De acordo com Henriques (2007), é preciso pensar e utilizar os meios de comunicação como uma forma de construção conjunta de um espaço que serve também para uma mobilização social. A partir desse pensamento de instalar a comunicação como um meio de mobilizar a comunidade, de criar espaços onde eles possam utilizar para ter voz ativa nós iniciamos as atividades. As reuniões tinham como finalidade a construção conjunta do projeto, construído de forma acessível e a partir das necessidades dos moradores locais. Distanciando-nos da apropriação acadêmica das vivências alheias, mas um projeto coletivo que ao final da disciplina pudesse ser continuado por eles de forma autônoma.

A situação do Mucajá retrata bem essas condições, a população da cidade é assombrada pelo que é divulgado sobre o local na mídia, em sua maioria jornais policiais, que sem qualquer preparo jornalístico transformam tragédias em um 'circo de horrores'.

Comunicação comunitária e o uso das tecnologias

A comunicação comunitária é elementar para democratização da informação, um direito de todo cidadão, levando em consideração o processo de exclusão de grupos sociais menos favorecidos, os tornando à deriva do ato de comunicar e conseqüentemente sem o conhecimento da importância desta ferramenta transformadora capaz de modificar a realidade social estabelecida, que por vezes representa um quadro crítico de desigualdades.

Na sociedade atual, em que a tecnologia e a velocidade se colocam em evidência nas dinâmicas sociais, faz-se necessário pensar a comunicação que se pode realizar nos meios populares. Mais do que as deficiências, até mesmo estruturais, em áreas como educação, saúde, moradia, trabalho e lazer, com as quais as camadas populares são obrigadas a conviver cotidianamente, a exclusão na produção social de informação e, logo, de comunicação destitui esses grupos do direito de decisão, participação e exercício da cidadania (SPENILLO, 2001, p.2).

A tecnologia possibilita uma nova perspectiva no arranjo social das camadas populares, uma pesquisa realizada pelo IBGE em 2016, divulgada em fevereiro de 2018 pelo portal de notícias G1, aborda que 64% da população brasileira tem acesso à internet, sendo o celular o principal instrumento para gerar essa conexão. De acordo com o Instituto, 77.1% do contingente populacional do país possuíam um celular. O número representa grande parte da população, mas 63.3 milhões de cidadãos brasileiros não se incluem neste sistema, principalmente pela déficit financeiro. Um relatório da Fundação Abrinq expõe que 60% e 54% de crianças e jovens da região Nordeste e Norte do país vivem em situação de pobreza, uma problemática que dificulta ainda mais a inclusão

digital para transformação da realidade.

Os alunos mais pobres ficarão fora, naturalmente, até porque ainda é impensável ter computador em casa e, muitas vezes, na escola. Ficar fora, entretanto, precisa ser visto dialeticamente, porque, sendo inevitável a penetração das novas tecnologias, os pobres estarão dentro, mas como excluídos. Serão incluídos, de qualquer maneira, na margem. Aparece, então, o desafio do que seria inclusão digital para eles. Como regra, a tendência é considerar inclusão o que não passa de efeito de poder, à medida que se reservam para eles os restos, tais como: equipamentos sucateados, cursos precários, ambientes improvisados, treinamentos encurtados, programas baratos (DEMO, 2005, p.38).

Para contornar esse cenário faz-se necessária a comunicação comunitária, surgindo como uma alternativa acessível na construção de um espaço de fala para esses grupos, possibilitando a disseminação de informações pertinentes às vivências dessas comunidades, sabendo-se que boa parte dos meios de comunicação atuam sob o comando de grandes corporações e contribuem precariamente para o desenvolvimento social das minorias.

Desde sempre, a comunicação no Brasil faz parte de um cenário que envolve interesses políticos e comerciais, não privilegiando assim a sociedade brasileira e muito menos cumprindo com o seu papel de ser uma comunicação realmente social e democrática. E, embora diversos teóricos se debrucem sobre esse problema, como Venício Lima, Sérgio Cappareli, Pedro Guareschi, Osvaldo Bis entre outros, e através disso venham a tempos denunciando este fato, pouca coisa é feita para reverter esse quadro (CARVALHAL, 2007, p.1)

Sabe-se das contribuições tecnológicas enquanto facilitadoras para o desenvolvimento da consciência de camadas sociais menos favorecidas como protagonistas de sua trajetória. O uso do celular, devido a sua mobilidade, auxilia na geração de conteúdos que demonstram as verdadeiras necessidades provenientes dessas comunidades. Mas é um dever coletivo colaborar para torná-las conscientes de seu poder para execução de vídeos, áudios, textos e imagens, que comunica o des-caso dos representantes políticos, por exemplo.

Dessa maneira, torna-se visível os acontecimentos por meio das tecnologias, que possibilita acionar um olhar de comprometimento, extraíndo os estigmas sociais construídos em volta dessas comunidades e tornando-a mais presentes dentro das realizações sociais.

A educomunicação como ferramenta

Os estudos latino-americanos no campo da comunicação se iniciaram, segundo Melo (1999, p.189), pelo desejo de romper a relação de dependência estrutural da cultura eurocêntrica e norte-americana, gerada por uma cultura do silêncio fruto dos processos de colonização. A partir disso, os pesquisadores se mobilizaram pela construção de uma identidade latina na comunicação, que se pautasse nas realidades sociais dos países.

Entre eles, os estudos voltados para o entendimento de como os meios de comunicação podem exercer forte influência na educação das pessoas. Uma educação popular, diferente do ensino formal das escolas, que se forma a partir do repertório pessoal de cada indivíduo, na construção de um conhecimento libertário.

Há que erradicá-la da face da terra, o mais rápido possível. Nesta educação vertical, hierárquica, autoritária, tudo se processa para imposição de um saber, pois que o professor sabe tudo e o aluno nada sabe e assim aceite, sem pestanejar, as normas que o Poder impõe. Procura-se, deste modo, desacreditar, extinguir, nos jovens, o espírito crítico, de

liberdade e de responsabilidade e até a consciência da cultura e da identidade nacionais (FREIRE, 1977, p.17 apud COELHO, 2009, p.12).

Além disso, o uso das tecnologias para a conexão de pessoas e criação de um novo espaço, mais democrático, onde a participação é mais acessível é uma característica do conceito de Educomunicação⁸. Esse novo espaço permite que comunidades, anteriormente invisibilizadas e sem participação ativa nos fluxos de informação, possam, pela primeira vez, falar por si e protagonizar suas próprias narrativas.

Nesse sentido, os meios de comunicação de massa, principalmente a televisão e o rádio, deixam de ser apenas ferramentas informativas e passam a ocupar um papel importante na formação da opinião das pessoas, que se instrumentalizam por meio desses conteúdos. Pedagogicamente falando, eles facilitam a formação de pensamentos e ideias. Grande parte dessas pessoas não tiveram acesso à educação formal por isso, se utilizam dos meios como base para construir suas opiniões.

En todo proceso de comunicación educativa adquiere importancia decisiva ese momento en que los participantes quiebransu dilatada «cultura del silencio» y comienzan a recuperar lapalabra. Sinesa instancia enla que dejan de ser meros receptores pasivos ycallados y pasan a convertirse a su vez emissores, enemirecs, no habrán un real procesoenellos (KAPLÚN, 2002, p. 138).

A comunidade do conjunto habitacional Mucajá teve sua mobilização motivada pelo desejo de desconstruir o estereótipo de violência associado ao espaço de moradia, estereótipo esse reforçado pela mídia local da cidade de Macapá. A ideia teve início com a criação de uma página “institucional” do conjunto na rede social Facebook, onde seria postado os projetos independentes realizados pelos moradores, buscando melhorias na sociabilidade e qualidade de vida.

Acresce que, a ausência de domínio das tecnologia e o conhecimento restrito ao uso das redes sociais como entretenimento limita a produção do material que será postado. Pensando nisso, e em um processo de formação baseado nos princípios da comunicação comunitária e da educação, as atividades realizadas no Mucajá buscaram resgatar o sentimento de pertencimento e promover o empoderamento das crianças através de experiências sociais lúdicas e de troca de conhecimento, seja o formal ou o empírico.

Metodologia

O trabalho foi desenvolvido com oficinas tanto para os adultos quanto para as crianças. Os encontros eram semanais e feitos no próprio conjunto habitacional ou em seu entorno. Pensou-se na realização de um documentário que gerasse esse espaço de fala, mas que também fosse um meio de preservar a memória desse local e toda a história de luta por moradia e dignidade.

Um processo que tem como pano de fundo diversos subtemas que se encaixam no ato de contar a história de uma comunidade formada por ribeirinhos, em sua maioria mulheres negras, que resistem ao permanecer com suas moradias em um conjunto habitacional denegrado de diversas formas e localizado em uma área nobre da cidade de Macapá.

A partir da definição das metodologias que seriam utilizadas no projeto, o trabalho foi desenvolvido com oficinas tanto para os adultos quanto para as crianças, a ideia era criar um espaço que possibilitasse as mães participarem, quem não tivesse com quem deixar seus filhos teria um espaço para acolhê-los. Os encontros com as mulheres eram feitos em rodas de conversas e os primeiros momentos foram para desenvolver a ideia de como usar a comunicação para mobilizar e empoderar a comunidade.

⁸Educomunicação é uma linha de pesquisa em comunicação junta os estudos de comunicação com os pensamentos da pedagogia e da educação popular.

Apresentação e análise dos resultados

A ideia de fazer um projeto voltado para comunicação no conjunto habitacional do Mucajá, surgiu a partir do encontro com uma das líderes da comunidade, Alexandra Barros e a assistente social representante do Ministério Público Estadual, Alzira Nogueira.

A priori, pensou-se em algo que fosse construído de forma acessível e a partir das necessidades dos moradores locais, não sendo uma “apropriação acadêmica” das vivências dessas pessoas, mas sim um projeto coletivo que, ao final da disciplina eles adquirissem autonomia para dar continuidade ao plano.

A escrita sempre esteve de alguma forma, associada ao poder. Nas civilizações antigas os escribas detinham o poder da escrita, pois o domínio dessa tecnologia era de conhecimento restrito. Esse poder os aproximava de classe dominantes (reis, faraós) que sancionavam as informações que deveriam ser registradas. Assim, poucos tinham o poder de decidir o que seria ou não registrado, poucos tinham o poder - capacidade de fazer - este registro e, portanto, de decifrá-lo (BAQUERO, 2012, p. 175).

Baquero (2012, p. 175) compreende a importância da comunicação como um método de poder, que na maioria das vezes é concentrada nas mãos de um determinado grupo, pertencente a classe dominante e mais poderosa.

O objetivo principal do projeto é estimular nos moradores, especialmente nas crianças, os sentimentos de pertencimento e coletividade, para que eles cresçam cientes da importância de cuidar e valorizar o seu espaço de vivência. Dessa forma, desenvolveu-se um plano para trabalhar oficinas de fanzines⁹, além de brincadeiras recreativas para envolver as crianças e, aos poucos, estabelecer vínculos entre a comunidade e os estudantes.

A escolha de uma abordagem que envolve narrativa literária do universo infantil, como a literatura, história em quadrinhos e ilustrações, facilitou a adesão das crianças às atividades, e dessa maneira, iniciou-se diálogos sobre a realidade social espontaneamente, permitindo com que as próprias crianças enxergassem os benefícios de conviver e habitar na comunidade do Mucajá.

Além das oficinas para o público infantil, foram pensados círculos de diálogo para estabelecer maior interação, e construir junto às mulheres, um documentário com a história do conjunto habitacional contada a partir do ponto de vista dos moradores. Para isso, reuniu-se recortes de jornais antigos, produzidos por eles, fotografias e memórias de momentos marcantes, que fazem parte das lembranças do que se entende da coletividade.

Segundo Michael Pollak (1992, p. 201) a memória está diretamente ligada a lugares, e até monumentos podem nos remeter a períodos em que experienciamos diretamente uma história ou a absorvemos “por tabela”, como resultado de uma vivência coletiva.

Quais são, portanto, os elementos constitutivos da memória, individual ou coletiva? Em primeiro lugar, são os acontecimentos vividos pessoalmente. Em segundo lugar, são os acontecimentos que eu chamaria de “vividos por tabela”, ou seja, acontecimentos vividos pelo grupo ou pela coletividade à qual a pessoa se sente pertencer. São acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou mas que, no imaginário, tomaram tamanho relevo que, no fim das contas, é quase impossível que ela consiga saber se participou ou não (POLLAK, 1992, p. 201).

Na comunidade em questão, percebe-se a memória de momentos marcantes, como a luta por maior reconhecimento do lugar junto às autoridades, memória essa presente nos adultos, diferenciando-se do contexto que é transmitido pelos veículos de massa, de que ali existe apenas violência e caos.

⁹Pequena revista que pode ser produzida com temas diversos, sendo fotocopiadas ou manuscritas.

Na visão das crianças, o espaço de vivência não oferece tantas possibilidades, como é mostrado nas mídias. Logo, a visão fantasiosa de comunidade perfeita acaba servindo como comparativo para o que eles possuem de fato: uma construção desamparada e estigmatizada, influenciando diretamente na maneira como eles se veem e são vistos.

Durante o processo de imersão, trabalhou-se com um grupo de 17 crianças no total, de idades entre 4 e 13 anos, algumas delas, ainda sem alfabetização, necessitavam de maior atenção para construir as atividades propostas, ainda assim a falta de escolaridade não foi empecilho para o desenvolvimento das fanzines, tendo em vista que receberam orientações para desenvolver suas produções livremente, de forma escrita ou por meio de gravuras, respeitando a temática das respectivas oficinas.

O andamento do projeto só foi possível com o auxílio de moradores que estão à frente da comunidade, tornando exequível o primeiro contato entre universidade e comunidade.

Considerações finais

A ideia inicial de construir uma troca mútua de vivências ultrapassou o esperado, tendo em vista a imensidão de conhecimento compartilhado pelos moradores. Nosso objetivo nunca foi chegar na vila, conhecer as pessoas e coletar o que nos fosse conveniente para desenvolver uma pesquisa, mas sim dar espaço de fala para que eles pudessem contar suas histórias a partir do próprio ponto de vista. E dessa forma estabelecer uma relação de confiança, para que eles se sentissem à vontade em compartilhar suas vivências.

A oportunidade de deixar o espaço acadêmico para vivenciar na realidade de fato, e assim, poder colocar em prática o conhecimento adquirido nos proporcionou um amadurecimento como jornalistas. Através da observação e troca com diferentes realidades, compreendemos de que maneira os fundamentos do jornalismo e da comunicação comunitária podem estar a serviço da construção de histórias e narrativas sociais. Dessa forma, entendemos como o exercício jornalístico de forma ética e cidadã contribui nas inúmeras formas de se pensar a própria identidade, refletindo, por conseguinte na elaboração dos sentidos, sejam os profissionais ou os da humanidade.

Referências

BAQUERO, R. V. A. **A situação das Américas: democracia, capital social e empoderamento.** *Revista Debates*, Porto Alegre, v 6, n.1, p. 175, jan./abr., 2012. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/debates/article/viewFile/26722/17099/>>. Acesso em: 31 mai. 2018.

CARVALHAL, A. **Comunicação comunitária: Uma revisão dos conceitos fundamentais.** Universidade Católica de Pelotas, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1357-1.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2018.

DEMO, P. Inclusão digital – cada vez mais no centro da inclusão social. **Revista Inclusão Social.** V.I, 2005. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/inclusao/article/view/1504/1691>>. Acesso em: 17 nov. 2018.

ESTEVES, P.J. **Os media e a questão da identidade.** Sob as leituras pós-modernas do fim do sujeito. Universidade de Lisboa. mar. 1999. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 17 nov. 2018.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997. in COELHO, Fernanda. **Mario Kaplún: A comunicação educativa por uma sociedade mais democrática.** XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0275-1.pdf>. Acesso em: 17 nov. 2018.

HENRIQUES, S. M. **Comunicação e estratégias de mobilização social.** 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

KAPLÚN, M. **Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular).** La Habana : Editorial Caminos, 2002.

MELO, M. J. **Paradigmas da escola latino-americana de comunicação.** *Comm. Inf.*, v.2, n.2, p.188-203, jul/dez. 1999.

POLLAK, M. Memória e Identidade Social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro., v.5. n.10, p. 200 - 212.1992.

_____. Memória, Esquecimento, Silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro., v.2. n.3, p. 3 - 15.1989.

SPENILLO, G. **Comunicação Comunitária e novas tecnologias – por uma formação profissional em busca da cidadania.** XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação - Campo Grande/MS, 2001. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116821803492441789618364147096662449211.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2018.

NATIVOS DIGITAIS: COMO A
GERAÇÃO Z
REFLETE A COMUNICAÇÃO
CONTEMPORÂNEA



CURSO DE
JORNALISMO



UNIFAP
UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ

comertec JR
Comunicação, mercado e tecnologia