

TÓPICOS EM

mídia  
e  
cidadania

J. Antônio Cirino  
Claudomilson Braga  
organizadores

**Organizadores**

José Antônio Ferreira Cirino

Claudemilson Fernandes Braga

**Prefaciadora**

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer

# **Tópicos em Mídia e Cidadania**

1ª edição

Golânia (GO), PPGCOM/FIC/UFMG, 2016

Os textos dessa obra trazem avanços dos melhores artigos dos Grupos de Trabalho (GTs) do IX Seminário de Mídia e Cidadania do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás.

Qualquer parte desta publicação pode ser reproduzida, desde que citada a fonte. Todos os direitos desta edição reservados ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás.

Disponível também em <http://ficufg.blog.br/semic> e <http://mestrado.fic.ufg.br>

PPGCOM/FIC/UFG Universidade Federal de Goiás - Campus Samambaia Faculdade de Informação e Comunicação - Rua Samambaia Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Sala 16 Caixa Postal 131 - CEP 74001-970 - Goiânia-Goiás - Brasil Telefone: (62) 3521-1514 [ppgcom.fic@ufg.br](mailto:ppgcom.fic@ufg.br)

Edição, projeto gráfico e preparação dos originais: J. Antônio Cirino e Claudomilson Braga

Normalização: Andréa Pereira dos Santos

Revisão: Autores dos textos.

Órgão de fomento: FAPEG - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás

Goiânia, 2016

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

(RESPONSÁVEL: FILIPE REIS)

|      |   |
|------|---|
| T674 | Tópicos em mídia e cidadania [recurso eletrônico] / José Antônio Ferreira Cirino, Claudomilson Fernandes Braga (orgs.). - Goiânia : PPGCOM/FIC/UFG, 2016.<br>248 p. : il.<br><br>ISBN: 978-85-68359-91-4<br><br>1. Comunicação. 2. Mídia e Cidadania. I. Cirino, José Antônio Ferreira. II. Braga, Claudomilson Fernandes.<br><br>CDU: 316.77 |
|------|---|

## Conselho editorial

Universidade Federal de Goiás (UFG)  
Faculdade de Informação e Comunicação (FIC)

Alexandre Tadeu dos Santos  
Ana Carolina Rocha Pessoa Temer  
Andréa Pereira dos Santos  
Ângela Teixeira de Moraes  
Claudomilson Fernandes Braga  
Dalton Lopes Martins  
Goiamérico Felício Carneiro dos Santos  
João de Melo Maricato  
Luciene de Oliveira Dias  
Luiz Antônio Signates Freitas  
Magno Luiz Medeiros da Silva  
Maria Francisca Magalhães Nogueira  
Maria Luiza Martins de Mendonça  
Ricardo Pavan  
Rosana Maria Ribeiro Borges  
Simone Antoniaci Tuzzo  
Suely Henrique de Aquino Gomes  
Tiago Mainieri de Oliveira

# Sumário

|   |    |
|---|----|
| <b>Prefácio</b> .....   | 13 |
| Comunicar é reconhecer as desigualdades .....   | 13 |
| Ana Carolina Rocha Pessoa Temer .....   | 13 |
| <b>Capítulo 01</b> .....  | 21 |
| Jornalismo e Cidadania: O olhar da Folha de S. Paulo sobre o Movimento<br>Passe Livre durante as Manifestações de junho de 2013 ..... | 23 |
| Jordânia Bispo .....  | 23 |
| <b>Capítulo 02</b> .....  | 51 |
| Os Formatos do Serviço e da Emoção em Telejornais de Goiás:<br>observações a partir da análise dos gêneros jornalísticos.....         | 53 |
| Mayara Jordana Sousa Santana.....   | 53 |
| <b>Capítulo 03</b> .....  | 77 |
| A Síndrome de Mayer-Rokitansky-Kuster-Hauser (SMRKH) em matéria<br>on-line: estigmatização de paciente na mídia.....                  | 79 |
| Daniela A. Rabelo.....  | 79 |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Capítulo 04</b> .....   | <b>103</b> |
| Revista Veja: O sofisma da <i>episteme</i> vestido de <i>doxa</i> editorial..... | 105        |
| Priscilla Guerra Guimarães Bernardes; Simone A. Tuzzoc.....                      | 105        |
| <b>Capítulo 05</b> .....   | <b>135</b> |
| Aids e mídia: representações sociais e prevenção na era da internet ...          | 137        |
| Marília de Almeida e Almeida; Cláudio Braga .....                                | 137        |
| <b>Capítulo 06</b> .....   | <b>155</b> |
| Representações Sociais e Realidade Social: Meios de Comunicação e                |            |
| Receptores.....  | 157        |
| Rhayssa Fernandes Mendonça; Cláudio Braga .....                                  | 157        |
| <b>Capítulo 07</b> .....   | <b>185</b> |
| Entre beijos, gritos e insultos: a pauta LGBT entra em campo na Copa do          |            |
| Mundo de 2014 .....  | 187        |
| Roberto Alves Reis .....   | 187        |
| <b>Capítulo 08</b> .....   | <b>215</b> |
| Entre Doentes e Anormais – Representação da Loucura no Programa A                |            |
| Liga.....  | 217        |
| Bruna Vanessa Dantas Ribeiro .....   | 217        |

# Prefácio

## Comunicar é reconhecer as desigualdades

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer<sup>1</sup>

A palavra comunicação remete, em um sentido amplo, a síntese de uma variedade de práticas que, na sociedade contemporânea, se estende desde as conversações – intercâmbios interpessoais de signos – até a transmissão através de aparatos desenvolvidos por tecnologias complexas que genericamente chamamos de mídias, com diferentes intenções (intencionalidades), de signos e mensagens de diferentes tipos, conteúdos e formatos.

De forma estrita, o termo mídias surge a partir da tradução do latim do plural de médium, que significa meio. Considerando essa origem, os termos mídia e mídiatização possuem os mesmos significados, pois surgem a partir da pronúncia em inglês deste termo. Em que pese pensar a

---

<sup>1</sup> Pós-doutora em Comunicação, Coordenadora do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás

etimologia da palavra, o princípio adotado nos estudos sobre comunicação é que os termos dizem respeito aos meios de comunicação técnicos ou eletroeletrônicos, que ampliam e aceleram a circulação de mensagens, alterando as possibilidades dos processos comunicacionais. Na prática, a verdade é que essas “caixinhas de tecnologias”, que efetivamente estão presentes no cotidiano de homens e mulheres da atualidade, expõem e tornam ainda mais complexa as desigualdades que permeiam a contemporaneidade. E expondo desigualdades revelam também opressões, preconceitos, violências, e muitos outros fatores de tensão que, em resumo, permeiam a coexistência de sociedades marcadas por diferenças sociais e culturais.

Todas essas exposições, portanto, nos levam a pensar a desigualdade como algo ruim, como um desnível a ser corrigido, vinculando esse conceito a questão da injustiça social. No entanto, ainda que esse vínculo seja possível, é também importante compreender que a desigualdade – ou a diferença – é ponto de partida da comunicação.

O princípio mais simples para entendermos essa colocação é bastante óbvio: se fossemos todos iguais, se tivéssemos todos os mesmos objetivos e ideais, se seguissemos sempre os mesmos caminhos a partir de um conjunto imutável

de conhecimentos, não precisaríamos nos comunicar. Mas também não teríamos construído essa sociedade complexa e multifacetada, não teríamos, em última instância, aquilo que chamamos humanidade.

Isso porque a comunicação envolve o reconhecimento do outro como igual/desigual: igual em capacidade de compreensão e aprendizado, igual em possibilidades de pensar e agir, mas desigual em vivências, experiências e, em um estágio mais avançado, em cultura e conhecimento. Comunicar é perceber e apreender que o outro, sendo desigual, tem muito a nos oferecer, e que sem esse outro/outros, seríamos menores e menos ricos de diversas formas.

A evolução humana – aquilo que chamamos de humanidade – é resultado da comunicação, pois foi transmitindo o conhecimento de uma geração para outra que acumulamos saberes, que ampliamos cada vez mais as nossas possibilidades de ação e interação com o ambiente formatando sociedades, conhecimentos, religiões e ciências. Comunicar, portanto, é algo mais que uma ação própria do ser humano, é uma ação construtiva dessa “humanidade”, pois nos possibilita aprender e apreender o outro, viver a partir de suas experiências únicas (diferentes das nossas) e com isso ampliar, multiplicar, racionalizar nossas próprias experiências e saberes.



Mas se a comunicação formatou a humanidade, a sociedade – as sociedades – vem ao logo de sua existência, em função de seus objetivos e possibilidades (e nessas possibilidades se inclui desde a disponibilidade de recursos como o acesso a técnicas e tecnologias que facilitem os processos comunicativos), formatando/reformatando os processos comunicacionais.

A comunicação formatou o ser humano, mas a humanidade vem, ao longo dos séculos, formatando e reformatando a comunicação. E nesse processo, as tecnologias que hoje chamamos de mídias, são apenas um novo capítulo, mas que sendo mais intenso e mais dinâmico, requer uma leitura diferenciada e cuidadosa. Até porque, ao dar novas dinâmicas aos processos de comunicação, a mídia não apenas expôs desigualdades, ela mesma se tornou uma fonte dessa desigualdade. Isso fica claro quando pensamos que, na contemporaneidade, as guerras são ganhas com armas e mídias.

Assim, a proposta deste e-book, muito além de pensar as desigualdades – embora esse seja um processo também inevitável – é pensar a ação das mídias frente a estas desigualdades, e o cenário da cidadania nesse entremeio, registrando críticas e apontando possibilidades, de tal forma que a comunicação possa cumprir seu papel essencial de, ao

reconhecermos o outro como desigual, também possamos perceber na desigualdade um espaço para o crescimento individual, social e cultural.

A partir desta proposta, foram selecionados os textos: *Jornalismo e Cidadania: O olhar da Folha de S. Paulo sobre o Movimento Passe Livre durante as Manifestações de junho de 2013*, que discute as novas formatações dos movimentos sociais; *Os Formatos do Serviço e da Emoção em Telejornais de Goiás: observações a partir da análise dos gêneros jornalísticos*, que elucida sobre as diferenças de abordagens temáticas no telejornalismo goiano; *Revista Veja: O sofisma da episteme vestido de doxa editorial*, sobre as diferenças no tratamento que a mídia dá aos temas.

E ainda: *A Síndrome de Mayer-Rokitansky-Kuster-Hauser (SMRKH) em matéria on-line: estigmatização de paciente na mídia*; *Aids e mídia: representações sociais e prevenção na era da internet*, *Entre beijos, gritos e insultos: a pauta LGBT entra em campo na Copa do Mundo de 2014 e Entre Doentes e Anormais – Representação da Loucura no Programa A Liga*; que trabalham a questão da postura ética da mídia frente aos preconceitos; e *Representações Sociais e Realidade Social: Meios de Comunicação e Receptores*, que

busca compreender a própria reação/recepção do público sobre a ação das mídias.

Trata-se, portanto, de uma proposta para pensar a mídia a partir da desigualdade, mas, sobretudo, da desigualdade que envolve reconhecer na diferença o direito de todos a uma mídia que respeite e garanta a cidadania, ou em última instância, o respeito e a valorização das desigualdades.

## **Capítulo 04**

Revista Veja: O sofisma da *episteme*  
vestido de *doxa* editorial

## Revista Veja: O sofisma da *episteme* vestido de *doxa* editorial

Priscilla Guerra Guimarães Bernardes<sup>6</sup>; Simone A. Tuzzo<sup>7</sup>;

Na Antiguidade uma preocupação quanto à manipulação informativa rondava aqueles que refletiam sobre a sociedade e suas práticas. Ao longo do tempo, o teor de cautela permaneceu e inseriu na epistemologia uma severa disputa conceitual entre a retórica e o conhecimento fundacional (ou apodítico). Diversos duelos teóricos foram travados nas mais diversas épocas e locais, mantendo o debate sobre o poder e o risco do subjetivo no

<sup>6</sup>Priscilla Guerra Guimarães Bernardes é Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás – UFG - Brasil. Especialista em Marketing e Comunicação Digital pela Faculdade Cambury (2014). Formada em Jornalismo, pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC-GO (2011). Aluna integrante do Projeto de Pesquisa Rupturas Metodológicas para uma leitura crítica da Mídia entre os Programas de Pós-Graduação da UFG e UFRJ, que integra a ação transversal nº 06/2011 - Casadinho/Procad. E-mail: priscillaguerra@hotmail.com

<sup>7</sup>Simone Antoniaci Tuzzo é Professora Efetiva do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás – UFG. Pós-Doutora e Doutora em Comunicação pela UFRJ, Mestre e Graduada em Comunicação pela UMESP. Coordenadora do Projeto de Pesquisa Rupturas Metodológicas para uma leitura crítica da Mídia entre os Programas de Pós-Graduação da UFG e UFRJ, que integra a ação transversal nº 06/2011 - Casadinho/Procad. E-Mail: simonetuzzo@hotmail.

convívio humano. Assim, diante de uma realidade social demarcada pela prática comunicativa em sua máxima centralidade, tem sido cada vez mais necessário se atentar à presença dos discursos opinativos dentro da mídia de modo geral. As esferas públicas teorizadas por Habermas (2003) parecem se materializar dentro dos ambientes midiáticos, e assim maquinam com suas lógicas um controle social, cujo instrumento máximo é a opinião pública.

A relevância dos meios de comunicação se amplia à medida que a tecnologia perde os limites de vista, e neste roteiro, estes meios fazem-se úteis para fornecer os conteúdos importantes para direcionar a sociedade dentro daquilo que “se precisa saber”. Wolf (2003) comenta isso e ainda declara a possibilidade de se agendar não apenas conteúdos, mas interpretações e opiniões.

Foi por meio desta análise, que surgiram os estudos acerca de gêneros jornalísticos, cujo principal precursor, Marques de Melo (1987) pontuou a existência dos principais categorias jornalísticas como sendo: informativa, opinativa, interpretativa e diversional. Imersos nestas categorias estão os gêneros jornalísticos como nota, notícia, reportagem, entrevista, editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta. No Brasil, segundo o autor estas categorias e gêneros se

misturam em seu formato jornalístico de modo tênue.

Chaparro (1988) diante da classificação feita por Marques de Melo (1987) questiona a real separação entre os gêneros interpretativos e opinativo, duvidando do mito da imparcialidade da imprensa e advogando que dentro do texto as marcas de interpretação e opinião se misturam a todo tempo, especialmente porque interpretar é escolher uma forma de apreender o fato, e nisso, já existe uma forte marca de subjetividade.

Neste sentido, o jornalista se vê diante de um liame entre sua intenção ética em narrar os fatos de modo cristalino para que seus leitores interpretem por si próprios, toda gama de conteúdos isolados de qualquer inferência no texto, ou pela elaboração de um material mais explicado, contextualizado e necessariamente mais pessoalmente interpretado. As diversas reflexões sobre os filtros jornalísticos e a própria teoria do *newsmaking* se mostram oportunos para sinalizar a importância do jornalismo para nortear a sociedade e também evidenciam a dificuldade de dosar a subjetividade, que acomete o profissional em seu campo de trabalho.

Distanciando de um sentido ingênuo, existe uma forte tendência em buscar a imparcialidade possível e não a imparcialidade absoluta. Grosso modo, resume-se a ser uma

habilidade de tratar os fatos, ainda que com enquadramentos subjetivos, de modo mais direto e resolutivo possível. Estratégias para isso podem ser desde a tentativa de equalizar fontes antagônicas de um fato, dando espaço congruente para que se expressem mediante o ocorrido, até mesmo evitando adjetivos e definições pessoais. Outro aspecto quase básico, é o primor pela comprovação do que estiver sendo dito, seja por meio de entrevistas com as fontes ou documentos e fatos concretos.

Todavia o enclave se agrava ao encontrarmos nesta arena o domínio majoritário dos anseios capitalistas em detrimento de reflexões sociológicas e teóricas, além da própria circunstância da atualidade frente a gama colossal de informações que requerem cada vez mais aptidão dos jornalistas para selecionar os fatos agendáveis. Uma necessidade crescente parece surgir no público, que diante inúmeros fatos publicados num curto intervalo de tempo, se vê descalço de referências interpretativas, requerendo notícias mais cheias de detalhes. Sem qualquer tempo para absorver e assimilar tantos dados, os receptores passam a buscar nesses textos aquilo que não possuem descanso para elaborar: opiniões prontas.

Com este viés de exame, o objetivo deste trabalho é analisar a *Revista Veja*, um veículo conhecidamente tendencioso em suas publicações, mas que lidera as vendas nacionais e ocupa

expressivo lugar no ranking mundial, cujas assinaturas mensais (e fiéis) denotam um público cativo das opiniões expressas pelo veículo (por vezes até laterais) que certamente assumem as assinaturas semanais da revista ancorados em sua aparente credibilidade, recebida não por seus critérios de trabalho, mas por ser a mais comercializada e reconhecida entre os veículos.

### **Rotas congruentes: Comunicação e Opinião Pública**

Com o decorrer do tempo, as coletividades foram tomadas por um expressivo aumento populacional, o que implicou numa maior divisão territorial, na aglutinação de tribos e na consolidação das sociedades sedentárias. A invenção da escrita e da língua impulsionou ainda mais a interação humana, tornando-a um necessário elo no estabelecimento das diversas culturas e povos em todo o planeta.

O filósofo alemão, Habermas (1981), em meados do século 20, definiu a comunicação como o vínculo social linguisticamente mediado, e preconizou uma teoria geral das grandes ciências, ancorando a centralidade da comunicação nos processos sociais. Foi com a chamada Teoria da Ação Comunicativa que o autor, mesmo sem levar em conta um grande espectro de tecnologias que surgiram a frente, acrescentou um vital entendimento das relações humanas

permeadas pela interação comunicativa.

A ideia de que a influência está arraigada no poder verbal e argumentativo se expressa em diferentes civilizações, marcando a construção de seus principais traços e funcionando como manutenção das hierarquias de poder.

O período Medieval retifica a consonância comunicativa no regimento social. Gilson (2006) sublinha a filosofia do *logos* ou Verbo apropriada no discurso do cristianismo, onde o poder locutório estava com Deus, o que termina por subordinar a sabedoria e o conhecimento à fé, condenando a razão e a dúvida.

Ainda reforçando a influência determinante da teologia neste momento, Le Goff (1989) aponta os clérigos e monges, como principais detentores dos enunciados vindos diretamente de Deus, que por serem alfabetizados, leem os livros sagrados e interpretam de modo a recair em convencimento para que a população se conformasse com a pobreza, as dores e com o sofrimento de toda ordem mediante a justificativa do homem penitente que aceita padecer em vida para conquistar a salvação já que a ideia do pecado lhe foi inculcada. Através deste dado é possível confirmar o potencial elevado da persuasão na definição da opinião pública, verificando-se que até mesmo o pior dos contextos pode ser controlado mediante o poder discursivo dos argumentos defendidos pelos líderes que

articulam entre as massas e passa a nortear a cultura e as crenças de todo um povo.

O sofista grego Platão já antevia a confusão danosa que poderia ocorrer com a propagação de ideias subjetivas, ou seja, as opiniões. Em um de seus postulados, o diálogo de *Teeteto*, o filósofo destrincha sobre a necessária compreensão da diferença entre a *doxa* (opinião) e *episteme* (conhecimento puro). Platão ao teorizar sobre o mundo sensível explica que apenas o conhecimento pode ser tido como 'nosso', ao passo que a opinião é sempre parcial, extrinsecamente causada, além de derivar da influência de alguém e de estar sempre sujeita a mobilidade. No entendimento platônico a interpretação dos fatos jamais pode ser transmitida como sendo o próprio fato, uma vez que carrega a subjetividade de quem o relata, e por isso é necessário reconhecer esta diferença de modo a evitar que a opinião seja repassada como sendo conhecimento verdadeiro.

Vale acrescentar ainda a proeminência comunicativa nas Idades Médias e Modernas onde a atuação dos líderes foi responsável por determinar as demarcações sociais, os fatores políticos, a convivência dos diversos setores da sociedade e inclusive as primeiras articulações em favor da cidadania. A quebra da passividade social é reconhecida como sendo obra de elementos influentes que souberam socializar seus conceitos e

alcançar adesões. Entre os diversos exemplos, se tem Kant com a aplicabilidade das leis, Locke com a propriedade privada, Marx com as questões proletárias e diversos outros nomes que ganharam destaque na mobilização pública em favor de ideias e crenças, sempre com o uso da comunicação. (GORZEVSKY E MARTIN, 2011)

### **Amostra e Diretrizes Metodológicas**

Baseado numa leitura crítica da mídia, este trabalho busca analisar as matérias veiculadas em três edições da *Revista Veja*, compreendidas no período de 30 de setembro, 07 e 14 de outubro de 2015. A amostra caracteriza-se como pontual e aleatória. A pesquisa se dá na investigação aprofundada das matérias de capa das edições da revista, tendo em vista que a primeira página de uma publicação impressa estampa sempre as principais matérias inseridas em seu interior ou ainda as mais expressivas, numa tentativa de fazer com que o leitor ceda ao seu impulso de consumo para adquiri-la.

Dentro de cada uma destas matérias de capa serão levantadas as características das imagens, o título, a existência de adjetivos e até mesmo a presença de fontes controversas e devidamente envolvidas nos fatos. Mediante estes itens será realizada a análise crítica do discurso, incluindo folha de capa e

a matérias completa dentro da revista.

Segundo Tuzzo (2014) a análise crítica do discurso pretende ser uma desconstrução da linguagem, onde o pesquisador calcado numa perspectiva crítica fará uma releitura e uma reinterpretação dos enunciados visando compreender aspectos conjunturais e não tão evidentes.

A pergunta central que se pretende responder é porque um veículo com tantas evidências de parcialidade e baixo comprometimento ético, permanece angariando mais adeptos e sendo a revista mais lida no país? Por que o jornalismo opinativo se tornou tão necessário a ponto de mesmo com claros indícios de tendencialismo ainda ser consumido com tanta expressão na sociedade?

### ***Revista Veja: informação?***

A análise e leitura crítica da amostra começa pela edição do dia 30 de setembro, elencando na capa a imagem do ex-deputado Pedro Correia, preso nas investigações da Lavajato (nome dado a CPI que apurou o chamado Petrolão, suposto esquema de corrupção envolvendo a estatal Petrobras, bem como empreiteiros e políticos e o intercâmbio de propinas, cargos e influências). A imagem do deputado aparece esmaecendo em tons de azul, parte do rosto aparece apagada por



‘respingos com espuma’, possivelmente fazendo referência a água com sabão, certamente para relacionar o conteúdo da matéria ao nome da investigação.

O título da revista anuncia que o primeiro delator do esquema fala com exclusividade para a revista, levando a crer que o mesmo tenha sido entrevistado pelo semanário. Dentro da matéria se percebe que isso não ocorreu e que a revista apenas usou fragmentos do depoimento de delação premiada e que parece ter falado sobre o fato com exclusividade em relação a outras revistas.

Ao expor até mesmo uma imagem do termo de declarante, a *Revista Veja* não apenas interfere no processo jurídico e investigativo, como ainda utiliza as informações de modo arbitrário, sem autorização alguma dos órgãos e personalidades envolvidas e sem esclarecer como teve acesso a este conteúdo. O título sugere que o deputado tenha afirmado a participação do ex-presidente Lula nos esquemas do que a revista chamou de “roubalheira”. O deputado não conversou com a revista. A reportagem descreve como isso se deu no mandado do então presidente Lula e como continuou no mandado posterior da presidente Dilma Rousseff, acusada na matéria de acobertar e dar “anuência” ao fato.

O princípio jornalístico mais básico que pode ser

destacado nos diversos manuais de redação se refere ao acesso às fontes envolvidas num determinado acontecimento, imitando assim o princípio jurídico de chance de defesa dos acusados e igual direito de exposição para ambos os lados, para que o próprio interlocutor seja capaz de julgar os eventos expostos. Contudo, este princípio dificilmente é cumprido nos tantos veículos em todo o mundo. No caso da *Revista Veja*, entretanto, chama ainda mais atenção por não trazer fonte alguma, nem contrária e nem favorável àquilo que acusa. Não há fontes. As únicas citações incluídas nos textos são fragmentos de discursos públicos dos políticos, ou ainda referências da própria revista, sendo comum nos textos se encontrar “segundo *Veja*”, “*Veja* apurou”, “na revista *Veja* de outubro passado”, havendo dentro desta amostra uma única exceção da matéria divulgada pelo jornal O Globo.

Ainda no interior da matéria do dia 30 de setembro, expressões como “grana surrupiada”, “dinheiro sujo” e “verba roubada” demonstram as possíveis opiniões da revista sobre o fato, o que não deixa qualquer dúvida mediante ao excesso de adjetivos utilizados nesta matéria e nas demais. Importante frisar que em nenhum momento do texto a revista justifica o uso destes adjetivos, que inclusive fogem da linguagem técnica e padrão do jornalismo tradicional.

A inclusão do termo confidencial do delator à Polícia Federal é colocado na revista sem qualquer constrangimento em relação à própria palavra confidencial que aparece na descrição do documento inserido, uma vez que o semanário publica algo de teor exclusivo dos órgãos competentes àquela investigação, e o divide com seus tantos leitores (não na íntegra).

Outro fato curioso é o uso de fontes ocultas, que se aliam a ausência de fontes concretas. Ainda no texto do dia 30 de setembro, a revista apresenta uma citação entre aspas e afirma ser de “um deputado do PP”. Nos manuais de redação as fontes ocultas são repudiadas por comprometerem a credibilidade do veículo, e a recomendação unânime é para não utilizá-las.

Na edição seguinte, do dia 7 de outubro, a presidente Dilma Rousseff aparece entregando sua faixa presidencial à Pixuleco (apelido do boneco inflável que circulou em algumas cidades do Brasil, representando o ex-presidente Lula, vestido com trajes de presidiário). O título diz que “ela passou a faixa”. No olho da capa explica-se que Dilma entregou o núcleo de seu governo à Lula, grandes ministérios ao PMDB e que a partir dali se enfraquecia ainda mais. Ainda na capa uma matéria aparece como gancho no virar de folhas, dizendo “Exclusivo: Empreiteira do Petrolão pagou reforma do apartamento de Lula”.

A matéria mostra uma trajetória do governo de Dilma Rousseff e enfatiza sua inicial tentativa de ser autônoma no começo de seu governo e até de organizar a máquina pública. A seguir a matéria passa a relatar a submissão de Dilma a Lula, e estampa no interior o seguinte título: o golpe do terceiro mandato. Novamente não há fontes na matéria, com exceção da própria *Veja*. As palavras entre aspas atribuídas à presidente Dilma são extraídas de discursos públicos que a petista fez em pronunciamentos convencionais, de rotina e realizados em coletivas. Não há qualquer fato concreto ou fonte que justifique a renúncia de Dilma comunicada pela revista, contudo se afirma que a reforma ministerial e algumas medidas tomadas pelo Planalto naquela semana são suficientemente provas de que as decisões partiram de Lula, quem segundo a revista governa o país no momento. A revista explica também que a inclusão de pessoas que Dilma não gostava em “superpastas” do governo, mostra que Lula já incluiu seus “apadrinhados” e articula dentro do governo. Dilma e Lula não foram entrevistados sobre essas preferências e relações partidárias e não há qualquer menção às pessoas que tenham trazido essa informação na matéria.

Novamente uma enxurrada de adjetivos e locuções se faz presente, como é o caso de “gerentona”, “entregou gostosamente” e “coração de seu governo”. Chama atenção o

uso de expressões como “o que se viu foi criador dobrando criatura”, “colocou o maior partido do país em seu devido lugar” e “a rendição foi consumada”. Nas tais expressões é possível identificar uma fuga do discurso jornalístico de reportagem, e uma entrada nada sutil do posicionamento da revista e de seus valores e julgamentos. A revista não esclarece qual seria o ‘devido lugar’, nem mesmo justifica as nomações ‘criador e criatura’ ou comprova a possível renúncia da presidente, chamada de ‘rendição’.

Numa legenda com a imagem do ministro da fazenda, Joaquim Levy a revista vai além e diz que “Lula pensa em remanejar Levy para o banco central”. O mais notável neste trecho é a ausência da fala de Lula para dizer que estava de fato pensando em tal contexto, ou mesmo de alguma fonte que contasse o pensamento que Lula possa ter dividido e manifestado para alguém. Não há nada que comprove de onde a revista desvendou o que estaria pensando o ex-presidente Lula. Certamente, a revista acredita que seja este o pensamento de Lula, mas em nenhum momento deixa claro que se trata de uma opinião, e não do fato em si. Numa leitura desatenta e sem senso crítico é possível ler esta opinião como uma verdade factual.

Um infográfico apresenta o contexto do governo da presidente Dilma sob um fundo de mau tempo, com relâmpagos

e céu fechado, num modo subliminar de avaliar o cenário político que cerca a presidente. Uma sub matéria é incluída em forma de *box* e elenca o presidente da Câmara, Eduardo Cunha, em seu também contexto político, envolvendo “contas secretas na Suíça” e a ruptura com o governo após ser denunciado na operação Lavajato. Junto das notícias negativas aparecem imagens de políticos sorrindo, se cumprimentando ou com fisionomias confusas, temerárias e aparentemente preocupadas.

A matéria gancho sugerida na capa, aparece no interior em sequência da matéria de capa, e já no título mostra seu posicionamento ao relacionar a possível reforma de um apartamento do presidente Lula à expressão “casa da dinda”, que se popularizou na época do *impeachment* do presidente Fernando Collor. A apologia silenciosa e ao mesmo tempo notória aproxima as duas figuras através do elo da corrupção, que segundo a revista caracteriza toda a família Lula. A revista novamente não traz fontes que comprovem que o apartamento seja de propriedade do ex-presidente, mas afirma que “moradores” contaram à revista que teriam Lula como vizinho e que sua família frequentava as dependências do edifício sempre. Não há dados, fontes ou qualquer fato extra que assevere a afirmativa. Nos próprios documentos apresentados pela revista, a propriedade e responsabilidade pelo imóvel são conferidas à

empreiteira OAS, acusada pela revista de pagar propina e de ter de modo proforme a escritura do apartamento e também de um sítio que segundo a matéria pertence a Lula, mas está em nome da OAS.

Num infográfico com a foto de Lula e de outros políticos a revista coloca quatro categorias que imbuí ao presidente e seus relacionados: quadrilha, negócios, corrupção e influência. Novamente não há fontes, nem contrárias e nem favoráveis e nem explicações de como a revista teve acesso aos documentos que ilustram a matéria ou das razões empíricas que justificam as atribuições.

Na terceira edição analisada, datada no dia 14 de outubro, outra vez a capa traz um tema político envolvendo o governo e seu respectivo Partido dos Trabalhadores. A imagem mostra um fundo embaçado claramente identificando o Palácio do Planalto, à noite sob as luzes que iluminam sua fachada. Em primeiro plano, a silhueta da presidente aparece quase integralmente preta, com rosto virado para baixo, lábios fechados e encostados, numa expressão de cansaço e derrota. O título provoca, “Por que caem os presidentes?”. Quadrinhos marcam as três características que segundo a revista caracterizam os governantes destituídos de seu cargo. No olho da capa se completa dizendo que a presidente Dilma já possui os

três requisitos que denotam os supostos presidentes que, à luz da história, saem da presidência. Segundo *Veja* estes presidentes: “perdem o apoio do congresso”, “arruinam a economia” e são “altamente impopulares”.

O texto da reportagem começa com o título “O governo implode” e novamente estampa uma diversidade de adjetivos e frases de efeito, como é o caso de “economia em frangalho”, “acuada”, “fragilizada”, “inveterada”. Não há nenhuma fonte efetiva dentro da matéria, como curiosamente ocorreu nas edições anteriormente analisadas, e nesta a revista ainda faz algo mais grave, usa sujeitos ocultos para falarem do que os personagens da matéria disseram. Com aspas a revista diz que um parlamentar teria dito que o ministro Dias Toffoli dissera enxergar facilidade de o governo “levar o TSE (Tribunal Superior Eleitoral) na lábia”. Em outro momento, a revista afirma de Dilma disse a aliados “ter cinco dentro do STF (Supremo Tribunal Eleitoral)”, frase que inclusive de acordo com a *Revista Veja* culminaria numa cassação se fosse repetida, uma vez que caracteriza manipulação de um órgão constitucionalmente neutro.

Frases nada técnicas são estratégias comuns nos textos da revista. Nesta edição se usou jargões populares como “a vaca vai pro brejo”, “para todo afogado jacaré é tronco” e “luz no fim

do túnel”. A revista apresenta fatos verídicos, como o arquivamento do processo contra o governador do Rio de Janeiro, Pezão, e explica que isso se deu porque o mesmo teria aceitado servir de emissário entre Dilma Rousseff e Eduardo Cunha, deputado e presidente da Câmara dos Deputados, que segundo a *Veja* é o ‘maior algoz’, ‘pai do baixo clero’ e ‘inimigo número 1’ do Planalto, mas ao mesmo tempo a única possibilidade de ‘salvação’ de Dilma contra o *impeachment*. Nem Dilma e nem Cunha falaram com a revista. Não há entrevistas e nem fontes efetivas que demonstrem que Dilma teria ordenado o encontro entre o governador carioca e o presidente da Câmara, tampouco algo que comprove a ligação deste encontro com o arquivamento do inquérito contra Pezão.

Num infográfico quase “astrológico” a revista apresenta uma trajetória comparativa entre Fernando Collor, presidente deposto em 1992, e Dilma Rousseff, já explicitando sua circunstância política que ameaça a estabilidade do cargo da presidente, e termina a matéria reforçando a comparação a governantes que deixaram prematuramente seus cargos, incluindo o próprio Collor.

Importante ressaltar que a revista se apropria em todos os casos averiguados de um lugar de fala jornalístico, mas que por vezes se furta da linguagem técnica do jornalismo

tradicional, usando recursos de coloquialidade para aproximar o leitor e seduzi-lo esteticamente nas imagens, seja de forma explícita ou subliminar. Seu relato possui os tradicionais “início, meio e fim” de uma narrativa convencional, com um texto agradável, detalhado e bem escrito, além de trazerem fotos e recursos gráficos expressivos e igualmente polêmicos a própria publicação em si. Todos estes fatores mesclados numa coletânea de assuntos diversos, cujo tema central é quase sempre político, sem bases confiáveis ou dados provados e que numa leitura desatenta pode de fato soar como informativa quando na verdade, tratam-se das crenças da revista, de suas opiniões e muitas vezes, acusações.

Sem entrar profundamente no mérito ético e jurídico dos relatos e focando no aspecto técnico de redação, a revista não usa fontes e quando utiliza não as esclarece. Usa estas fontes sem identificação para trazerem citações de outras pessoas, sem que a revista tenha entrevistado as mesmas ou confirmado a veracidade do que foi informado à revista. É como se os aspectos deontológicos do jornalismo adotado pela revista se sobrepusessem a todos os demais aspectos éticos, morais e jurídicos que confluem nos temas tratados.

O texto mistura elementos verdadeiros (fatos concretos e de conhecimento público) com suas interpretações e presunções

e nisso desfoca o leitor do senso crítico do que é jornalismo. Todos os termos técnicos do Direito ou das Ciências Políticas e Econômicas são apresentados de modo claro, sempre na visão do veículo, mas em trajes de verídico relato.

Em alguns momentos a revista afirma que seus personagens citados tenham dito ou pensado uma determinada coisa, afirma ainda qual era a estratégia e intenção dos mesmos, e faz isso sem nenhuma confirmação que fundamente o texto enquanto fato, sem nenhuma entrevista ou citação com nome e sobrenome, como manda o figurino ético do jornalismo e as leis civis.

Em recente ocorrência, a revista acusou o então senador Romário de ter contas secretas na Suíça não declaradas. O senador foi até o país para obter provas de que a alegação da revista era caluniosa e conseguiu. Ao retornar ao país processou a *Revista Veja*, exigindo a retratação imediata e 75 milhões de reais por danos morais. Como este, diversos outros casos patinam nas instâncias da lei. (VEJA.COM, 2015) (PORTAL R7, 2015)

Contudo, o prestígio da revista parece intacto haja vista sua notória popularidade, além da fama de contrariedade ao governo. De acordo com dados do IVC (Instituto Verificador da Comunicação) de 2014, a revista *Veja* permanece como o

veículo mais lido no Brasil incluindo suas edições digitais, apresentando vertiginoso crescimento de assinatura e vendas avulsas frente às revistas concorrentes.

### Conclusão

Com a avalanche informativa que marca a contemporaneidade, se impõe à sociedade uma exigência mercadológica de plenitude informativa. Nos últimos tempos, jornais e revistas ampliaram seu volume nas bancas de jornal e revistarias, e a internet corroborou o estímulo do frenético fluxo de conteúdos intercambiados entre pessoas. A celeridade informativa aliada a esta saturação de matérias, renovadas e incrementadas a todo tempo colocam na sociedade uma necessidade desesperada pelo consumo de novidades, e contrariada pelo pouco tempo de absorção e aprofundamento de tantos dados.

O resultado é uma busca cada vez maior por conteúdos rápidos, curtos. O famoso *lead* que nas redes sociais diminuiu ainda mais seu formato, se resumindo muitas vezes ao “o que” dos fatos. Não há tempo hábil para interpretar, contextualizar e até mesmo para julgar. A pena é de que o tempo perdido refletindo sobre certo aspecto erige na perda de atenção e minutos para um sem número de novos fatos noticiados.

Pressupõe-se que para formular uma opinião sobre um determinado acontecimento seja necessário estar a par de todo o cenário relacionado, para em seguida, refletir de modo calmo e vagaroso a respeito. Já nas civilizações gregas, o famoso “ócio criativo” era a exaltação do tempo de reflexão, indispensável para o trabalho pleno da criatividade, e por vezes, transferido também ao papel do filósofo e pensador, em sua tarefa de sentar-se para avaliar os contextos propostos. Considerava-se que o trabalho, especialmente braçal era incompatível com as habilidades intelectuais que requeriam tempo e tranquilidade para serem exercidas. Na contemporaneidade, este tempo hábil para reflexão é extirpado da maior parte da população, que precisa consumir e absorver de modo rápido um volume grande de conteúdos.

Um exemplo tácito pode ser encontrado se pensarmos que durante o prazo que alguém estiver tentando assimilar e arbitrar um determinado fato, outros fatos ligados a ele e outros ainda desconexos, mas igualmente importantes já haverão sido colocados em trânsito na sociedade, e assim, o indivíduo haverá perdido tempo pensando num fato que em curto tempo posterior já se encontra defasado ou desatualizado. Ou ainda, se consome indevido tempo pensando sobre algo, e deixando de se inteirar sobre uma fileira de novos eventos. A questão é que não há

tempo para o “ócio reflexivo”.

Por isso as pessoas parecem não querer perder tempo com informações que não sejam compreendidas a priori, e busquem uma opinião pronta, já contextualizada e julgada, apresentada conforme um direcionamento que nem sempre é congruente à realidade, contudo relativamente próximo às informações em destaque no cotidiano.

Umberto Eco (2011) numa crítica a este momento de excesso de dados em circulação informativa (especialmente pela internet) defendeu que a saturação informativa tem construído uma geração de pessoas desinformadas, uma vez que não é possível aprender de modo tão acelerado, apressado e superficial. O autor assegura que “aprender é recortar” e que a ânsia de adquirir tantas informações por meio da agilidade dos espaços virtuais gera um verdadeiro risco a erudição.

Em sua defesa dos meios impressos, Umberto Eco (2011) ainda explicava que o prazo de apuração, reflexão e integralização dos fatos nos jornais e revistas constituíam a melhor forma de se informar e em sua visão, eram justamente essas características que garantiam o ar de “concreto” e responsável aos tradicionais impressos frente aos modernos e apressados meios digitais.

Todavia, no caso que analisamos essa apuração, apesar

de se tratar de um meio impresso isso não aparece. A busca por certificação das informações não parece ser uma prioridade da *Revista Veja*, que figura na liderança de vendas justamente por sua natureza ideológica, parcial e polêmica. Com o escudo de sua popularidade, a revista apresenta fatos dentro de suas leituras sem qualquer embasamento e foge dos principais princípios de jornalismo, o que em muitos momentos leva ao questionamento de seu reconhecimento enquanto veículo informativo.

Todos os fatores desta equação ocasionam um leitor ávido por assimilar rapidamente conteúdos, que compra um determinado semanário, a partir de suas próprias convicções e ideologias, e assim já economiza tempo de questionamento e confronto dos próprios filtros pessoais e valores. Como demonstrado, *Revista Veja* é uma revista com forte oposição ao governo nacional e numa leitura crítica de suas páginas nos leva a crer que a afinidade com leitores também avessos ao governo, seja motivo suficiente para que haja concordância e fidelização.

A perigosa mistura de fatos concretos com opiniões sem fundamentos se misturam ao emaranhado de dados recorrentes na sociedade, renovados a todo tempo, e constroem um leitor sem senso crítico daquilo que está lendo, e por se ver atarefado em seus afazeres, com excessiva necessidade de informações rápidas e fáceis de absorver, lê os conteúdos publicados sem se

perguntar como a revista conseguiu determinados dados, como consegue saber o que pensam e que intenção possuem certos personagens, e qual a garantia de que aquilo que diz é de fato verdadeiro. Não se pensa sobre a procedência da informação divulgada e adjetivada. Se lê o julgamento, mas não se encontra os acontecimentos reais que motivaram determinada opinião. É como se a legitimidade da revista estivesse acima de qualquer questionamento, como se cada leitor lesse subliminarmente que "não sei aonde a *Veja* consegue tais dados, mas ela sempre consegue"... Se é que pensam sobre isso.

Não parece unânime uma educação formal que se atenha a leitura crítica de mídias. Ou mesmo a qualquer recepção crítica dentro da sociedade. É como se existisse o analfabeto absoluto, que não sabe ler ou escrever, o analfabeto funcional, que sabe ler e escrever, mas não sabe interpretar, e o analfabeto acrílico que não indaga a origem dos fatos sociais que lhes são apresentados, e mesmo interpretando linguisticamente não é capaz de contextualizar e avaliar os conteúdos propostos. Talvez este último se deva à ausência de tempo de parar para refletir ou mesmo ao fato de estar preso à suas chancelas pessoais e ideológicas que não permitem questionar alguém com quem se queira concordar.

A defesa que se faz neste trabalho é de que os veículos



jornalísticos lancem mão da opinião em suas publicações. Interpretem, contextualizem e se necessário se posicionem a favor ou contra, porém respeitando os limites éticos e legais de seu exercício, sem se afastar do induto jornalístico de relatar os fatos de forma idônea e completa. O problema não é ser tendencioso uma vez que os públicos selecionam seus veículos quase sempre pelo próprio lado no qual estes se colocam. A questão é deixar de ser jornalismo para ser publicidade a quem interessar e infâmia, calúnia e difamação pela falta de elementos comprobatórios para aqueles a quem se pretende fazer oposição.

A retomada da *doxa* platônica é uma realidade que insurge frente às convulsas lógicas capitalistas e industriais, contudo é preciso não afastar-se do questionamento para que o *doxa* não se torne dogma, como nos tempos medievais se percebia. Bacon (1979) criticava aquilo que chamou de ídolos, que segundo ele eram todas as crenças que atrapalhavam o avanço do conhecimento e a visão correta das coisas, e incluía assim uma crítica aos teores religiosos que imperavam estritamente na sociedade e freavam as indagações naquilo que propunha. Possivelmente, o inglês enxergaria numa leitura ideológica como a que se analisou neste trabalho, com inteira falta de embasamento concreto, algo semelhante aos dogmas religiosos, tomados como verdades mesmo sendo meras

presunções e crenças particulares e absorvido por seus “fiéis” que perdem a habilidade de duvidar e de investigar os elementos factuais e credíveis. A persuasão se dá pela palavra da revista, e não pelo modo como esta relata os fatos.

O jornalismo não pode ser como um discurso religioso medieval onde se furta a todo questionamento. A revista deve ser lida como veículo e não como ídolo e assim, deve ser condenada socialmente se não utilizar recursos de amparo ético, legal e se não dispor de comprovações de suas afirmativas e acusações ou recusar-se a compartilhar com o leitor suas fontes e a origem de dados que levaram àquela opinião sobre um fato.

É ainda primordial admitir que assim como o discurso escolar, o jornalístico deve ser um intermediário entre a *doxa* e a *episteme*, e que isso se mostra oportuno uma vez que trabalham com a transmissão de conteúdos e com processos de apreensão e aprendizagem. O texto jornalístico deve sim conter traços do profissional que confeccionou o material ou seus filtros editoriais, políticos e ideológicos, o que é inevitável aparentemente, contanto que se comporte como meio de comunicação e não como um instrumento de manipulação que cerce a reflexão de seus leitores e omita itens fundamentais da *episteme* para prevalecer uma *doxa*, pura, tendenciosa e arbitrária.

## REFERÊNCIAS

BACON, F. *Novum organum ou verdadeiras indicações acerca da interpretação da natureza*. Nova Atlântida. Tradução e notas J. A. R. de Andrade. São Paulo: Abril Cultural, 1979.

CHAPARRO, Manuel Carlos. *Sotaques d'aquém e d'além mar: percursos e gêneros do Jornalismo português e brasileiro*. Santarém: Jortejo, 1998.

ECO, Umberto. *O excesso de informação provoca amnésia*. Revista Época. 2011. <http://revistaepoca.globo.com/ideias/noticia/2011/12/umberto-eco-o-excesso-de-informacao-provoca-amnesia.html>. Acesso em 27/04/2015.

GILSON, Étienne. *O Espírito da Filosofia Medieval*. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

GORZEVSKI, Clovis; MARTIN, Nuria Beloso. *A necessária revisão do conceito de cidadania*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2011.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

\_\_\_\_\_. *Teoria da Ação Comunicativa*. Martins Fontes: São Paulo, 1981.

IVC - (Instituto Verificador da Comunicação) <http://ivcbrasil.org.br/pageLogin.asp?pageRequest=/allmedias/planner/iMediaPlanner.asp&queryRequest=T=R>

LE GOFF, Jacques. *O Homem Medieval*. Lisboa: Editorial Presença, 1989.

Marques de MELO, José. *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. *História social da Imprensa*. Coleção Comunicação: Porto Alegre, 2003.

\_\_\_\_\_. *Gêneros Jornalísticos na Folha de São Paulo*. São Paulo: FTD, 1987.

PLATÃO. *Teeteto*. Disponível em: <[http://www.4shared.com/get/p\\_jjJfFr/Plato\\_-\\_Teeteto.html](http://www.4shared.com/get/p_jjJfFr/Plato_-_Teeteto.html)>. Acesso em 24/09/2015.

TUZZO, Simone Antoniaci. *Deslumbramento Coletivo*: São Paulo: Editora Annablume, 2005.

\_\_\_\_\_. *O lado sub da cidadania a partir de uma leitura crítica da mídia*. In: PAIVA, Raquel (Orgs.); TUZZO, Simone Antoniaci. *Comunidade, Mídia e Cidade*. Goiânia: UFG/FIC, 2014.

TUZZO, Simone Antoniaci, BRAGA Fernandes Braga. *Os processos identitários e a construção de marcas pessoais*. Brandstrends Journal, 2014.

VEJA.COM - Disponível em: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>

WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.