



Título: Representações simbólicas do povo e da política em um jornal popular massivo *

Autora: Cristiane Brum Bernardes

Identificação: Mestre em Comunicação e Informação (PPGCOM/UFRGS); Analista Legislativa da Câmara dos Deputados

E-mail: cris.brum@gmail.com

Palavras-chave: Jornalismo popular; representação simbólica; cobertura jornalística da política

Representações simbólicas do povo e da política em um jornal popular massivo

Resumo

A reflexão sobre a representação da política e dos atores políticos em um jornal popular é o objetivo deste artigo. Sob uma perspectiva discursiva do jornalismo, com base no conceito de “Cenário de Representação da Política” (LIMA, 2001), apresentamos a categoria da “representatividade” para detalhar as estratégias discursivas e de produção adotadas pelo *Diário Gaúcho*, jornal editado no Rio Grande do Sul, desde 2000, pela Rede Brasil Sul (RBS). A importância de um veículo destinado às classes populares reside no fato de que o jornalismo popular atende aos desejos de um novo público identificado pela mídia, isto é, incorpora as classes populares urbanas ao mercado consumidor dos bens simbólicos. Entretanto, como cita Albuquerque (1998), marca o advento de um novo tipo de jornalismo de baixo custo, que substitui a opinião política por notícias do cotidiano.

Abstract

The main purpose of this paper is to analyze the representation, made in a popular newspaper, of politics and political actors. It has been adopted the discursive perspective of journalism, based on the concept of “Political Representation Scenery” (LIMA, 2001), and it is presented the category of “representativity” to detail the discursive and production strategies adopted by *Diário Gaúcho*, a newspaper edited in Rio Grande do Sul, by RBS. The importance of a newspaper written to popular classes is the fact that popular journalism focalize the wishes of a new public identified by media, which means that the popular classes are part of consumer market of symbolic goods. However, as says Albuquerque (1998), it marks the emerging of a new kind of cheaper journalism, which substitutes the political opinion by daily news.

1. Introdução

Há certo consenso entre estudiosos de comunicação e política de que a mídia assumiu um papel central nas sociedades contemporâneas, por ser o setor econômico mais dinâmico da economia internacionalizada (LIMA, 2001) e constituir “o principal

* Trabalho apresentado na Sessão Coordenada Representação Social e Imagem Política, do I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, ocorrido na Universidade Federal da Bahia – Salvador-BA, 2006.

instrumento de difusão das visões de mundo e dos projetos políticos (...), o local em que estão expostas as diversas representações do mundo social (...)” (MIGUEL, 2002, p.163). Em outras palavras, a mídia transformou-se “*no palco e objeto privilegiado das disputas pelo poder político na contemporaneidade*” (LIMA, 2001, p.176).

Partindo das idéias de Jesús Martín-Barbero (1987) e Guillermo Sunkel (1985), acreditamos que um jornal popular faz uso de uma representação específica do popular, isto é, do povo em suas páginas. Nosso interesse, nesse estudo, é observar como um jornal popular editado no Rio Grande do Sul, o *Diário Gaúcho*, representa o público ao qual é destinado, isto é, o povo. Importam ainda a imagem dos representantes desse povo na democracia – os políticos – e as relações entre esses dois atores sociais durante o período eleitoral. Tais considerações constituem a categoria denominada de **representatividade** neste trabalho.

O objetivo deste artigo, portanto, é verificar como a linguagem adotada no *Diário Gaúcho* constrói representações específicas para o povo e os políticos. Para isso, comparamos os resultados da análise de 11 exemplares editados durante a observação das condições de produção do veículo¹ com a análise do material da Coluna “Eleições no DG”, publicada nos meses de agosto, setembro e outubro deste ano, e das matérias da Editoria de Dia-a-dia do mesmo período². Se no estudo feito em 2003 comprovamos a centralidade dos relatos jornalísticos nos atores, espaços e conflitos definidos por Sunkel como não-representados – categorias sociais legitimadas socialmente, mas que não aparecem no discurso de partidos e jornais com ênfase política –, o foco, nos exemplares de 2006, está na construção de um cenário de representação específico da

¹ Estudo piloto realizado de 31/03/03 a 04/04/03. Observação-participante realizada entre 1º e 6 de junho do mesmo ano.

² Nos mês de agosto de 2006, a Coluna “Eleições no DG” foi publicada nas terças, quintas e edições de final de semana e, por isso, nossa análise ficou restrita a esses exemplares – 14, no total. Em setembro e outubro, a publicação foi realizada em todas as edições. No mês de outubro analisamos somente as edições do jornal dos dias 2 e 3, quando foi publicada a lista dos deputados eleitos no Rio Grande do Sul. A análise das edições do mês de outubro será realizada em trabalho posterior.

política e de seus atores, bem como na manutenção ou não das categorias de atores, conflitos e espaços identificadas anteriormente. Elegemos para nossa análise as edições que tematizaram o primeiro turno das eleições. A cobertura do segundo turno merecerá um trabalho específico, uma vez que o objetivo será comparar as duas etapas na busca de modificações nos critérios usados.

Para tal tarefa, é útil o conceito de cenário de representação da política desenvolvido por Lima (2001, p.182), que consiste “*no espaço específico de representação política nas ‘democracias representativas’ contemporâneas, constituído e constituidor, lugar e objeto da articulação hegemônica total, construído em processos de longo prazo, na mídia e pela mídia (...)*”. Observamos, portanto, os aspectos políticos do jornalismo popular em estreita relação com a imagem do público construída pelos jornalistas – que, por sua vez, condiciona as rotinas de produção do jornalismo, especialmente em um jornal popular massivo³ como o Diário Gaúcho⁴.

2. Matrizes culturais

De acordo com a perspectiva de Sunkel, enquanto a matriz racional-iluminista de conhecimento adota a classe operária como o **popular representado**, os jornais identificados com a matriz simbólico-dramática apelam para as categorias delimitadas no **popular reprimido** (delinquentes, prostitutas, homossexuais, etc.) e no **popular não-representado** (mulheres, crianças, inválidos, aposentados, etc.). Desse modo, mudam os atores sociais interpelados no discurso, mudam os conflitos através dos quais

³ Conceito adotado na dissertação de Mestrado “As condições de produção do jornalismo popular massivo: o caso do Diário Gaúcho”, defendida pela autora em 2004 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS).

⁴ Questão abordada em: BERNARDES, Cristiane B. *A cobertura do caso Sílvio Santos em um jornal popular*. IN: **Em questão**: revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. Vol.9, n.1 (jan./jun. 2003). Porto Alegre: UFRGS, 2003. P.95-108 e BERNARDES, Cristiane B. *A credibilidade como estratégia de produção em um jornal massivo*. IN: **Em questão**: revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. Vol.10, n.1 (jan./jun. 2004). Porto Alegre: UFRGS, 2004. P.23-39.

eles são interpelados e também os espaços em que os conflitos são apresentados (SUNKEL, 1985, p.52).

Os jornais que o autor denomina como populares massivos apóiam-se na matriz simbólico-dramática e usam uma linguagem concreta, imagética, própria da estética melodramática; abordam o espaço do privado e da vida cotidiana; mostram conflitos frente ao Estado, à polícia, à Igreja, às instituições correcionais, etc. Em certa medida, uma representatividade ancorada em aspectos identificados com a estética do grotesco, isto é, em conflitos e situações incomuns, obscenas ou jocosas (SODRÉ-PAIVA, 2002), que privilegia os temas da cultura de massas, como o *fait divers* (BARTHES, 1982).

Em relação ao discurso sobre a política, concordamos com o argumento de que tais publicações centralizam sua produção nos mecanismos cognitivos da essência dos fatos; do estatuto visual da política e da personalização (ALDÉ, 2004, p.175), também presentes na simplificação proposta pelo *fait divers*. Assim, eleitores e políticos são personalizados, retirados do contexto social e inseridos em estruturas narrativas que os enquadram como personagens de conflitos específicos. Por sua vez, os conflitos são reduzidos a questões práticas, com lados facilmente identificáveis pelos leitores.

Ganham força as imagens que identificam os políticos como personagens de conflitos eleitorais ou com a lei, assim como os eleitores acabam individualizados em exemplos que não são representativos do conjunto da população, mas têm o poder simbólico de exemplificar situações concretas de vida. Tal discurso pressupõe uma visão dos jornalistas – por si próprios e pelo público – como os representantes da população junto ao Estado – mediadores do conflito – e “*responsáveis pela transparência da administração pública e pela denúncia e vigilância do poder político*” (ALDÉ, 2004, p.178).

Na análise das 98 matérias publicadas na editoria de Dia-a-dia nos meses de agosto, setembro e outubro deste ano, percebemos que a tônica do jornal permanece

sendo o conflito da população com o Estado, assim como era em 2003. Em 2006, 33 textos versavam explicitamente sobre tais problemas (33,6% das matérias). Contudo, tal conflito não carrega as características reiteradas por Sunkel como “políticas”. É bom ressaltar a perspectiva marxista do autor chileno, segundo a qual os verdadeiros conflitos políticos eram aqueles travados entre patrões e operários ou camponeses em um espaço público (SUNKEL, 1985, p.53). Na atual configuração dos jornais populares massivos, especialmente no *Diário Gaúcho*, analisado neste trabalho, o conflito político passa a ser travado sem o diferencial de classe. Pelo menos, aparentemente.

Obviamente, é fácil perceber que o jornal apresenta um recorte de classe, na medida em que a publicação é destinada a um público específico, identificado a partir de características econômicas e de consumo. De acordo com as tendências de mercado verificadas nas pesquisas encomendadas pela empresa, o jornal escolheu o leitor que ganha até cinco salários-mínimos, da classe C, com Ensino Fundamental completo como consumidor. Essa idéia transparece nas declarações dos produtores:

O DG está destinado a um público específico. Eu tenho muito claro quem é o público do DG. Talvez não consiga passar para vocês, mas as pesquisas mostram que esse público está muito interessado por assuntos relacionados ao mercado de trabalho, por exemplo. (...) A questão da interatividade é muito forte no jornal. Conhecemos muito o nosso público. Quando começa a chover, sabemos que daqui a 40 minutos eles vão ligar, da vila tal, porque houve alagamentos. Sabemos o que eles vão pedir, porque eles já nos deram o retorno (BACH, 2003, depoimento oral).

A identificação da publicação com a classe trabalhadora, em sentido amplo, é uma característica constante dos jornais populares. A diferença primordial em relação aos jornais de matriz racional-iluminista, contudo, é que os trabalhadores não são representados enquanto opositores da classe dominante com poder econômico e político: os patrões. O conflito de classe, que é efetivamente econômico, passa a ser mostrado como um conflito da população com o Estado, sem haver identificação dos

donos do capital com a elite política do País. Eles são apresentados como categorias sociais diferenciadas e, mais que isso, com valores e práticas diferenciadas.

Nas páginas do jornal popular, o Estado se transforma no principal problema social, na medida em que exige uma série de obrigações e formalidades, além de impostos, mas não retribui à população com serviços dignos. Assim, ao invés de focar os conflitos entre patrões e empregados, o DG enfoca os conflitos de cidadãos e consumidores frente ao Estado, representado na publicação por diferentes esferas e instituições como prefeituras, secretarias de governo, órgãos e empresas estatais, etc. Quando representados enquanto trabalhadores, os leitores têm como principal inimigo o mercado, uma construção abstrata que premia os mais preparados e deixa de fora aqueles que não se esforçam.

Exemplo singular é a manchete do dia 14 de setembro de 2006: “*5 mil vagas temporárias no comércio*”. A matéria mostra as oportunidades de emprego que surgem com a chegada do final do ano. Além de recomendar aos candidatos a preparação do currículo, o texto traz os endereços das entidades que devem ser procuradas para obtenção das vagas. A matéria, como as demais relacionadas ao tema, individualiza o problema do desemprego e, ao apontar soluções imediatas e individuais, despolutiza o debate sobre o tema.

Na análise dos 11 exemplares editados nos períodos de observação em 2003, observamos as matérias principais de cada página, de todas as editorias, que aparecem graficamente destacadas com um traço verde em sua volta, sem levar em consideração as secundárias ou as notas. Foram observadas 144 matérias, distribuídas nas 11 edições acompanhadas. Nas edições de 2006, centramos nossa análise nas matérias principais das páginas de Dia-a-dia das edições em que a Coluna “Eleições no DG” foi publicada.

Nosso objetivo, diferentemente da análise realizada em 2003, era verificar quais atores, cenários e conflitos são representados na editoria destinada às informações

econômicas e políticas, ou seja, na Editoria de Dia-a-dia, conforme nomenclatura do jornal. Ainda que a segurança seja um tema politicamente importante, acreditamos que o tratamento dado à questão nas matérias da Editoria de Polícia siga a linha geral do jornal de questionamento do serviço estatal, conforme comprovado em 2003, ou com enfoque no *fait divers*. No mês de agosto, observamos 14 edições, com um total de 36 matérias⁵. Em setembro, as 26 edições totalizaram 60 matérias. Já em outubro, nossa análise ficou centrada nas primeiras duas edições do mês⁶, que apresentaram quatro matérias principais na Editoria de Dia-a-dia.

3. Atores preferenciais

Uma gama variada de personagens está nas páginas do DG. Nos diferentes tipos – crianças, jovens, donas-de-casa, trabalhadores, líderes comunitários, voluntários de entidades, vítimas de crimes, idosos – sobressaem duas características comuns: são de classes populares e moram ou trabalham em bairros periféricos das cidades do Rio Grande do Sul. O perfil urbano, de classe média baixa, é predominante, à exceção das autoridades, consultadas apenas para responder às dúvidas e demandas da população.

Observamos que, no DG, a inversão de papéis entre público-fonte ocorre rotineiramente. Isto é, o leitor é sempre a fonte principal, enquanto as fontes chamadas oficiais aparecem como secundárias, apenas para responder às reivindicações do público do jornal. A inversão dos papéis pode ser observada até mesmo nas pautas que não são sugeridas por leitores, mas pautadas por órgãos públicos e instituições. O veículo aposta em uma imagem – construída interna e externamente através das práticas de produção – de porta-voz, representante oficial do grupo de leitores.

⁵ O *Diário Gaúcho* circula no Rio Grande do Sul de segunda a sábado. A edição do final de semana é conjunta.

⁶ Como a edição do dia 1º de outubro foi conjunta com o dia 30 de setembro, foi computada no mês de setembro.

Muitos críticos podem ver pontos positivos na prática diferenciada das rotinas dos chamados jornais “de referência”, entretanto concordamos com Amaral sobre o fato de que “*as fontes populares não são apresentadas como membros ativos de uma comunidade, mas como reivindicadores de questões individuais que se contentam com respostas setoriais*” (2002, p.15). O espaço público é privatizado e espetacularizado, com a “*singularização e a personalização que retiram o acontecimento de seu tecido social*” (2002, p.15). Para Amaral,

quando publica a fala do leitor, o DG compensa simbolicamente o que a sociedade não oferece aos setores populares como interlocução com o poder e visibilidade e valorização da vida cotidiana, mas segue impondo suas definições de mundo social (AMARAL, 2006, p.105).

A grande maioria das matérias trata de personagens que Sunkel classificaria como “não-representados”, isto é, indivíduos que não mereceriam espaço em jornais populares com perfil político, ou racional-iluminista, nas palavras dele. Entretanto, também os políticos e as autoridades públicas (representados), agressores, criminosos e vândalos (reprimidos) têm espaço nas páginas da publicação. Como já mencionamos anteriormente, os trabalhadores têm um espaço privilegiado, ainda que não sejam mostrados sempre em seus locais de trabalho e, na maior parte das vezes, não estejam em conflito com os patrões, mas com o Estado.

Exemplo emblemático dessa relação aparece na matéria “Temporada de caça ao emprego”, publicada no dia 14 de setembro de 2006. O aumento na procura por funcionários na indústria e no comércio na época de Natal é noticiada como uma oportunidade ímpar para os desempregados. Na matéria, é entrevistada uma trabalhadora que conseguiu o emprego temporário e comemora a oportunidade. A lista das entidades que fazem o cadastramento e a seleção dos trabalhadores completa as informações. Um representante dos lojistas de Porto Alegre, a dona da empresa que contratou novos empregados e uma das funcionárias são os entrevistados. Não há sinal

de conflito entre os personagens, cujos discursos se reforçam mutuamente ao comemorar o aumento na demanda propiciada pelo Natal. Em momento algum a matéria deixa entrever que os objetivos dos empresários (lucro) e dos trabalhadores (emprego fixo, melhor remuneração, etc.) possam ser diferentes ou mesmo opostos.

O DG também dedica algum espaço para os atores, espaços e conflitos incluídos na esfera do popular “reprimido”, segundo Sunkel. Apesar de tais categorias serem preferencialmente representadas nas páginas da Editoria de Polícia, algumas matérias analisadas na Editoria de Dia-a-dia também trazem essas representações. Os delinquentes, que exibem conflitos com a Justiça e com a Polícia, conflitos entre eles e conflitos com outros membros da organização social como vizinhos, moradores da periferia ou vítimas, são os atores preferenciais nas matérias relacionadas à violência.

4. Estatuto visual da política

O espaço privilegiado de representação no DG é o espaço privado, localizado na residência, nos condomínios ou no bairro em que os atores vivem e circulam. Também podem ser agregados aí, como exemplos de espaço público em que conflitos privados ocorrem, as ruas e os bairros da periferia. Instituições de caridade, escolas e clubes de futebol também são privilegiados no jornal, além, é claro, de delegacias, do sistema judiciário e de estabelecimentos comerciais, onde os atores considerados “reprimidos” (ou à margem da sociedade) atuam com mais frequência.

Os espaços ou cenários dos acontecimentos são importantes para situar o leitor e dão idéia da linha do jornal. Ao centrar seus relatos na periferia das grandes cidades, o *Diário Gaúcho* mostra espaços que, muitas vezes, são esquecidos pelo Poder Público e escondidos da opinião pública. A estratégia dá visibilidade aos locais em que o público mora, trabalha e convive, isto é, confere existência visual à periferia. O que pode, muitas vezes, servir para mostrar espaços coletivos de ação e comunidades geralmente excluídas do noticiário convencional.

A matéria que relata a morte de uma criança, atingida por um poste em uma praçinha da Capital (“Poste cai e mata menina” - 08/09/06), fornece boas pistas sobre a importância do estatuto visual da publicação. No dia seguinte ao caso, o jornal publicou a foto do local em que houve o acidente, motivado pelas péssimas condições de conservação dos equipamentos de iluminação pública.

O texto, que poderia ter sido tratado somente como *fait divers* – fatalidade, coincidência, etc. – recebeu um status político quando o jornal resolveu relacionar o fato com a má qualidade dos serviços públicos. Alguns dias depois, o jornal publicou uma extensa matéria de duas páginas (“Mudou muito pouco” – 15/09/06) mostrando a situação de várias praças da Capital. Além de ser uma suíte para o caso da morte da criança, a matéria recuperou dados publicados nove meses antes e que revelam o descaso das autoridades com os equipamentos de lazer instalados na periferia, situação permanente, portanto. Com tais informações, o jornal revela que as demandas da comunidade são veiculadas periodicamente, não somente nos casos excepcionais de tragédias individuais – crítica comum ao tratamento dado pelos veículos de comunicação convencionais à periferia.

A questão da imagem, aliás, é uma das preocupações centrais dos produtores. O padrão televisivo que destaca o visual é uma estratégia de aproximação com o público leitor admitida pelos produtores do *Diário Gaúcho*, como ressalta o editor-chefe:

A linguagem gráfica do DG tem um padrão ‘televisivo’, com utilização de muita cor, movimento, numa linguagem visual parecida com a da TV. Até porque o principal entretenimento dos nossos leitores é a televisão. (BACH, 2002, depoimento oral).

Observamos que a narrativa televisiva acaba por interferir na escrita aplicada nos demais meios de comunicação. O entretenimento e o show tornam-se essenciais no jornalismo para prender a atenção do público, numa tendência à espetacularização: “a popularização é um procedimento tipicamente de televisão. A máxima da TV é a de que

nela não pode existir nada de complexo, complicado, 'difícil', que dê trabalho ao telespectador" (MARCONDES FILHO, 2000, p.87). Nos jornais populares, esta técnica de “falar fácil”, escrever na linguagem do povo, é seguida à risca.

A facilidade e a simplicidade – ligada ao caráter prático, concreto das abordagens – na leitura são dois pontos importantes na constituição do jornal, para a grande maioria dos produtores. Desse modo, a estratégia de enfatizar o aspecto gráfico é explicada como *“uma técnica de facilitar a leitura, pois mesmo os leitores de ZH, mais acostumados com a leitura, precisam de alternativas que lhes dêem mais facilidade, mais comodidade”*, lembra um dos produtores.

Além de constituir um ponto de conexão importante com a cultura popular dos leitores, o estatuto da imagem confere veracidade às informações. Do mesmo modo como a imagem televisiva não é questionada em seu caráter de “verdade”, também as imagens de uma publicação escrita geralmente são aceitas como a imagem verdadeira do que ocorreu. Conforme destaca Aldé, *“os jornais funcionam como um argumento de autoridade, de informação aprofundada e de alta credibilidade, habilitando um círculo restrito de cidadãos a emitir juízos autorizados sobre a política”* (2004, p.186).

Em relação ao DG, portanto, percebemos que o fato do jornal “mostrar” os problemas das comunidades mais pobres reforça a sua credibilidade – pelo fato de que os leitores podem comprovar a verdade das informações e imagens – e amplia sua legitimidade como representante legítimo de tais populações frente ao Estado, uma vez que o jornal vai até os locais dos fatos e mostra como eles ocorreram. A escolha dos cenários onde transitam os leitores, portanto, é uma estratégia mercadológica de grande valia para a publicação.

5. Essência dos fatos ou o critério da utilidade

Em sua tentativa de simplificação da linguagem e dos relatos sobre os fatos, o *Diário Gaúcho* acaba embutindo em suas reportagens avaliações morais reforçadas por

esquemas generalizantes (ALDÉ, 2004, p.179-180) que reforçam o sentido de utilidade do jornalismo (p.181).

Observamos que o jornalismo segue o parâmetro da indústria massiva ao adotar os processos de “*vulgarização*” verificados por Morin na década de 60 (1984, p.54). Segundo o autor, a simplificação e a maniqueização fazem parte dos quatro processos elementares de vulgarização, além da modernização e da atualização. Para Morin, o processo de simplificação observado na adaptação de obras literárias para o cinema, por exemplo, consiste na “*esquematisação da intriga, redução do número de personagens, redução dos caracteres a uma psicologia clara, eliminação do que poderia ser dificilmente inteligível para a massa de trabalhadores*” (MORIN, 1984, p.54).

Segundo os produtores, a estratégia do jornal é simplificar a vida do leitor através de serviços e informações úteis, que tenham validade em sua vida cotidiana. Como afirma o editor-chefe, “*nos esforçamos muito na produção das matérias para que o leitor se esforce pouco. Não é o caso de emburrecer o público, coisa que a Folha de São Paulo, às vezes, faz. Mas sim de fazer a relação dos fatos com a vida prática*” (BACH, 2003, depoimento oral).

Destacamos que o enfoque de simplificação e ligação com a vida cotidiana do leitor também baliza o tratamento dos assuntos políticos e econômicos no jornal, como ressalta o mesmo editor:

A política que entra no DG é a da Câmara de Vereadores, com as conseqüências práticas na vida dos leitores. As discussões diárias, o bate-boca entre o Jader e o ACM não são assunto. A economia também tem um enfoque prático, com destaque para a economia popular, como negociar suas contas, como pagar as dívidas, formas alternativas de renda, etc. (BACH, 2002, depoimento oral).

O estabelecimento do critério do SERVIÇO, ligado à condição de praticidade exigida pela classe popular nos produtos simbólicos, foi uma das saídas adotadas pelos produtores para atingir o público popular. O sentido prático do produto jornal é

ressaltado com informações que terão sua serventia captada imediatamente pelo público e cujo uso também seja imediato. Orientações em geral, dicas, endereços e telefones úteis são exemplos de informações que exibem esse caráter e que servem para justificar a função social do jornal entre seus produtores.

Entretanto, como ressalta Aldé, é possível relacionar essa estratégia à “*recente ênfase da informação de massa no denunciismo e no jornalismo caracterizado como de serviço*” (ALDÉ, 2004, p.181). A “utilidade pública” das informações jornalísticas está conectada à visão que concede um caráter prático, quase assistencialista ao jornalismo popular, e que lhe confere legitimidade como representante do povo. Como afirma Aldé, o denunciismo reforça o caráter heróico dos jornalistas, “*porta-vozes das perguntas e críticas que o povo gostaria de fazer*” (ALDÉ, 2004, p.180) ou ainda

“homens corajosos, que obrigam o governo a ‘contar a verdade’ – um estereótipo, ou explicação, que reflete o discurso da própria mídia, autopromovida como guardiã da verdade, da justiça e da ordem civil” (ALDÉ, 2004, p.180)

Opinião similar tem Márcia Amaral, que destaca que o público dos jornais populares também quer prestação de serviço e entretenimento nos veículos de comunicação. O jornal, na maioria das vezes, vira “*um setor de reclamações, um guia de serviços e um manual de aconselhamento*” (AMARAL, 2006, p.58). Tais publicações, portanto,

“usam como estratégia de sedução do público leitor a cobertura da inoperância do poder público, da vida das celebridades e do cotidiano das pessoas do povo. Os assuntos que interessam são prioritariamente os que mexem de imediato com a vida da população” (AMARAL, 2006, p.9)

No geral, observamos que as questões que poderiam ser incluídas como públicas e tratadas no espaço político – segurança, educação, saúde, direitos humanos, fome, desigualdade social, etc. – são reduzidas a casos particulares e tratadas no âmbito individual, como se fossem o conflito de um cidadão frente ao Estado ou a uma instituição estatal. Obviamente, são situações que extrapolam o que Sunkel inclui no

âmbito do político, uma vez que os conflitos não se dão no espaço do trabalho, mas em outras esferas da vida social. Mesmo assim, são importantes na caracterização do espaço público e, por isso, não devem ter um enfoque particularizado.

Um dos exemplos mais significativos são as matérias sobre o Sistema Único de Saúde (SUS). Os hospitais e postos de saúde são bastante citados no jornal e os atores preferenciais são os pacientes que não recebem o devido tratamento. A questão, na maioria das matérias, não tem explicações sobre as razões – políticas e burocráticas – para os problemas. Na verdade, o jornal sempre denuncia uma situação particular, sensibilizando o leitor para o problema de um cidadão.

Segundo os produtores, a idéia é explicar a situação geral através de exemplos, mas o que acaba acontecendo é a resolução parcial dos casos citados, que continuam se repetindo à exaustão, uma vez que o sistema permanece o mesmo. Assim, as matérias sobre as filas nos postos continuam sempre atuais, bem como os casos de enfermidades que não recebem o tratamento adequado. Durante a greve dos médicos da Capital em 2003, por exemplo, os hospitais e os postos foram lugares onde as pessoas deixaram de receber atendimento, jamais vistos como espaço de reivindicação ou luta trabalhista.

Do mesmo modo, o mercado de trabalho é tratado como uma entidade abstrata, uma instituição específica, à qual os trabalhadores precisam agradar individualmente. Não são tratadas questões coletivas como níveis de salários, acordos coletivos, mercado de reserva, ou condições de trabalho nas diferentes profissões, nem são explicadas as razões econômicas ou políticas para as dificuldades enfrentadas pelos trabalhadores. Nas matérias, o enfoque é sempre prático, com as dicas e os cuidados que cada trabalhador precisa ter, individualmente, para vencer a competição pelas vagas.

Em 2003, somente uma matéria abordava de um ponto de vista político a questão trabalhista, inclusive com a citação dos sindicalistas e suas reivindicações. O assunto era o novo valor do salário mínimo, mas, ao contrário do que se poderia esperar,

o adversário dos trabalhadores era o Governo Federal, não os patrões das empresas privadas. Ou seja, o reajuste era concedido pelo governo e a situação destacada nas matérias versava sobre o aumento para os aposentados e pensionistas e para os servidores público federais, sem mencionar os demais trabalhadores representados pelos sindicalistas citados – no caso, a Central Única dos Trabalhadores (CUT).

6. Eleições no DG

Os três mecanismos cognitivos apontados por Aldé no jornalismo – essência dos fatos, ou simplificação; estatuto visual da verdade e da política; e personalização dos fatos (2004, p.178) – estão presentes na cobertura das eleições 2006 do *Diário Gaúcho*. É importante ressaltar que, apesar de ter merecido um espaço específico⁷, a cobertura política do jornal completa-se com as diferentes formas de representação de atores, cenários e conflitos que aparecem nas demais páginas da publicação. Tais relações são essenciais em nossa análise e, por isso, não é possível analisar a coluna sem levar em conta as demais características do periódico.

Como já explicitamos ao longo deste artigo, a personalização dos atores envolvidos e representados nas páginas do jornal é uma constante. Não é diferente com políticos ou eleitores, os atores privilegiados na cobertura das eleições. No dia 29 de setembro de 2006, por exemplo, às vésperas das eleições⁸, o jornal dedicou sua capa, tomada por anúncios de candidatos, ao noticiário político. A manchete “Aquecimento para domingo”, com a cartola “Eleitores e bandeiras nas ruas”, veio acompanhada de uma fotografia de cabos eleitorais agitando bandeiras nas ruas da Capital.

A matéria com o título “Cresce campanha nas ruas” recebeu o status de abertura da página 4 do jornal, ao lado da coluna “Eleições no DG”. No texto, fontes variadas

⁷ Segundo depoimento da repórter responsável pela coluna, o espaço teve patrocínio garantido por uma rede de lojas do Estado, anunciante do jornal. “Esse é um daqueles projetos que o comercial sempre tenta vender. Este ano deu certo. Mas a coluna é totalmente independente”, ressalta.

⁸ O primeiro turno das eleições em 2006 aconteceu no dia 1º de outubro.

como: cidadãos que agitavam as bandeiras mostrando sua preferência ideológica; cabos eleitorais contratados que aproveitavam a chance de ganhar algum dinheiro com a campanha; e garis responsáveis por limpar a sujeira das ruas. A disparidade entre os atores que receberam espaço no texto merece algumas considerações.

Apesar de reconhecer o caráter coletivo da manifestação política, com a existência de “uma nuvem de bandeiras” em alguns pontos da cidade, a matéria ressalta o fato de uma das eleitoras entrevistadas ser “quase invisível” em meio à multidão. A pouca capacidade de interferência do cidadão comum no processo político é ressaltada pelo repórter ao afirmar, em relação à eleitora, que “ser apenas mais uma no meio da multidão, porém, não diminui seu entusiasmo”. A eleitora destaca ainda o vínculo pessoal e emocional com o candidato escolhido: “Ele é uma pessoa simples. Por isso vou ajudá-lo sempre que concorrer. Faço isso de coração”, explica ao repórter. A matéria fecha com a entrevista de outra eleitora que afirma: “Há mais de 20 anos faço campanha por acreditar nas mudanças”.

Uma das conclusões a que se pode chegar, a partir de tais trechos, é que a política é representada no DG como um processo de longo prazo, sem conseqüências imediatas ou práticas na vida dos eleitores. O fato de uma eleitora estar há 20 anos fazendo campanha significa, em última medida, que as mudanças pelas quais ela anseia ainda não se concretizaram. De outro modo, ela não precisaria mais estar nas ruas com a bandeira de algum candidato. A presença de cabos eleitorais pagos, por outro lado, mostra a única função prática do processo eleitoral: gerar empregos temporários.

A reação emocional dos eleitores ao processo também é outra idéia que merece destaque. A personalização do debate eleitoral e a importância das características pessoais dos candidatos, já ressaltados em outros estudos, transparecem novamente. A eleição, portanto, não passa de uma competição pelo governo e os políticos são indivíduos que disputam o poder. Mais ou menos como as finais de futebol, em que os

torcedores só podem assistir. A manchete de 2 de outubro, um dia depois das eleições, – “Os duelos finais” – traz os resultados da eleição presidencial e para governador e confirma a idéia. No interior do jornal, a cobertura destaca manifestações de alguns eleitores, a votação nos presídios do Estado, o caso de dois eleitores com mais de 70 anos que participaram do pleito e a sujeira deixada nas ruas pelos candidatos.

A pouca interferência dos eleitores no processo político, ressaltada no jornal, é um ponto interessante. Na coluna dedicada ao tema, uma idéia constantemente reiterada identifica o eleitor, ou o povo, como “espectador” do processo político. A política, portanto, seria um processo de disputa ou luta entre os políticos, representantes de uma elite, ao qual o povo somente assiste, sem poder interferir. Na verdade, a eleição é identificada como a única opção de participação popular: seja como eleitor, seja como trabalhador, isto é, mesário escolhido pelo Tribunal Superior Eleitoral.

As matérias históricas publicadas na coluna, identificadas com o selo “Aula de Política”, são exemplares. Sem conexão histórica que não a sucessão de datas, tais matérias abordaram importantes fatos da história política brasileira como a Proclamação da Independência, a Revolução de 30, os governos de Getúlio Vargas, a Ditadura Militar. A tônica, contudo, foi a apresentação dos principais nomes envolvidos em cada fato, sem explicações detalhadas sobre as motivações e conseqüências de cada acontecimento. A fragmentação do texto pode ser atribuída, entre outras razões, ao pouco espaço destinado a cada assunto e à escolha por uma linguagem curta e simples, característicos do periódico.

A coluna do dia 29 de setembro, por exemplo, foi dedicada à recuperação histórica do período que vai da eleição de Jânio Quadros, em 1960, até o fim da transição democrática, depois da Ditadura, com a Constituição de 1988. Em poucas linhas, são apresentados quase 30 anos de história política conturbada. Em nenhum momento, são apresentadas as figuras que intervieram no processo, os motivos pelos

quais a Ditadura recebeu apoio de setores da classe média ou os motivos que levaram a sua derrocada. A matéria dedica às mortes de Vladimir Herzog e Manoel Fiel Filho a responsabilidade total pelo fim do regime, que estava “fragmentado e enfraquecido”.

Não queremos, nesse ponto, apontar incorreções históricas no texto jornalístico apresentado, mas sim ressaltar que o caráter fragmentado e simplificador da linguagem jornalística, especialmente daquela adotada em publicações populares, pode não servir ao propósito de discutir importantes fatos históricos sob uma perspectiva crítica. Não acreditamos que a intenção do veículo fosse essa, mas tal exemplo serve para apontar as limitações do jornalismo como instrumento para educação política dos cidadãos, em substituição à escola.

Do mesmo modo, a matéria sobre a Independência do Brasil, publicada no dia 7 de setembro, carece de contextualização e de explicações detalhadas sobre as reais motivações que levaram o Brasil ao rompimento com Portugal. Os interesses em jogo são deixados de lado para ceder espaço a uma seqüência de fatos desconexos que enfatizam o papel preponderante de D. Pedro no processo. Um detalhe realmente interessante na matéria, que condiz com a perspectiva adotada pelo jornal, é a ênfase dada ao fato de que o processo não levou em conta a população. Assim, a última frase do texto é: “A independência não gerou grande mudanças sociais”.

A análise da coluna sobre as eleições no DG mostra que os políticos são representados como competidores que, na maioria das vezes, desrespeitam as regras e as leis. Há diversas matérias informando as normas do processo eleitoral, fornecendo o número para o qual os eleitores poderiam ligar em caso de denúncias, denunciando casos de infração e ressaltando o papel de fiscalizador dos eleitores. Além disso, como líderes da sociedade, os políticos são privilegiados, com prerrogativas que os demais cidadãos não têm. Em uma matéria sobre o papel dos deputados federais, por exemplo, a permissão para reajustar o próprio salário e definir o regime de trabalho e organização

da Câmara foi enfatizada, em detrimento das atribuições legislativas do cargo (Eleições no DG - “O que faz o deputado federal” – 24/08/06).

Já o povo, ou o eleitor, é um espectador que, além de ter várias tarefas burocráticas no processo – votar, fiscalizar os políticos, trabalhar no processo eleitoral – ainda precisa agüentar o “som alto” dos carros de propaganda política, o horário eleitoral na tevê, as promessas que não são cumpridas, as pinturas de muro irregulares e a sujeira das ruas. Aliás, surpreende o grande número de menções na coluna à sujeira das ruas durante a campanha eleitoral e ao trabalho de garis para a limpeza das cidades.

Duas hipóteses norteiam nossa leitura desse aparente exagero. Por seu forte valor imagético, os santinhos espalhados pelo chão representam concretamente o processo político, abstrato e, na maioria das vezes, incompreensível para o povo alijado de participação efetiva. Outra idéia é a que relaciona a política à sujeira no senso comum. Depois de dois anos de escândalos motivados por denúncias de corrupção, a idéia da política como algo que “suja a sociedade” e que precisa ser limpo pode encontrar eco no imaginário popular compartilhado por jornalistas e leitores.

De qualquer forma, concordamos com o argumento de que a representação constantemente negativa dos políticos e do processo político democrático – reduzido à competição eleitoral – pode reforçar uma cultura política autoritária já identificada em alguns estudos no País ****. A política, em resumo, aparece como um complicado processo de disputa entre elites que não estão interessadas no povo, mas em vencer a qualquer preço. Um processo cheio de regras que são desrespeitadas pelos próprios competidores; que é conduzido por poucos e que não está acessível à população.

Ainda que tal representação esteja de acordo com a crise de representatividade por que passam os regimes democráticos em todo o mundo (MIGUEL, 2003, p.123), a apresentação reiterada dos problemas sociais sem a discussão das razões desses problemas e das propostas de diferentes grupos políticos para sua solução pode

comprometer ainda mais a baixa compreensão da população sobre a política. E, mais que isso, pode comprometer a confiança da população na democracia como um regime político adequado ao País.

7. Cenário de Representação Política

Como ressalta Lima (2001), na sociedade existem vários cenários de representação que competem por legitimidade, isto é, várias representações do mundo social que buscam aceitação e divulgação. Além de veicular tais representações, a mídia também cria algumas delas. No panorama atual, portanto, os veículos de comunicação assumem um papel central como atores sociais ao determinarem os acontecimentos que merecem existência pública e oferecerem as interpretações sobre eles, definindo o significado e, mais do que isso, criando os fatos. Ou seja, além de nos dizerem sobre QUAIS fatos pensar, também nos dizem COMO pensar sobre eles e, conseqüentemente, o QUE pensar.

O poder do Campo Midiático, portanto, reside na condição do meio de comunicação como grande mediador dos diferentes Campos Sociais, isto é, como o ator que dá visibilidade ao social e que produz, projeta e legitima sentidos, veiculando as várias vozes que constituem um determinado tempo histórico (TRAQUINA, 1993; MCCOMBS-SHAW, 1993; SCHUDSON, 1993; BERGER, 1996).

A luta pelo poder simbólico, isto é, pelo poder de nomear e determinar as categorias que tornam o mundo social possível (BOURDIEU, 2006) tem a mídia como um de seus espaços privilegiados. Tal afirmativa é especialmente válida para o jornalismo popular, com um papel ainda mais legitimado junto ao seu público, exatamente pelo desnível entre o capital simbólico detido por jornalistas e cidadãos das classes populares em nossa sociedade. Como ressalta Bourdieu,

“a capacidade de fazer existir em estado explícito, de publicar, de tornar público, quer dizer, objetivado, visível, dizível, e até mesmo oficial (...) representa um considerável poder social, o de constituir os grupos,

constituindo o senso comum, o consenso explícito, de qualquer grupo” (BOURDIEU, 2006, p.142).

No caso da mídia popular, portanto, tal poder é exacerbado, uma vez que o público geralmente não tem acesso a informações de veículos variados e tem menos capital cognitivo para compreensão do mundo político. O cenário de representação da política apresentado pelos meios de comunicação, portanto, tende a servir como principal referência de organização do mundo social para os leitores dessas publicações, isto é, constitui-se no cenário hegemônico em tais comunidades.

Em outras palavras, os jornais têm mais legitimidade que o próprio público para realizar o “*trabalho de representação*”, identificado por Bourdieu como aquele realizado para imposição da visão de mundo de cada agente social, “*a visão da sua identidade social*” (BOURDIEU, 2006, p.139). Desse modo, o enquadramento da mídia sobre o mundo social (LIMA, 2001, p.183) é adotado pelo público. Como lembra Aldé, “*muitas notícias passam a ser usadas pelas pessoas como chaves explicativas, com as quais ilustram suas idéias sobre as instituições, o comportamento dos políticos, grupos organizados ou jornalistas*” (2004, p.176).

Um problema adicional que decorre da incorporação da representação do mundo social dos jornais pelo público das classes populares é a constatação de que “*as categorias de percepção do mundo social são, no essencial, produto da incorporação das estruturas objetivas do espaço social*” (BOURDIEU, 2006, p.141). Como afirma o próprio Bourdieu, tal incorporação tem um sentido conservador, na medida em que “*leva os agentes a tomarem o mundo social tal como ele é, a aceitarem-no como natural, mais do que a rebelarem-se contra ele, a oporem-lhe possíveis diferentes e, até mesmo, antagonistas*” (BOURDIEU, 2006, p.141).

Ao incorporarem a representação do mundo social construído pela mídia, os cidadãos aceitam os limites que são impostos à sua ação política, ou seja, aceitam sua

posição no mundo social e a distância das demais posições de poder. Segundo Boudieu, deriva dessa aceitação o “*profundo realismo que caracteriza freqüentemente a visão do mundo dos dominados*” e que funciona “*como uma espécie de instinto de conservação socialmente constituído*” (BOURDIEU, 2006, p.141).

O papel secundário do povo no processo político e a naturalidade com que tal situação é descrita – as matérias históricas, por exemplo, reforçam o sentimento de que sempre foi assim – parece-nos uma das questões centrais no cenário de representação da política construído no *Diário Gaúcho*. Apesar das obrigações eleitorais, a população está excluída do processo político, conduzido por líderes quase nunca confiáveis. Tal argumento, combinado com a personalização dos fatos políticos, pode facilmente conduzir boa parte dos leitores a conclusões autoritárias.

A democracia, entendida como “*um conjunto de regras de procedimento para a constituição de Governo e para a formação das decisões políticas (ou seja, das decisões que abrangem toda a comunidade)*” (BOBBIO et al., 2000, p.326), inclui todos os cidadãos em seu processo. Mesmo nos regimes representativos em crise, supõe-se que exista algum nível de participação popular. Na medida em que, na representação hegemônica, o regime político brasileiro não permite ou dá poucas chances para essa participação e não cria condições para a mudança social, uma vez que o povo não tem poder de modificar suas condições objetivas de vida por meio da participação política democrática, o raciocínio de que um regime autoritário seja melhor, desde que conduzido por “boa mão”, não está desautorizado. O que significa dizer que as classes populares podem não enxergar a democracia formal como um passo para o alcance da democracia substantiva, conforme defendido por Rousseau (BOBBIO et al., 2000, p.329).

8. Referências bibliográficas

- ALBUQUERQUE, Afonso de. **A narrativa jornalística para além dos *fait divers***. São Paulo: Compós, 1998.
- ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2004.
- AMARAL, Márcia F. **Fontes jornalísticas: o Lugar de Fala do cidadão**. Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa em Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/ BA, 04 e 05 de setembro 2002.
- _____, Márcia F. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- BACH, Alexandre. **Entrevista concedida à pesquisadora**. Porto Alegre, 17 out. 2002.
- BARTHES, Roland. *Estrutura da notícia*. In: **Crítica e verdade**. São Paulo: Perspectiva, 1982.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto: jornalismo e movimentos sociais**. As relações entre o Movimento Sem Terra e a Zero Hora. 1996. Tese (Doutorado em Comunicação Social). ECA-USP, São Paulo. Documento disponível em <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 4 set. 2001.
- BERNARDES, Cristiane B. **As condições de produção do jornalismo popular massivo: o caso do Diário Gaúcho**. 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- BOBBIO, N.; MATEUCCI, N.; PASQUINO, G. **Dicionário de Política**. 5ª ed. Vol. I. Brasília: Editora Universidade de Brasília: São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. (9ª ed.) Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**. A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Prologo*. In: SUNKEL, Guillermo. **Razon y pasión en la prensa popular**. Un estudio sobre cultura popular, cultura de masas y cultura política. Santiago: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1985. P.9-12.
- _____, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
- McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. **The evolution of agenda-setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas**. Journal of Communication. Ano 43, vol. 2, 1993.
- MIGUEL, Luis F. *Os meios de comunicação e a prática política*. In: **Lua Nova – Revista de Cultura e Política**. N.55-56, 2002. P.155-184.
- _____, Luis F. *Representação política em 3-D*. Elementos para uma teoria ampliada da representação política. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Fevereiro de 2003, Vol.18, número 51., P.123-140.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. O espírito do tempo – I. Neurose. 6ª ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1984.
- LIMA, Venício. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- SCHUDSON, Michael. *A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão*. IN: TRAQUINA, Nelson. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Ltda., 1993. P. 278-293.
- SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- SUNKEL, Guillermo. **Razon y pasión en la prensa popular**. Un estudio sobre cultura popular, cultura de masas y cultura política. Santiago: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1985.
- TRAQUINA, Nelson. *As notícias*. IN: _____. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Ltda., 1993. P. 167-176.