

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Diálogo entre jornalistas e leitores:
a participação do público através
do ombudsman de imprensa e
do Conselho do Leitor de Zero Hora

Marcus Vinícius Minuzzi

São Leopoldo, 2007

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

DOUTORADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Diálogo entre jornalistas e leitores:
a participação do público através
do ombudsman de imprensa e
do Conselho do Leitor de Zero Hora

Marcus Vinícius Minuzzi

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Ciências da Comunicação, sob a orientação do Prof. Dr. Ronaldo César Henn.

São Leopoldo, verão de 2007.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

M668d Minuzzi, Marcus Vinícius
Diálogo entre jornalistas e leitores: a participação do público
através do ombudman de imprensa e do conselho do leitor de
Zero Hora / por Marcus Vinícius Minuzzi. -- 2007.
510 f. ; 30cm.

Tese (doutorado) --Universidade do Vale do Rio dos Sinos,
Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2007.

“Orientação: Prof. Dr. Ronaldo César Henn, Ciências da
Comunicação”.

1. Jornalismo. 2. Jornal - Zero Hora. 3. Participação do leitor -
Produção - Notícia. I. Título.

CDU 070

Marcus Vinícius Minuzzi

Diálogo entre jornalistas e leitores:
a participação do público através do ombudsman de imprensa
e do Conselho do Leitor de Zero Hora

Tese submetida à Coordenação do Curso de Pós-Graduação em
Ciências da Comunicação, da Universidade do Vale do Rio dos
Sinos, como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutor em
Ciências da Comunicação.

Aprovada em 20/04/2007

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Fernando Antônio Resende
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC/RJ

Prof. Dr^a Márcia Benetti Machado
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

Prof. Dr. José Luiz Braga
Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Prof. Dr^a Beatriz Marocco
Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Prof. Dr. Ronaldo Henn (Orientador)
Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

SUMÁRIO

RESUMO

Introdução 9

A trajetória da pesquisa 9

Metodologia: inspiração etnográfica 16

Capítulo 1: Mídia e espaço público 32

1.1 O público e o privado 32

1.1.1 Da *polis* ao social 32

1.1.2 O espaço público burguês 39

1.1.3 A “mudança estrutural” conforme Habermas 48

1.2 As tradições liberal e marxista na comunicação 55

1.3 A subjetividade dos pontos de vista científicos 65

1.4 Refazendo o conceito de espaço público 70

1.5 Mediação e centralidade da mídia 76

Capítulo 2: Organização e cultura jornalísticas 80

2.1 A abordagem do *newsmaking* 80

2.2 Especificando os valores-notícia 88

2.3 As rotinas produtivas 99

2.4 A cultura profissional dos jornalistas 109

2.4.1 Os parâmetros do profissionalismo 109

2.4.2 O modo de ser e estar na profissão 116

2.5 O constrangimento das políticas editoriais 126

2.6 As representações sobre o público 140

Capítulo 3: A participação do público 149

3.1 Imperativos éticos atualizados pela tecnologia 149

3.2 Os *Media Accountability Systems* 152

- 3.3 O sistema de resposta social 155
 - 3.3.1 A comparação entre ombudsman e Conselho do Leitor conforme o sistema de resposta social 163
 - 3.4 Conselhos de leitores: escassez de dados 167

Capítulo 4: O ombudsman de imprensa 170

- 4.1 Um pouco da história 170
- 4.2 O que faz o ombudsman 174
- 4.3 Domínios de controvérsia 180
- 4.4 Diversidade de definições 183
- 4.5 Dispositivos de autonomia 190
 - 4.5.1 A coluna 192
 - 4.5.2 *Insider/outsider* 199
- 4.6 O leitor 210
 - 4.6.1 Provedores portugueses: entre o leitor “maluquinho” e o leitor inocente 223
- 4.7 Jornalistas reativos 234
 - 4.7.1 Provedores portugueses: quem é o responsável pelo erro? 244
- 4.8 Poder e eficácia 253
 - 4.8.1 Provedores portugueses: o poder de fazer “parar e pensar” 264

Capítulo 5: O Conselho do Leitor de Zero Hora 275

- 5.1 Origens e contexto: mais uma “janela” para o leitor 277
 - 5.1.1 Gênese e atribuição 277
 - 5.1.2 Sistema de referências 283
 - 5.1.3 As “janelas” para o leitor 289
 - 5.1.3.1 Obrigação de ouvir 290
 - 5.1.3.2 Os diferentes procedimentos 295
 - 5.1.3.2.1 Coluna “Sobre ZH” 296
 - 5.1.3.2.2 Editoria de Atendimento ao Leitor 299
 - 5.1.3.2.3 Coluna “Cartas ao Leitor” 306
 - 5.1.3.2.4 Pesquisas do *call center* 307

5.1.3.2.5 Contatos diretos por e-mail e telefone	310
5.2 Funcionamento do Conselho do Leitor	318
5.2.1 Constituição dos grupos de leitores	321
5.2.2 Processo de audição	333
5.2.2.1 As reuniões	334
5.2.2.2 A participação dos convidados	336
5.2.2.2.1 O jornal tem “fome” por <i>feedback</i>	336
5.2.2.2.2 Os leitores querem ser críticos ativos	345
5.2.2.3 A “pauta” e as individualidades	354
5.2.2.3.1 Os conteúdos de cada leitor	374
5.2.2.3.2 O conselho é “como a vida”	380
5.2.3 Aplicação das contribuições	385
5.2.3.1 As dificuldades de criticar, ouvir, mudar	390
5.2.3.2 Exemplos de aplicação e não-aplicação	401
5.2.3.3 Significados esparsos	411
5.3 O que está por vir: definição de identidades	415
5.3.1 Quem somos, conselheiros?	416
5.3.2 Vejam a que viemos: o projeto do livro do Conselho do Leitor	431
5.3.3 Recomendar e interromper o diálogo	455

Considerações finais 469

Bibliografia 503

RESUMO

A participação dos leitores na produção das notícias é o foco deste estudo. São analisados, comparativamente, dois mecanismos distintos que promovem a participação. De um lado, o ombudsman de imprensa, a partir de referências bibliográficas e do contato direto com a figura correspondente ao ombudsman em Portugal, o “provedor do leitor”. De outro, os conselhos de leitores, tomando-se o caso do jornal Zero Hora, de Porto Alegre (RS/BR), que foi pesquisado com o uso de entrevistas e técnicas de observação participante. O referencial teórico busca elementos nas reflexões sobre público e privado em Habermas e também nas teorias do jornalismo. Os resultados apontam para o problema da falta de referências de identidade que ajudem a construir a autonomia do leitor.

Palavras-chave: espaço público; jornalismo; participação do leitor.

ABSTRACT

The reader's participation on newsmaking is the focus of this study. There are analysed, comparatively, two distinct devices that promote participation. On one hand, the Ombudsman, analysed since bibliographic references and direct contact to the Portuguese version of ombudsmanship in Portugal, the “provedor do leitor.” On the other hand, the “readers' council,” exemplified by the daily newspaper Zero Hora, from Porto Alegre (RS/BR), analysed using interviews and participant observation. The theoretical framework includes habermasian reflexions about public and private spheres and Journalism Theory. The results point to the lack of identity guidelines that could account for the readers' autonomy.

Key words: public sphere; journalism; reader's participation.

INTRODUÇÃO

A trajetória da pesquisa

Eu via de longe o Conselho do Leitor de Zero Hora, apenas pelas páginas do jornal. O jornal, como sujeito, me perseguia. Mesmo com um Conselho do Leitor, Zero Hora não pareceria ser tão democrática. Como confiar num conselho de leitores? Não seria um engodo, uma espécie de efeito cosmético? Hoje Considerar Zero Hora falsamente democrática foi a minha primeira questão, que brotou à flor da pele, nitidamente de senso comum. Ainda hoje me intrigo com o senso comum desconfiante, como se houvesse uma sabedoria milenar agindo às costas do vulgo.

Ao ingressar no doutorado, carregava evidentemente alguma bagagem proveniente da dissertação de mestrado. Nela, diferentemente da tese, partira da minha vivência como repórter. Nesta vivência, fora então motivado por experiências reais: um constrangimento de poder que sofri enquanto procurava apenas seguir, como repórter, meus impulsos de relatar os fatos inegáveis, mesmo que estes fatos representassem tabus em torno dos quais se subentendia que era preciso calar.

Somos continuidade. Eu também trazia uma experiência desagradável do mestrado, uma espécie de complexo de inferioridade teórica. Extremamente difícil. Na dissertação, usei a Análise do Discurso (AD) e creio que acabei fazendo uma apropriação um tanto limitada de seus conceitos e ferramental metodológico. Os conceitos, para mim, somente são apreendidos por meio de muito vagar.

O que faço na tese é diferente. Corri alguns riscos. Assumi a intenção de desvendar pelo menos um grande autor. Sem saber exatamente porquê, confesso, escolhi Habermas e detive-me em sua obra capital, “Mudança Estrutural da Esfera Pública”. Isso, e menos

outros motivos, tornam a noção de espaço público desenvolvida por Habermas talvez a mais importante de meu referencial teórico. A Habermas juntei Hannah Arendt, de modo a traçar para mim mesmo um fundo razoável de reflexão escorada em autores de nítida postura filosófica. Valorizo o filosófico e pressentia que somente o filosófico ele é que conseguiria, com sua verve de amor no conhecimento, dirimir conflitos e esvaziar os conceitos em sua luta por vitórias obtusas, leia-se, violentas. No filosófico, então, procurei o máximo de acento que consegui.

Também fui introduzido, por influência explícita do meu orientador, à temática das rotinas produtivas do jornalismo, já que a idéia era ter em conta os mecanismos de participação do público como intervenientes no processo de produção jornalística. A idéia que eu trazia, ainda da dissertação, era a concepção, um tanto generalizada, de que as rotinas produtivas não seriam totalmente autônomas na medida em que se construiriam em jogos de tensões entre mídia, fontes e público. Assim, haveria, através dos mecanismos de participação, um alargamento do acesso do público ao processo dinâmico de definição destas rotinas.

Os parágrafos acima dão noção desse meu percurso: um objeto apreendido na singeleza do senso comum; um sujeito com histórico no jornalismo, e não pesquisa; uma necessidade de posicionamento teórico. Este foi o início. O rio seguia seu caminho.

O Conselho do Leitor era o objeto principal. Logo as primeiras discussões, durante os seminários do doutorado, levaram a uma espécie de dúvida natural, no sentido de que ela parecia brotar espontaneamente entre os que se deparavam com a possibilidade de ter que definir o significado do Conselho do Leitor de ZH: qual será a relação entre este mecanismo e o paradigmático ombudsman de imprensa, referenciado meio de proporcionar o ingresso dos leitores nas questões sobre a feitura do jornal? Com a recomendação do orientador, então, o ombudsman foi agregado à tese. Logo, em virtude deste desdobramento, definiu-se um objetivo muito claro de pesquisa: comparar ombudsman e Conselho do Leitor.

Em 2004, decide-se pela candidatura do projeto a uma “bolsa sanduíche” no exterior. Meu destino foi Portugal, onde alguns jornais de referência desenvolvem já há um bom tempo experiências com ombudsman, lá chamado de “provedor do leitor”. Parto em julho de 2005, rumo à Universidade da Beira Interior, na cidade de Covilhã, para trabalhar sob

orientação do professor João Carlos Correia. Entrevisto três ombudsmen portugueses e elaboro um capítulo em que se procura entender, à exaustão, a lógica de funcionamento deste mecanismo.

Meu problema de pesquisa então já se consolidara. Hoje, o olho e o vejo como bem traçado. Minha primeira observação junto ao Conselho do Leitor de Zero Hora havia me dado a intuição fundamental de que o público, ao ter contato com os produtores jornalísticos, procuraria traçar um movimento em torno da sua própria autonomização.

Parto, para formular este problema, de uma noção que encontrei em Esteves e que acabou sendo também um dos caminhos que me fazia optar tão fortemente por Habermas: a de que haveria uma “exigência ética fundamental”, “um horizonte utópico da modernidade que é estranho à lógica instrumental e tecnocrática do atual processo tecnológico nos domínios da informação e da comunicação” (Esteves, 1998, p. 186). Tal exigência ética se manteria viva no espaço público midiático, animando novas possibilidades de interação social, entre elas a participação do público.

O que me intrigou, ao começar a olhar para o Conselho do Leitor de Zero Hora, foram as possibilidades de emancipação do público dentro de um mecanismo como aquele. Ao mesmo tempo, me aprofundava na literatura sobre o ombudsman, para então descobrir que seu conteúdo girava basicamente em torno de algo semelhante: a capacidade que esta figura teria ou não para autonomizar-se em relação à empresa jornalística na qual trabalha, e também ao próprio jornalismo, de modo a conseguir atender às demandas dos leitores. Outras leituras também me deram a entender que os jornalistas seriam potencialmente reativos à participação do público, apesar de escreverem em nome deste público, devido à circunscrição do seu campo de saberes e fazeres e, em vinculação com isso, à delimitação de uma noção de autoridade jornalística.

Tudo isso me levou a formular um problema de pesquisa em que, olhando para o ombudsman e o Conselho do Leitor, eu procuraria perceber, na lógica de funcionamento de cada mecanismo, as tensões que se estabeleceriam entre jornalistas em leitores, envolvendo *estratégias de resistência e cumplicidade*. Reproduzo abaixo o trecho em que está contido o

cerne desta formulação, exatamente como foi apresentado na fase de qualificação do projeto de tese:

(...) Se se torna possível afirmar que existe uma resistência à quebra da própria subjetividade profissional pelos jornalistas, como ficam as possibilidades de superação destes limites? Seria possível detectar, no cotidiano da interlocução do jornal com os leitores, brechas que seriam como pistas para uma tal superação? E, aplicando o mesmo raciocínio: como se apresentam os limites da independência de tais mecanismos (ombudsman e Conselho do Leitor), não com relação ao saber profissional, mas no que diz respeito ao suporte organizacional oferecido pelas empresas jornalísticas? Assim, em relação a estes dois pontos sensíveis, trata-se de perguntar pelas estratégias colocadas em prática pelos agentes dos mecanismos de participação para enfrentar as questões por eles suscitadas. Ou, elaborando a questão de outro modo, pode-se indagar: na interlocução entre leitores, profissionais do jornalismo e organizações jornalísticas, de que modo se armam limites e possibilidades à consecução do objetivo declarado de todos os agentes deste processo, qual seja, o de fazer com que o leitor participe das rotinas de produção jornalística? O que exige averiguar um conjunto de estratégias:

a) as estratégias de resistência e cumplicidade, face ao objetivo de participação dos leitores, colocadas em prática pelos jornalistas.

b) as estratégias de resistência e cumplicidade, face ao objetivo de participação dos leitores, colocadas em prática pela organização empresarial e seus agentes.

c) no caso dos leitores, não se trata da existência de fatores de resistência/cumplicidade à sua própria participação, mas da ocorrência de condições que causem transtornos ou facilitem esta participação. E, assim sendo, trata-se de estratégias colocadas em prática, ou potencialmente emergentes, que procuram se valer de condições favoráveis à participação ou que buscam vencer condições que a ela (à participação) seriam hostis.

Em síntese, trata-se de olhar para a qualidade da interação de duas posições específicas dentro das instituições midiáticas. E trata-se de pressupor que na posição ocupada pelo público ocorre um desfavorecimento institucional. Dentro disso, as modalidades de participação do público podem ser consideradas como esforços de desconstrução deste desfavorecimento, para o qual cooperam organizações empresariais, agentes profissionais (jornalistas) e leitores. Neste contexto, nossa hipótese é de que os dispositivos que se encontrarão sob análise manifestam a dita carência institucional, de modos específicos. Sendo que, de diferentes maneiras, atuam como promotores da própria possibilidade de criar modos de agir que ajudem a suprir a carência institucional do público. Desse modo, configuram-se bem mais do que como iniciativas situadas no campo das estratégias de marketing que visem apenas o melhoramento da imagem das empresas perante o público. Porém, tais modalidades em análise, cada uma a seu modo, vêem seu esforço limitado pela escassa organicidade institucional que conseguem dar ao público. No lugar que propõem ao público, configura-se, deste modo, um perfil de isolamento, inibidor da tessitura de uma trama institucional mais complexa que seja capaz de fazer frente às demandas por autonomia do campo jornalístico, às quais deve se contrapor a necessidade de autonomia do público.

Hoje, a formulação do problema ainda me parece pertinente. O trabalho de investigação que empreendi desenha, mas de modo não conclusivo, algumas destas estratégias de resistência e cumplicidade. O que procurei entrever é que haveria, conforme prefigura a formulação do problema, um movimento complexo de abertura/fechamento dos saberes profissionais às opiniões do público. Creio que a tentativa de uma descrição deste movimento complexo anima os dois capítulos da tese que dedico aos dois distintos mecanismos de participação do público, ombudsman e Conselho do Leitor de Zero Hora. Estes capítulos, em termos metodológicos, são resultado de pesquisas bibliográficas, entrevistas e técnicas etnográficas de observação. No caso do Conselho do Leitor, cumpriu-se o objetivo de fornecer uma descrição ampla do funcionamento deste mecanismo, de modo a bem caracterizá-lo e de também tornar mais passível sua comparação com o ombudsman. Transformar, contudo, a matéria bruta do empírico em enunciados científicos,

como alto teor de formalização, como se eu tivesse descoberto verdades, é algo que não me atrevo a fazer, talvez até por discordar deste tipo de procedimento.

A hipótese que formulei, de que não se tem a *“tessitura de uma trama institucional mais complexa que seja capaz de fazer frente às demandas por autonomia do campo jornalístico, às quais deve se contrapor a necessidade de autonomia do público”*, confirma-se plenamente ao final do trabalho. Do ponto de vista teórico, Braga (2006) ajuda-me a definir melhor esta situação ao propor um “sistema de resposta social” que se articula através da “interação social” - um âmbito de circulação “diferido e difuso” de falas crítico-interpretativas da sociedade sobre a mídia. As proposições teóricas de Braga me ajudam também a estabelecer um conjunto de parâmetros com os quais abordar comparativamente ombudsman e Conselho do Leitor.

Ao final, contudo, o problema é colocado por mim ao nível talvez menos sociológico-comunicacional, como faz Braga, e mais a um nível cultural, como um problema de referencialidade e identificação em relação a modelos quem sabe históricos que possam servir de base para construir a autonomia dos leitores.

Devo admitir, com relação a este último ponto, que algo diferente aconteceu no meio do caminho: compreendi de modo irreversível a importância das minhas intuições de cunho epistemológico. Minhas dificuldades de apreensão teórica sempre estiveram relacionadas com uma certa resistência a ouvir outras vozes que não a minha própria. Isso chegou a ser identificado por terceiros como uma espécie de autismo intelectual, o que me causou enorme sofrimento. O fato, contudo, é que minha intuição, sempre por mim considerada em suas reais possibilidades, levou-me a um modo de conhecimento que só agora reconheço e consigo nomear, e que não se identifica plenamente com meus referenciais teóricos. Não nego, então, uma certa disputa, na configuração dos resultados da pesquisa, entre este meu jeito “íntimo” de conhecer e os textos que efetivamente li. Ao final do trabalho, torno a este ponto.

Apresento agora a estrutura da tese. Ainda nesta sessão introdutória, abordo minhas estratégias metodológicas: o modo pelo qual procurei responder ao meu problema de pesquisa, orientado pela observação da realidade empírica. Descrevo então o uso que faço de uma mistura de técnicas de entrevistas não-dirigidas e Observação Participante. O **capítulo 1** reflete sobre a mídia na contemporaneidade, mas não sem antes tentar

compreender esta importante organização social através das categorias “público” e “privado”. Aí, conforme já adiantei, os principais autores são Habermas e Hannah Arendt. O **capítulo 2** analisa a organização e a cultura profissional jornalísticas. Comparece a noção de *newsmaking* e adere-se à hipótese de que, antes de o jornalismo proceder a qualquer espécie de manipulação, o problema da qualidade da informação se relaciona a um processo de “distorção involuntária” intimamente vinculado à constituição da própria autonomia profissional. No **capítulo 3**, reviso as formulações a respeito da participação do público na produção jornalística. Aí, o autor mais importante é Braga, que enquadra a existência de dispositivos crítico-interpretativos, como o ombudsman e os conselhos de leitores, dentro de uma proposição teórica sobre a existência de um sistema de reposta social à mídia. Como já adiantei, emprego parâmetros utilizados por Braga para embasar a comparação que faço entre ombudsman e o Conselho do Leitor de Zero Hora.

O **capítulo 4** é inteiramente dedicado ao ombudsman. Ele mistura referências bibliográficas com os dados das entrevistas que realizei com os provedores do leitor em Portugal. Sua extensão se justifica pela necessidade de entender o ombudsman à exaustão e tendo em vista o fato de a maior parte dos dados presentes neste capítulo estarem limitados ao âmbito da literatura. Finalmente, no **capítulo 5**, procuro conhecer, também à exaustão, o Conselho do Leitor de Zero Hora, porém de modo essencialmente empírico. É o ponto alto da tese. O comparativo que traço entre os dois mecanismos é feito nas considerações finais.

Metodologia: inspiração etnográfica

O conhecimento científico acerca das rotinas jornalísticas é devedor, em boa medida, das técnicas etnográficas de investigação. O olhar antropológico, com sua típica preocupação de entrar na cultura alheia (ou nativa), de modo a experimentar sua alteridade, penetrou nos ambientes de produção jornalística, fornecendo descrições de seus processos e das motivações de seus agentes. Metodologicamente, é aí que nosso estudo se insere: no cruzamento destas duas matrizes. Uma, a observação etnográfica, amplamente usada em vários redutos das ciências sociais e humanas. Outra, a dos conhecimentos que se formaram acerca das rotinas de produção jornalística, situados no campo da Teoria do Jornalismo.

Conforme se verá no capítulo 2, as rotinas de produção jornalística, ao mesmo tempo em que são internas aos meios, nunca deixam de ser produzidas na interação com fontes e público. Dentro disso, o ombudsman e os conselhos de leitores são elementos claramente instituídos de modo a influenciar aquilo que, na interior das rotinas de produção, refere-se à interação do jornal com o público. Ao mesmo tempo, se poderia dizer que os mecanismos que estarão sob análise podem ser entendidos como elementos novos que se agregam às rotinas produtivas; e descrevê-los significa atualizar as descrições sobre tais rotinas.

Nossa estratégia metodológica, para tanto, envolve uma combinação de técnicas, o que de partida já nos obriga a afirmar que não estaremos procedendo a um estudo etnográfico no sentido estrito em que tal abordagem pode ser compreendida. A pesquisa etnográfica, para realizar-se, costuma não prescindir de períodos extensos com a presença do pesquisador a campo, tornando-se assim em parte incompatível com a temporalidade das situações investigadas. É esse estritamente o caso do Conselho do Leitor de Zero Hora, que possui o tempo de sua concretização diluído ao longo de encontros esparsos, realizados uma vez por mês, com duas horas de duração cada. Desse modo, a solução encontrada envolve o recurso da combinação de técnicas: empreguei elementos de uma técnica etnográfica consagrada, a Observação Participante, complementados com a realização de entrevistas não-dirigidas com leitores e jornalistas de Zero Hora.

A observação participante

O conhecimento sobre as origens históricas da Observação Participante (OP) não é consensual. Aponta-se, no seu início, tanto a influência da antropologia, através das pesquisas de Malinowski, como dos estudos sociológicos da Escola de Chicago. Segundo Haguette (1987), nos dois casos a criação da técnica é influenciada pela necessidade da presença direta do pesquisador no ambiente natural do pesquisado, para ver o mundo através de seus olhos. Isso envolve, fundamentalmente, ir à busca dos sentidos elaborados pela cultura ou grupo social alheios. Deste modo, a OP é constituída de dois elementos básicos: proximidade e alteridade. O pesquisador deve estar dentro da cultura observada. Daí a noção de participante - uma presença que lhe permita conhecer a ação cotidiana dos pesquisados; estar ao seu lado para coletar o dado em profundidade.

Ferrando e Sanmartin (1996, p. 137) referem-se a esta situação como uma estratégia de observação que logra o desejável efeito da contextualização. Aí, a técnica da OP revela uma de suas maiores forças. Qual seja, a de conseguir captar aquilo que Malinowski, segundo estes autores, chamou de "imponderáveis da vida real", que não podem ser captados através de entrevistas ou documentos (apesar de tais fontes de dados não serem ignoradas). Tais imponderabilidades só conseguem ser percebidas "na sua plena realidade", ou seja, na própria cena em que acontecem, onde precisamente deve estar também o observador. Como dizem os autores citados,

toda conduta e toda expressão nativa conta sempre com a globalidade do contexto como referente e marco de seu sentido e é isso o que mais justifica a observação participante. Investigar à distância, longe do campo, priva o investigador deste singular acesso ao conhecimento e à familiaridade com o contexto, sem o qual o discurso nativo mostra-se mutilado da única coisa que pode outorgar seu sentido¹. (Ferrando e Sanmartin, 1996, p. 137)

Mas ainda assim, o efeito pretendido pelos antropólogos só se completa quando o pesquisador procede a um outro movimento. Estando ele em local tão privilegiado, lhe resta ainda apreender a cultura do outro, seus quadros de referência e interpretação do mundo.

¹ Tradução do autor.

Terá assim se fechado o círculo de alteridade: saber como o outro pensa, para entender seu comportamento.

Ferrando e Sanmartin narram a experiência fundamental vivida por Malinowski nesse sentido. É quando surge a mais profunda consciência antropológica, marcada pelo relativismo cultural. Pesquisando a sociedade dos índios trobriandeses, Malinowski mergulha na cultura alheia, onde tudo é estranho à sua própria cultura. Nisso, brota "o contraste de sua consciência crítica, iniciando um processo de relativização que põe em questão a imagem prévia que possuímos do que constitui o homem como ser humano" (Ferrando e Sanmartin, 1996, p. 134).

Primeiro, o estranhamento, gerador do contraste, que põe em evidência a diferença, o *alter*, o outro. Isso, por si só, é efeito logrado pelo princípio da presença do pesquisador na própria cena. Porém, a experiência de Malinowski apontou para algo mais. Afetado pelo mal-estar do isolamento provocado por encontrar-se em meio a uma cultura alheia, o antropólogo sentiu a necessidade do contato humano e foi buscá-lo em meio aos indígenas, por serem os indígenas, naquele momento, os únicos a poderem oferecer tal contato. Só aí, por força de uma necessidade, é que o antropólogo conseguiu ter uma mudança radical de atitude e, portanto, em seu olhar. Como dizem os autores citados, Malinowski "buscou (os nativos), os olhou e os tratou por necessidade, como verdadeiros seres humanos e não como objeto científico. (...) E só assim pôde começar a contemplar a humanidade dos nativos como uma versão a mais, equiparável à sua própria, das distintas formas culturais de ser homem" (Ferrando e Sanmartin, 1996, p. 134).

Ou seja, a força de uma necessidade produziu um ponto de contato e semelhança, tornando a diferença compreensível. Isso significa abandonar a postura etnocêntrica e absolutizadora. O que foi capaz de provocá-la? Uma aproximação com o objeto, a capacidade de com ele identificar-se, experimentar sua perspectiva. Malinowski relata que saía dessa aproximação transformada em convivência - e guiada não só pelo interesse científico, mas pelo interesse/necessidade de contato humano - possuindo a "clara convicção de que seus comportamentos (o dos indígenas) e sua maneira de ser em toda classe de operações tribais, se me fazia mais transparente e fácil de entender do que antes" (*apud* Ferrando e Sanmartin, 1996, p. 134). O que não significa transformar-se no nativo, pois o conhecimento surge justamente do contraste e diálogo entre as categorias do

observador e do observado. É a partir daí que “lentamente se vai enriquecendo e abrindo o conjunto de categorias a partir das quais interpretamos o observado. É esta transformação do próprio sistema hermenêutico que permite a compreensão da alteridade (...)” (Ferrando e Sanmartin, 1996, p. 134).

Complementaridade como estratégia

Compreende-se que a descrição acima dá conta do cerne da técnica da Observação Participante. Evidentemente, a história de sua aplicação foi capaz de produzir diferenciações de uso. A principal variável, neste contexto, relaciona-se ao maior ou menor grau de participação do observador na vida dos observados, sendo que estas variações (segundo Schwartz & Schwartz, *apud* Haguette, 1987) relacionam-se com a natureza dos dados desejados. Outro ponto importante é que a observação participante, assim como outras técnicas usadas nas ciências sociais, não pode ser considerada completa. Em nosso caso, integrou-se a outros modos de coleta de dados. Desse modo, formulamos uma estratégia que fará o uso balanceado entre a observação participante e a realização de entrevistas não-dirigidas. Podemos especificar tal estratégia de acordo com cada um dos objetos, ombudsman e Conselho do Leitor de Zero Hora, que, depois, serão submetidos a uma análise comparativa entre si.

A idéia inicial era a de que eu iria observar diretamente não somente o Conselho do Leitor como também o ombudsman. Não foi o que houve. Não pude entrar na intimidade de um escritório de ombudsman para observá-lo de perto e com ele me identificar e me distanciar ao mesmo tempo. Por razões de escassez de tempo, fiquei restrito a entrevistar três ombudsmen em Portugal, os provedores do leitor, enquanto realizava neste país também aprofundamento teórico. Desse modo, no caso do ombudsman, elaborou-se um capítulo que mistura entrevistas e referências bibliográficas. No caso do Conselho do Leitor, o que houve foi a observação direta, não estritamente participante, nos moldes

etnográficos, devido à temporalidade específica deste mecanismo, mais a realização de entrevistas.

Provedores portugueses

Portugal me proporcionou uma vivência única. Em primeiro lugar, porque nunca havia saído do país. Depois, e por consequência disso, porque foi uma das mais chocantes experiências de alteridade de que já pude participar. Portugal, ainda hoje, me choca. Mesmo que por um curto período (menos de seis meses), viver em outro país, antes de qualquer coisa, é conhecer o seu próprio país. Estando lá nunca fui tão brasileiro, nunca chorei tanto pelo fim do exílio. Contrasta imensamente com estudar a Zero Hora das minhas aspirações jornalísticas, do lugar querido onde nasci.

Portugal, no entanto, fez crescer em mim uma percepção de contigüidade luso-brasileira. O saldo disso é rever o certo, a idéia de um sentimento de superioridade que poderia haver de parte a parte. Fico pensando, ainda, no modo lusitano de forjar identidades, como é o caso da figura do ombudsman, que lá ganha o nome de “provedor do leitor”. Inventar a si mesmo é sempre um desafio. Os provedores portugueses estão fazendo isso, neste momento. A constituição de identidades se dá, invariavelmente, na interação. As trocas definem o objeto. A interação entre provedores portugueses, neste sentido, é bem mais intensa do que qualquer uma que possa estar acontecendo no Brasil neste momento. O problema tanto do ombudsman, quanto dos conselhos de leitores, como procuramos demonstrar ao longo deste estudo, residiria nas lutas travadas em torno da constituição das identidades destes objetos. O modelo de ouvidoria mais consagrado advém de uma construção norte-americana de identidade. A realidade deste modelo certamente ajuda a fundar a figura do ombudsman de imprensa em muitos países. As entrevistas que realizei com três provedores portugueses claro que não me ajudaram a desvendar uma identidade local para a ouvidoria de imprensa. Contudo, me revelaram a existência de uma discussão sobre a identidade do provedor que parece ser beneficiada pela existência de um espaço

público articulado pela tradição maior que há em Portugal, porque mais profunda no tempo, de um culto e cultivo das letras, discussões e debates teóricos.

Os dados que trago destas entrevistas são incluídos no capítulo que dedico ao ombudsman. São cinco horas de entrevistas, gravadas, das quais não chego a fazer aproveitamento completo. Não parece, como já disse, que desvendei a face do ombudsman português. Não fui para lá com essa pretensão de busca. Mas voltei inquieto com o desvendamento desta face. As entrevistas foram abertas. Uma entrevista, na verdade, é algo, sempre inesperado. Os entrevistados à minha frente precisavam revelar-se. Antes das conversas, eu havia me preparado elaborando o capítulo de prospecção teórica em que busco compreender o mecanismo do ombudsman de imprensa. Além disso, buscara compreender minimamente o contexto de imprensa portuguesa e do surgimento, nela, da figura do provedor do leitor.

Os três provedores entrevistados são: Joaquim Fidalgo, provedor do Público entre 1999 e 2001; Estrela Serrano, provedora do Diário de Notícias entre 2001 e 2004, e Manuel Pinto, o então atual provedor do Jornal de Notícias (sua permanência no cargo ocorreu entre 2004 e 2006). Na verdade, realizei uma quarta entrevista, com o então atual provedor do Diário de Notícias, José Carlos Abrantes (em janeiro de 2007 ainda estava no cargo), que teve no entanto sua utilização prejudicada devido a problemas operacionais.

Ouvi os provedores com um roteiro básico de questões na cabeça. Eu já havia lido tanto sobre a questão do ombudsman que foi preciso desaprender, desentender o assimilado, para que as falas dos provedores me intrigassem efetivamente com alguma questão nova. Ao fim, o que mais aprendi é que estes provedores modelam o “figurino” do cargo de acordo com seus perfis, produzindo uma confluência de atuações particulares de onde deve saltar uma identidade coletiva caracterizadora do ombudsman português. Rey anota algo semelhante, depois de fazer uma pesquisa com 21 ombudsmen de países latino-americanos: uma importância da diversidade a modular a definição deste papel.

Raras vezes se tem a oportunidade de assistir ao nascimento de um ofício. Porém, quando se consegue isso, a experiência é emocionante: se observam as dúvidas frente à sua origem, as tribulações para conseguir definir seus destinos e objetivos, os esforços para parecer-se consigo mesmo desde o começo. É difícil

definir uma identidade em tempos em que muitas delas ou estão sendo derrubadas ou se põem duramente a prova. (Rey, 2003)²

O que vi/ouvi me pareceu ser este movimento de construção, onde também ocorrem incertezas com relação aos comportamentos tanto dos jornalistas como do público em relação ao provedor. As entrevistas são inseridas em meio à pesquisa bibliográfica que fiz sobre o tema do ombudsman da seguinte forma: elaborei textos sobre três pontos específicos, onde fora possível estabelecer um maior número de relações a partir do que disseram os entrevistados. Desse modo, o final de três tópicos do capítulo sobre o ombudsman (“O leitor”, “Jornalistas reativos” e “Poder e eficácia”) são seguidos destes blocos de texto em que se cruzam as falas dos provedores portugueses. É assim que ficou constituído um corpo de conhecimento sobre o ombudsman de caráter híbrido. São falas provenientes tanto da literatura como de fontes entrevistadas em primeira mão.

O Conselho do Leitor de ZH

A observação direta envolveu um procedimento prévio quando, em novembro de 2003, foi possível participar de um primeiro encontro do Conselho do Leitor de ZH e também realizar uma entrevista com um dos editores-chefe do jornal. Foi importante para ajudar a estruturar meu próprio problema e meus objetivos de pesquisa. Já então me intrigara a situação de uma possível dissolução entre os interesses do jornal e dos leitores. Foi apresentando estas primeiras observações em um Seminário de Pesquisa do curso de doutorado, como relatei antes, que passou a estruturar-se a idéia de traçar um comparativo do conselho com o ombudsman.

Retorno ao Conselho do Leitor de ZH um ano depois, para retomar a observação, quando percebo que falhara no dimensionamento do objeto. Chego exatamente na reunião que sucedera ao acompanhamento que os conselheiros faziam da disputa eleitoral de 2004³. Perdera, portanto, a intensidade dos encontros em que o tema principal fora um dos maiores focos de controvérsia existentes em torno de ZH: sua isenção na cobertura de períodos

² Tradução do autor.

³ Nesse ano foram realizadas eleições municipais, para escolha de prefeitos e vereadores, em todo o Brasil.

eleitorais, conforme procuraremos demonstrar ao longo do capítulo que analisa o Conselho do Leitor. Neste período, entre a observação preliminar, em novembro de 2003, e a retomada em novembro de 2004, preciso reconhecer que estive perdido entre buscas teóricas, a elaboração do projeto para requisitar a bolsa de doutorado-sanduíche, e atribuições na minha vida pessoal, incluindo a necessidade de retomar minhas antigas funções de repórter em uma redação de jornal. Ao retomar a observação em 2004, dei-me conta de que havia se produzido um lapso e agora restava-me como desafio recuperar o tempo perdido.

O período de novembro de 2004 até o embarque para Portugal, em julho de 2005, concentrou então todo processo de recolhimento de dados empíricos junto ao Conselho do Leitor de Zero Hora, com exceção de uma entrevista isolada que realizei com o presidente do Conselho de Administração da RBS, Jayme Sirotsky, em março de 2004. As reuniões do conselho haviam se tornado mensais (antes, eram quinzenais), o que acabara por reduzir minhas oportunidades de observação. De novembro de 2004 até o último encontro observado, no início de junho de 2005, foram sete reuniões a que pude comparecer e observar plenamente seu funcionamento. As reuniões, efetivamente, constituem o tempo/espço de concretização do Conselho do Leitor, onde ele efetivamente acontece. O conselho, aí, me enche os olhos, no sentido da existência de um vigor enquanto fenômeno observado. O que observei neste conjunto de reuniões estrutura minhas afirmações mais importantes ao final da tese.

Não foi difícil obter a permissão para participar dos encontros. No entanto, não poderia gravá-los, conforme combinação que fiz com o diretor de redação de ZH. Desse modo, a observação a que empreendi compreendeu sentar-se a um canto da sala de reuniões, o mais discretamente possível (sem no entanto, a intenção de estar oculto), ouvir e anotar. Foi realmente um prejuízo não haver a possibilidade de gravação dos encontros. Afinal, eu era obrigado a reproduzir as falas de modo escrito, um árduo trabalho que percebi, como não poderia deixar de ser, que se tornava melhor realizado à medida que fosse sendo repetido.

O resultado desse desempenho, por um lado, concretizou-se nos registros escritos que acumulei das reuniões, onde tento reproduzir fielmente o que foi falado nos encontros, respeitando não apenas o conteúdo das falas, mas também a dinâmica interacional (a ordem

do que era falado, as ênfases, os silêncios). É a prova mais elaborada que tenho do meu testemunho aos encontros. Evidentemente, não pretendem ser provas infalíveis. São a reprodução possível feita sem o recurso a gravações, elaboradas por um único sujeito. Há nela especialmente omissões involuntárias de falas, uma vez que papel e caneta, por diversas vezes, não conseguiam dar conta à perfeição da dinâmica conversacional que ali se estabelecia. Foi, contudo, a melhor memória que eu poderia produzir dos encontros.

As reuniões também mereciam o registro mais informal que passei a fazer em um diário de campo, um importante instrumento etnográfico. Neste local, eu desdobrava o que havia observado em uma série de reflexões, onde especialmente passava a me perguntar sobre o significado dos acontecimentos testemunhados. O diário refletia ainda meus momentos de interação com os atores deste processo - jornalistas e leitores - antes e depois das reuniões, quando aproveitava para aprofundar as informações que vinha coletando através das conversas informais com estes atores. Aliás, as notas de campo refletem com boa intensidade estes momentos. Logo começo a perceber que, findas as reuniões, as partes assumem maior distância em relação uma a outra. Era o que conduzia à elaboração de falas onde salientava-se justamente a diferença representada pelo *alter* - os jornalistas falando dos leitores, a partir de sua posição de jornalistas, demarcando território, e vice-versa. Era um retirar-se da presença do outro para que palavras mais honestas e menos polidas passassem a ser proferidas. Foi-se abrindo então o caminho para um *backstage*, para os bastidores do Conselho do Leitor.

Procuro, neste percurso, me aproximar especialmente dos leitores. Logo descubro que eles articularam a existência de uma lista de discussão na internet, onde se comunicam entre si longe dos olhos dos jornalistas. Explico ao grupo a natureza etnográfica da minha metodologia de trabalho, onde justifico a necessidade de frequentar os mesmos espaços que o grupo frequenta e, portanto, de fazer parte da lista de discussão. O pedido é aceito, o que me dá acesso a um conjunto de mensagens eletrônicas trocadas entre os integrantes deste grupo de leitores entre agosto de 2004 e março de 2005, quando tal grupo é desfeito. Sinto-me como recebendo a chave de um cofre. O material é preciosíssimo. A lista de discussão e as reuniões do conselho, assim, acabam constituindo-se em uma fonte rica de observação

direta, onde eu consegui flagrar a cena em seu momento, realidade bruta desenrolando-se à minha frente, sem intermediações⁴.

O que descubro na lista, através das mensagens trocadas entre os leitores, revela situações que não se mostrariam em outras circunstâncias. Ao mesmo tempo, me leva a considerar o quanto eu poderia estar infringindo um princípio ético de resguardo, que deveria proteger a privacidade destes leitores. Os cuidados que tive, dentro disso, foram no sentido de preservar suas identidades através de artifícios diversos. Neste sentido, os conselheiros deixam entrever na lista um aspecto limitador: ferem as suscetibilidades do jornal. Como lidar com isso? Preservando as identidades, oculto os sujeitos. No entanto, não há como ocultar o movimento geral do grupo, sob pena de não se poder evidenciar o fenômeno. Logo, assumo o risco de expor as intenções do grupo. Tais intenções, no entanto, creio que foram de um caráter político importante que, por essa mesma razão, já haviam sido manifestadas publicamente. Desse modo, o que faço é trazer detalhes que, no lugar de gerarem indiscrições, podem ser vistos como auxiliares na reflexão sobre o ocorrido.

A verdade é que vi e ouvi muita coisa e reter o observado não apenas encobre o objeto como expurga o espírito científico. Entender é ver, ao mesmo tempo. Desocultar é o que permite conhecer. Por isso, não haveria como compreender o fenômeno observado sem fazê-lo aparecer. O grupo que acompanhei dissolveu-se em meio a questões que desafiavam sua unidade. Pode ser que eu esteja sendo um pouco arbitrário, mas não há conhecimento que não represente uma vontade do sujeito sobre o objeto. Aí, portanto, encontram-se minhas motivações políticas. A ciência sempre será feita em nome de valores. Creio que o que está em jogo, aqui, é a construção da identidade do *leitor cidadão*, que coloco como parâmetro básico para avaliar as escolhas que faço. Na verdade, não existem mudanças sem lutas e, neste contexto, acordos transformam-se em maneiras de sofrer derrotas menos agressivas. É desse modo que reivindico então o direito de trazer à luz tudo o que, entre o muito que vi, não pode deixar de ser relatado. O que se narra é um fato intrincado, onde o conjunto de vontades contraditórias permite forjar uma narrativa onde não há vencedores,

⁴ Mesmo que eu tenha lido os e-mails da lista de discussão retroativamente, ou seja, depois de a maior parte dos e-mails terem sido trocados, tenho que se trata de um registro altamente fidedigno das interações entre os conselheiros, se não direto, pelo menos quase direto, cujo contexto eu me empenhei em recuperar depois, através das entrevistas.

nem derrotados, quando se pensa que as intenções, mesmo que envergadas por sujeitos históricos concretos, são vontades coletivas em torno de conceitos abstratos.

O que vi foi a luta em torno da constituição de uma nova identidade coletiva, que gera-se lentamente. Neste caso, tem-se que o relato que elaborei, no caso do Conselho do Leitor ZH, cumpriria um papel importante neste processo de constituição de identidade, pois ajuda a melhor defini-lo, estimulando a reflexão dos atores envolvidos. Desse modo, o apelo que faço a tais atores é que se deixem convencer por esta importância. A reflexão somente ajudará no estabelecimento de melhores acordos em nome de princípios que, apesar de gerarem disputas, são, antes, pertencentes a todos.

A observação direta das reuniões se iniciou em novembro de 2004 e estendeu-se até junho de 2005. Como dizem Ferrando e Sanmartin, a observação participante é talvez a menos formal das técnicas de coleta de dados no campo das ciências sociais, onde a estratégia de investigação vai sendo montada no decorrer do trabalho de campo. A pré-observação, em 2003, me dera a informação de que as reuniões do conselho aconteciam quinzenalmente. Ao retornar ao campo, um ano depois, descobro que os encontros haviam passado a ser mensais, o que reduzia pela metade o tempo de infiltração do pesquisador no ambiente pesquisado. Uma solução que concebi tentando dar conta desta lacuna foi participar das reuniões de outros conselhos de leitores - e foram os casos do conselho do caderno Patrola, de ZH, do qual participei em dois encontros, e do então recém-constituído Conselho do Leitor do jornal Diário Gaúcho⁵, ao qual compareci em três ocasiões. Com isso, houve um determinado período da minha permanência em campo em que se intensificaram minhas vivências com o conceito de “conselho do leitor” aplicado no interior do grupo RBS⁶.

⁵ Este conselho foi inaugurado em janeiro de 2005.

⁶ Uma nota do diário de campo dá conta de como, em determinado momento, eu havia introjetado as expectativas dos atores envolvidos no funcionamento destes conselhos: “(...) como se eu tivesse associado o modo de operar das reuniões, um modo que é sugerido pelo ambiente implantado e seguido pelos atores. Por exemplo: de novo, na reunião que acabo de presenciar, tive a tentação de eu mesmo opinar sobre o jornal, em duas situações (...). O que acontece? Parece que o clima é de contribuição, diante do fato de que são pedidas opiniões. Percebo que o que me impele a opinar seriam pelo menos duas vontades: 1) a de ser generoso, tipo: “já que vocês estão pedindo, aqui vai a minha ajuda”, e aqui entra a questão do voluntariado; 2) e há também um fator de retribuição, como que uma recompensa, um regozijo da ordem do “fazer parte”, a pessoa sente-se bem por estar integrado àquele compartilhamento, é um sentimento de inclusão, porque se instaura, sem dúvida, um espírito de trabalho coletivo. Devo anotar que essa minha impressão me serve como um indicador riquíssimo dos fenômenos observados. O que mais me chama a

Senti que havia atingido o ponto de naturalização dos padrões cognitivos envolvendo o conselho do leitor, um limiar importante na compreensão do objeto. Hoje, fico me perguntando por que me envolvi tanto com este objeto: conselho, leitores, jornalistas. Como dissociar-me de cada um desses níveis? A minha subjetividade é atravessada por todos. Quis o bom funcionamento do conselho a partir de idealizações que traço para o exercício da profissão jornalística, a partir de um local de reflexão acadêmica. Compreendi, como profissional do jornalismo, a relação instrumental, pragmática, que se estabelecia do jornal em relação aos conselheiros. Compadeci-me com os leitores, especialmente em seus momentos de desilusão, por alimentar, eu mesmo, a utopia de um poder exercido mais suavemente e também por acreditar no direito a não ser vencido pela noção de que é impossível tornar-se competente (no caso, competência para analisar e criticar a mídia a partir de uma posição de leitor). Não creio que esta razão subjetiva do pesquisador deva ser desmerecida. Contudo, deve-se dizer que pouco tempo tive para analisar-me. A presença do pesquisador no objeto, portanto, encontra-se pouco refletida, é o que posso dizer de antemão e que já referi, antes, logo no início do texto de introdução.

Não existe sujeito longe da noção de desejo. Minha noção de cientificidade é de uma cientificidade desejante. O problema estaria em, contudo, querer sem saber que se quer. Morin⁷ bem sintetiza esta situação ao afirmar que tirar o sujeito do conhecimento, não reconhecendo aí a legitimidade da sua presença, é justamente a senha para que o sujeito se instale “na torre de controle”, escondido sob uma capa de objetividade. A objetividade, com “O” maiúsculo, é um atributo inumano. Não pode pertencer à condição que qualquer cultura ocupa e, dentro dela, qualquer sujeito, de constituir-se historicamente, possuindo fim no tempo/espço, ou seja, mortalidade. Não querer é morrer. Nesse sentido, ser sujeito é desafiar a morte e quase sempre esta intenção na ciência é mal compreendida.

Posso relacionar mais alguns traços de meu desejo enquanto sujeito cognoscente: *eu quero* que a participação seja um padrão social altamente disseminado; *eu quero* desmistificar a noção de imprensa mal-intencionada. A quantidade de desejos é enorme. Olhá-los, tendo-os em conta na minha aproximação com o objeto, sempre foi um desejo

atenção é a recorrência destes sentimentos e a sua espontaneidade. Provavelmente o que detecto é o que acontece com os outros”.

⁷ MORIN, Edgar. *O método 1 : a natureza da natureza*. Portugal : Europa-América, 1997.

meu de realização epistemológica que acabou não se realizando. Mas posso agora ao menos enunciar esta minha intenção como forma de assinalar-me enquanto sujeito desejante na hora em que descrevo meus procedimentos de trabalho e minhas tomadas de posição em campo.

Fiquei um bom tempo dentro de Zero Hora e reconheço que esse tempo me parece ter sido insuficiente. Para saber como o conselho funcionava era preciso descobrir sua influência sobre a produção do jornal, do mesmo modo que eu descobrira, através da literatura, que havia uma lógica de influência sendo operada sobre o trabalho dos jornalistas nas redações, no caso do mecanismo do ombudsman.

Desde o início, a estratégia de pesquisa pensada envolvia realizar entrevistas na redação de Zero Hora. Becker (1999) faz uma descrição bastante objetiva afirmando que as ações de um observador participante incluem ver o que acontece - ser testemunha das ações - e procurar ouvir as pessoas sobre as interpretações que elas possuem para o ocorrido.

O observador participante coleta dados através de sua participação na vida cotidiana do grupo ou organização que estuda. Ele observa as pessoas que está estudando para ver as situações com que se deparam normalmente e como se comportam diante delas. Entabula conversação com alguns ou com todos os participantes desta situação e descobre as interpretações que eles têm sobre os acontecimentos que observou. (Becker, 1999, p. 47)

Dois movimentos básicos: ver e conversar a respeito. O mais difícil, no caso de entender a atuação nos jornalistas, referia-se ao fato de que as ações mais diretamente relacionadas ao funcionamento do Conselho do Leitor encontram-se fortemente dispersas no cotidiano de tais atores.

Talvez este tenha sido o ponto mais falho de minha metodologia. As entrevistas que realizei foram úteis, mas me deixaram a sensação de dever apenas em parte cumprido. Realizei um total de 22 entrevistas com membros do corpo funcional de Zero Hora. Destas, 18 encontraram-se espalhadas por um curto espaço de seis dias. O problema maior me pareceu, justamente, esta compressão no tempo, além do limite próprio da técnica de entrevista, que a observação participante busca superar, qual seja, o da falta de contextualização. Não consegui amadurecer uma idéia mais consistente sobre como os jornalistas de ZH se relacionam com o Conselho do Leitor. As contradições que sempre se espera que apareçam mais fortemente, aí apenas se insinuaram. Não que o trabalho tenha

ficado comprometido. Mas devo reconhecer que percebi um limite na qualidade dos dados coletados.

As entrevistas foram realizadas na própria redação, sem uso de gravador, pois supus que este recurso poderia prejudicar o andamento das conversações que se realizavam então no próprio ambiente de trabalho dos informadores. A idéia de estar conversando com os jornalistas na própria redação respondeu a uma dupla estratégia. Primeiro, atender a um nível pragmático, já que minha disponibilidade de tempo e recursos não acomodava a possibilidade de conversar com a mesma quantidade de jornalistas fora da redação. Depois, a intenção de proporcionar-me algum tipo de vivência neste espaço, para, dela, retirar também dados que pudessem servir à pesquisa. O que retirei de mais importante foi a indicação de que as falas dos jornalistas, nas entrevistas, se tornariam mais elucidativas se contextualizadas pela observação direta da própria ação a que as entrevistas se referiam. Sofri muito ao buscar esta ambientação. Tive um medo intenso de ser engolido por todos que estavam ali e creio que isso colaborou negativamente para a coleta de dados. O ambiente da redação é hostil e competitivo. Abandonei-o com a sensação de um segredo ainda a ser desvendado. Ela, a redação, me mantinha seu olhar esfíngico.

O que não aconteceu no caso das entrevistas com os conselheiros, com quem mantive conversas bastante mais produtivas e demoradas. Foram, ao todo, seis entrevistados, escolhidos de dentro daquele que denominei como sendo o grupo A⁸, inicialmente composto por nove leitores. Dois destes nove integrantes, à época em que realizei as entrevistas, encontravam-se distantes do conselho e não pude por isso entrevistá-los (um havia abandonado o grupo, logo no início; outro, afastara-se do Rio Grande Sul, viajando para outro Estado, por motivos profissionais). Houve também um leitor do grupo que se recusou a conceder entrevista. Sobraram, portanto, seis leitores, com quem mantive conversações realizadas em ambientes tranquilos, geralmente indicados pelos próprios entrevistados, e com uso do gravador. Fiquei bastante satisfeito com os dados obtidos através deste procedimento. Sentar-se frente à frente com o entrevistado e estimular suas memórias sobre o período de vivência no conselho abriu-me especialmente o entendimento quanto às individualidades dos conselheiros e sua influência sobre o funcionamento deste

⁸ Conforme especificarei no capítulo dedicado ao Conselho do Leitor, no período de observação, de novembro de 2004 a junho de 2005, atuaram dois grupos: o grupo A, do qual participei de cinco reuniões e a quem pertence a lista de discussão na internet; e o grupo B, do qual participei de apenas duas reuniões.

dispositivo crítico. As entrevistas me ajudaram a localizar os conselheiros de acordo com suas expectativas, permitindo contextualizar suas falas tanto nas reuniões do conselho como na lista discussão. Talvez tenha sido inevitável desenvolver relações específicas com cada conselheiro, ao nível do encontro intersubjetivo entre entrevistador e entrevistado. A personalidade de cada um pode tanto causar extrema identificação quanto desafeto. Contudo, saí desta etapa convencido de que havia suplantado eventuais deformidades desta natureza nos dados coletados.

O mecanismo do Conselho do Leitor, depois desse período relativamente intenso de coleta de dados, como que se desenhou a fundo do meu olho. O etnógrafo, creio, pois foi a minha primeira experiência na área, tentará abrir o leque da sua vivência a campo para o leitor. Assim, constrói artifícios de construção textual que organizam a visão global dos fatos testemunhados.

O Conselho do Leitor possui uma totalidade que precisava ser descrita. Esse foi meu empenho central. Como o conselho do funciona? O que se tem, a partir desta preocupação, é a descrição de tal funcionamento a partir da definição de quatro categorias: formação dos grupos de leitores; processo de audição; aplicação das contribuições dos leitores; publicação da coluna.

O que se forma, com isso, é um núcleo da análise. Em torno dele, elaboro, inicialmente, uma série de descrições que ajudam a compreender circunstâncias deste modo de funcionamento, especialmente procurando dar conta da maneira como o jornal compreende o Conselho do Leitor em meio a um contexto de ações e falas que conformam uma atitude geral de ZH de aproximação com o leitor.

O que vi a campo, contudo, foi além de um mecanismo de participação de leitores posto a funcionar pelo jornal. Dentro dele, há sujeitos eticamente implicados com uma noção de espaço público e cidadania. O problema da participação, conforme veremos com Habermas, está na manutenção de uma privacidade mínima necessária para a constituição de um indivíduo autônomo e, portanto, ativamente político. O funcionamento do conselho depõe a favor de uma ordem não-política, que passa a ser questionada por parte dos leitores que acompanhei. Há, em função disso, o desenrolar de algo semelhante a uma micro-

epopéia⁹, no sentido de um movimento desbravador contra forças inegavelmente maiores que precisam ser vencidas. É neste contexto que o texto de análise, visando dar conta desta situação, como que também faz o recurso à narrativa de uma história, onde há palco, ação e personagens. Ao fundo, eu tinha consciência de que se tratava do desenrolar de um drama, pois que acabo narrando as dificuldades de um grupo de leitores em torno da constituição da sua própria identidade, com a predominância de fatos que representam muito mais infortúnio do que boa-ventura.

⁹ O uso que faço do termo “epopéia” é, antes de tudo, ilustrativo e quer designar apenas algumas características deste gênero literário caracterizado pela importância histórica dos feitos narrados de modo grandiloquo, como as que falam tratar-se de uma narrativa heróica “protagonizada por um ou vários personagens, caracterizados por suas ações titânicas frente a obstáculos sobrenaturais ou maravilhosos, e por seus elevados ideais” (<http://orbita.starmedia.com/~stargate2/epopeia.htm>). O sentido, então, que procuro reter, para transferi-lo ao caso do Conselho do Leitor, é o de um movimento dos personagens da narrativa frente ao incerto, ao desconhecido, o que exigirá destes leitores uma forte mobilização de forças .

CAPÍTULO 1

Mídia e espaço público

O presente capítulo possui uma importância especial. Através dele, estreito vínculos com o passado. Primeiro, definindo as noções de público e privado. Depois, refletindo acerca do antagonismo que marcou o pensamento comunicacional desde sua origem. Deste modo, não apenas se gera o contexto em que se encontram inscritos os estudos sobre jornalismo, mas também se prepara a compreensão do fenômeno da participação dos públicos na esfera midiática.

1.1 O público e o privado

1.1.1 Da *polis* ao social

Não nos parece que deva ser desprezada a distinção entre público e privado. Ela representa uma espécie de gênese, de onde brotam os modos de organização da vida social. Afinal, foi um reorganizar destas peças que deu início ao modo típico burguês de organização da vida em sociedade. A compreensão acerca destas disposições será determinante para a compreensão do fenômeno da mídia, de um modo amplo, e do jornalismo, de um modo estrito. Dois autores basilares, Hannah Arendt e Jürgen Habermas, nos ajudarão a trabalhar sobre este aspecto.

A compreensão funciona por contrastes: a luz que se joga sobre o modo burguês de organização do público/privado se torna mais clara quando pensamos no modo clássico, de uma tradição greco-romana. Evidentemente, há um vínculo genético entre os dois modos. A tradição clássica é resgatada e vai servir de modelo ao modo burguês. Porém, ao mesmo

temp em que o modelo burguês encontra-se com a Antigüidade, nele espelhando-se, produzirá uma substancial diferença em termos de organização social resultante, algo totalmente novo, com conseqüências sem par na história.

Conforme Arendt (1997), o espaço público grego era o local de atingir a excelência, ponto da libertação. Aí os homens disputavam a verdade e distinguiam-se uns dos outros por sua vitória e heroísmo, tornando-se inigualáveis. Era espaço máximo de transcendência, tornada possível devido à co-presença e recolhida perante a visão dos pares. Aí está uma visão de mundo. A morte era vencida desta forma. Era um espaço para a imortalidade. E era um privilégio habitá-lo, condição de poucos.

Arendt reforça bem este aspecto, quando tece a noção de que a *polis* grega era uma espécie de reino possível da libertação, onde todos se tornavam iguais. Aceder à *polis* igualava, tornava os indivíduos pares, porque era deixado lá fora aquilo que era considerado incompatível com a liberdade de ser e agir própria desse espaço político, ou seja, a necessidade.

Uma tal definição de necessidade possui um caráter acentuadamente biológico e material. São os processos de reprodução da vida. Tudo isso fica recluso (e esse é um termo adequado, segundo Arendt) a uma esfera privada. Essa esfera privada grega, portanto, é algo como um fosso escuro, reservado para guardar os processos (inevitáveis) que a mentalidade da época julga melhor esconder, como se fosse necessário esquecê-los. O humano só terá condições de se conformar em outra esfera. É pouco digno e, portanto, pouco humano, conformar-se apenas sob o signo da esfera privada.

Desse modo, a elevação pretendida pelos gregos dava-se em um outro plano. Pode-se dizer então que era necessário sair do lar. É nesta retirada que se inicia a política. Era precisamente a vida na *polis* que proporcionava uma abertura – e somente ela – rumo à libertação face à necessidade. Assim, a *polis* compreende um ideal de emancipação. Era um espaço para a imortalidade. Ou não exatamente para a imortalidade, estritamente falando, mas para a, como diz Arendt, relativa permanência dos mortais, através do abandono da futilidade. Aí o seu teor de transcendência. Tratava-se de, de algum modo, relegar a um plano de menor importância tudo aquilo que se relaciona com o perecimento.

Arendt define que esta concepção grega de separação público/privado envolve o estabelecimento de um verdadeiro abismo a divisar ambas as dimensões. Há um corte

radical. E que justamente a redução desta diferença é que virá a se constituir em um dos traços definidores da nova configuração público/privado que ganhará corpo na modernidade.

A oposição completa e abissal está entre liberdade e necessidade. O liberto surge como característica do humano, aquilo que o diferencia dos restantes animais. E precisamente daí, desta definição do humano, é que vem a concepção grega de política, na sua especificidade. Nela, o político diferencia-se da *esfera social*, que emergirá séculos adiante. Tal esfera liga-se à inerência da vida humana em conjunto, em associação. Diferenciar isso preocupa Arendt, que procura demonstrar que as definições gregas (como em Aristóteles) não incluem o social entre as condições do fundamentalmente humano. Viver em conjunto, para os gregos, também acontecia entre os animais, o que se relacionava com as necessidades da vida biológica.

A companhia natural, meramente social, da espécie humana, era vista como limitação imposta pelas necessidades da vida biológica, necessidades estas que são as mesmas para o animal humano e para outras formas de vida animal. Segundo o pensamento grego, a capacidade humana de organização política não apenas difere mas é diretamente oposta a essa associação natural cujo centro é constituído pela casa (*oikia*) e pela família. O surgimento da cidade-estado significava que o homem recebera, “além da sua vida privada, uma espécie de segunda vida, o seu *bios politikos*. Agora, cada cidadão pertence a duas ordens de existência; e não há uma grande diferença em sua vida entre aquilo que lhe é próprio (*idion*) e o que é comum (*koinon*)”¹⁰. (Arendt, 1997, p. 33)

Tal sentido de *bios politikos* não haverá de confundir-se: foi fundador, e somente aos gregos pertenceu, nesta sua qualidade radical. A *polis*, portanto, era o lugar de ser – e era apenas ali que isso se conseguia. Essa plenitude do humano condizia com as atividades próprias da *polis*, que Arendt define como sendo ação (*praxis*) e discurso (*lexis*). O que há aí, em especial na palavra, é a característica de não-agredir. É essa clássica fórmula proveniente dos gregos que também será alicerce, muito tempo depois, da idéia do espaço público burguês.

Arendt, com relação ao privilégio que os gregos davam à razão, avança na interpretação de que o bom uso da palavra na *polis* difere do conceito moderno, calcado na

¹⁰ A citação que aqui faz a autora é de Werner Jaeger, *Paideia* (1945), III, 111.

noção de raciocínio perfeito. Antes, o uso da razão possuía um caráter ético, na sua essência. Saber falar com perfeição correspondia a uma forma de travar a violência. Não era saber exprimir grandes idéias. “Encontrar as palavras adequadas no momento certo” era uma forma de manter-se fora da esfera da violência.

O ser político, o viver numa *polis*, significava que tudo era decidido mediante palavras e persuasão, e não através da força ou violência. Para os gregos, forçar alguém mediante violência, ordenar ao invés de persuadir, eram modos pré-políticos de lidar com as pessoas, típicos da vida fora da *polis*, característicos do lar e da vida em família, na qual o chefe da casa imperava com poderes incontestes e despóticos. (Arendt, 1997, p. 35)

Nessa *polis*, ser homem avançava em direção ao reconhecimento. Vencia-se a violência e também o trabalho. E vencia-se a modéstia do mero reconhecimento em família. Engrandecer atos e palavras requeria o público, algo “acirradamente agonístico” como relata Arendt (1997, p. 51). O que ia para a *polis* tinha constantemente que se “distinguir de todos os outros, demonstrar, através de feitos ou realizações singulares, que era o melhor de todos. Em outras palavras, a esfera pública era reservada à individualidade; era o único lugar em que os homens podiam mostrar quem realmente e inconfundivelmente eram (Arendt, 1997, p. 51).

O público, onde se desenrola o *bios politikos*, aqui emerge como condição necessária para esse engrandecimento, onde mais uma vez demonstra-se a insuficiência do lar, do privado. A excelência para se realizar não prescinde de um público, já que é sob essas condições que o indivíduo é avaliado a partir de múltiplas perspectivas. Diz Arendt:

Somente quando as coisas podem ser vistas por muitas pessoas, numa variedade de aspectos, sem mudar de identidade, de sorte que os que estão à sua volta sabem que vêem o mesmo na mais completa diversidade, pode a realidade do mundo manifestar-se de maneira real e fidedigna. (Arendt, 1997, p. 67)

A realidade, portanto, mostra-se mais próxima da verdade porque há uma múltipla apreciação. É diferente do lar, onde a vida em família não consegue oferecer ao sujeito mais do que “o prolongamento ou a multiplicação de cada indivíduo”. Tanto que é esse o

lugar da violência e do despotismo. Nele não há política e o dono da casa submete mulheres, crianças e escravos. Nesse fosso escuro que é o lar, mantêm-se tudo aquilo que de algum modo está relacionado ao perecimento, ou melhor, com aquilo que não havia motivo para trazer a público (uma forma de retardar o perecimento). Tais atividades assim o são justamente por pertencerem ao mundo da necessidade. Desse modo, elas permaneciam presas ao seu ciclo natural de nascimento e morte. Não era dado a elas qualquer plano de transcendência para que de algum modo se eternizassem.

Nessa ordem da necessidade, diz Arendt, o que havia era o labor do homem para suprir a casa de alimentos, e o labor da mulher (no parto), para a reprodução da espécie. O entendimento feito era de que o convívio gerado pela família resultava apenas como fruto da premência de atender a tais necessidades. Vivia-se neste tipo de associação porque a natureza assim obrigava. Permanecer no privado era pouco digno e a elevação possível estava justamente no convívio proporcionado pela *polis*. Era onde acabava o perecer às forças naturais. No lar, a admissão da violência indicava um reconhecimento da ordem do perecimento, da mortalidade, no sentido da sua inevitabilidade. Tudo aquilo que precisa ser feito é feito, e tem local reservado, para que, daí fugindo, alguns homens se dediquem (gastando seu tempo e energia) às coisas da *polis*. Desfrutando do modo político de vida, este homem não é mais um escravo das premências naturais da vida.

A *polis* é uma conquista, uma espécie de império do fim da submissão. E aspirará à diversidade na medida em que cada homem que a habita buscar o de si sem os constrangimentos da necessidade. É um projeto individualista, constituindo, conforme Arendt (1997, p. 22), o corpo político mais individualista e menos conformista de que se tem notícia na história. A igualdade que sustentava essa individualidade era a proporcionada a todos que ali estavam pelo fim da necessidade. Não havia despotismo. Ser livre não significava apenas não ser governado, como também *não governar*. Desse modo, mesmo a possibilidade de governar no lar era já uma prisão. Privado e público eram tão opostos, diz Arendt, “que se havia uma relação” entre essas duas esferas era a de que “a vitória das necessidades constituía a condição natural” para a liberdade (1997, p. 40). Ou seja, o privado era visto como meio necessário para se alçar vôo em direção à *polis* - sendo inconcebível o contrário, ou seja, o público usado como meio para proteger o privado, conforme acabou sendo justamente o projeto da modernidade. Tanto que a propriedade é

tida como fundamental para os gregos, diz Arendt, não no sentido que se conformou graças ao modo de vida burguês, mas como condição para dar acesso à cidadania (na acepção grega).

Ao tornar claro o homem grego – morador da *polis* – Arendt produz o contraste com o moderno. A moderna *polis* transfigurou as aspirações gregas de público. Um novo homem surge. Sua localização não é o político, mas o *social*. E este social é como sair, o ir a público da própria casa. É a salvaguarda dos interesses da casa que ganham a rua, ou seja, a vida na *polis*. Se antes era o cidadão que saía, agora é a casa. Dito de outra forma, não deixa-se a casa para que seja fundado o reino da liberdade. As pretensões de liberdade do indivíduo passam a localizar-se no próprio espaço privado. É o privado que vai a público em busca da emancipação humana.

Passa a existir, com isso, a esfera do social. Aí, as pretensões não são mais como as daquele mundo político grego. Diferentemente, há um novo projeto individualista e uma nova igualdade, assim como a liberdade para o sujeito não se iguala mais pela libertação das necessidades, que permite o diferenciar-se – o que é, como condição de igualdade, muito mais uma condição de espírito. Trata-se de uma nova igualdade. O que é tornado comum, indo para o espaço público, é a própria necessidade. Ela assoma: é trazida como bem fundamental. É a vida nos seus processos básicos que passarão a dominar as preocupações do público, transfigurando-o, de político para social. Não mais o querer grego, que prioriza vencer a necessidade, numa comunização pelo que se dá de mais elevado. Não. No lugar disso, há a alteração de valor que se confere à necessidade. O social era um degrau aquém da aspiração grega que ambicionava o belo (através da política, espaço de transcendência). O social pára, não quer subir a escada, buscar uma maneira de reproduzir-se apenas materialmente. A libertação face ao material não interessa. Pelo contrário: é justamente aí que se irá buscar a liberdade.

A sociedade é a forma na qual o fato da dependência mútua em prol da subsistência, e de nada mais, adquire importância pública, e na qual as atividades que dizem respeito à mera sobrevivência são admitidas em praça pública. (Arendt, 1997, p. 56)

O mundo cresce, com base nessa elevação da necessidade. O social, portanto, é criado, já que, conforme Arendt, não havia tal noção para os gregos. As diferenças eram buscadas na *polis* grega, e esse era um caminho de vencer a perecibilidade, era então um modo de permanência. Arendt considera que a existência do público está inextricavelmente ligada a essa permanência. É o estar perante o outro que garante a durabilidade da ação. Desse modo, com a criação do social, o que ganha o benefício da possibilidade de durar mais são os frutos do trabalho, produzidos em benefício do atendimento das necessidades vitais. É aí que se atinge a excelência, diz Arendt, antes direcionada para a ação e o discurso na *polis*, consideradas atividades mais elevadas (mais próprias do humano). A própria mudança de significado do termo “labor”, segundo Arendt, se encarregaria de ilustrar essa diferença. Antes associado ao sofrimento do corpo, “ao esforço e à dor”, tal uso irá gradativamente desaparecer. A produtividade do trabalho passa a ser exaltada. A consequência deste importante mudança, diz Arendt, é que nunca se terá atingido “tamanha excelência quanto na revolucionária transformação do labor” (1997, p. 58).

A evolução desse processo é a sociedade de massas, materialmente a que mais se desenvolveu na própria história da humanidade – um crescimento “artificial”, diz Arendt, justamente porque se baseou na alteração dos ciclos naturais de perecimento da vida biológica. Ao alterá-los, pelo atingimento da “excelência” no campo da produção material, tornou-se possível a reprodução da vida humana a níveis nunca vistos, o que, ao mesmo tempo, pode representar a própria extinção da humanidade.

Como já se afirmou logo acima, a esfera do social iguala, tendo por base a necessidade (que vai a público). Antes, a igualdade que a necessidade provocava entre os humanos, e que era mantida na esfera do lar, era objeto de desprezo. A pessoa que ali estava no lar, tornada igual pela necessidade, era vista como apenas mais um exemplar do gênero humano. E mesmo com a evolução histórica da esfera privada, sua natureza não foi alterada, permanecendo calcada na unidade que a necessidade confere ao humano. É isso que gera, segundo Arendt, o “caráter monolítico de todo tipo de necessidade, o conformismo que só dá lugar a um interesse e a uma opinião” (1997, p. 55)

Conforme Arendt, o social substitui a ação pelo *comportamento*. Se na *polis* a ação era distintiva, na sociedade a expectativa é em torno do fim da ação e da consequente conformação em relação a um padrão ou a uma norma. Sempre haverá, devido ao caráter

próprio da sociedade, o apelo ao que a filósofa chama de “ficção comunística”, ou seja, a pretensão de que deva sobressair-se uma opinião e um interesse únicos.

Arendt menciona a analogia ente a família e a Nação, usada nos primórdios da ciência econômica moderna. Para ilustrar esta situação, tal analogia dá que conta de que, assim como o chefe da família devia seguir um interesse único, para que a família não se desintegrasse, o mesmo deveria acontecer em relação à Nação, onde um governante deveria seguir o interesse único do conjunto das famílias. A ficção comunística refere-se a este contexto. A igualdade da esfera privada, por igualar demais (conforme as necessidades) tende a reechar a incorporação das diferenças. Já não mais se age tendo em vista a produção da diferença. A expectativa é pelo conformismo, ou seja, a conformação a uma norma. Não mais ação, mas comportamento. Forma-se assim uma espécie de poder de ninguém: é a burocracia.

(...) na sociedade, onde a força natural de um único interesse comum e de uma opinião unânime é tremendamente intensificada pelo próprio peso dos números, o poder exercido por um único homem, representando o interesse comum e a opinião adequada, podia mais cedo ou mais tarde ser dispensado. O fenômeno do conformismo é característico do último estágio dessa evolução moderna. (Arendt, 1997, p. 50)

1.1.2 O espaço público burguês

A exposição que Habermas (1984) faz sobre a constituição da esfera pública burguesa é grandemente elucidativa. Torna evidente a mudança em relação ao modelo grego, com base em uma busca histórica pormenorizada. O cerne de tal mudança está numa realocação daquilo que para os gregos significava a liberdade e que deveria pertencer exclusivamente ao público. Há um novo local para essa busca: a esfera íntima da família pequeno-burguesa.

O privado, na realidade, expande-se. Concentra ainda o que para os gregos, segundo Arendt, aparecia sob a forma de necessidade, ou seja, a reprodução material. O indivíduo que dele sai concentra um duplo interesse: realizar-se como burguês (proprietário de mercadorias) e também na sua humanidade (meramente humano). É a partir dessa

perspectiva, eminentemente privada, que se constitui a esfera pública burguesa. Ou, como diz Habermas, será esta uma *esfera pública de pessoas privadas*.

O que converge com a afirmação principal de Arendt, segundo a qual, com o advento do que ela designa por social (diferente do *bios politikos* grego), invertem-se as posições de prioridades entre público e privado. Não mais o privado é um meio para se habitar a excelência do público, mas sim o contrário. O público torna-se meio, e o privado, fim. Repetindo a expressão de Habermas: trata-se de um espaço público feito de pessoas privadas. É do privado que se sai, e é para ele que se retorna. Opostamente, no modelo grego deixava-se o privado em direção ao público sem perspectiva de retorno. A meta era estar no público porque era nele que se atingia a humanidade. O burguês, por sua vez, reúne realização humana e material sob o mesmo abrigo (o privado), não os dissociando.

Tal processo se dá sob o abrigo da revolução capitalista que vai se instalando na Europa entre os séculos XVII e XVIII, sobretudo a partir dos impulsos de Inglaterra e França. O espaço público que vai se configurando justamente devido a esta *ambigüidade* presente no privado divide-se igualmente em duas esferas. Uma é *literária*, em que os indivíduos desenvolverão literariamente sua subjetividade. E a outra, política, que passa a reivindicar a legitimidade de regular a troca de mercadorias que acontece no mercado entre pessoas privadas.

Tal florescência encontra correspondência no modelo grego, segundo Habermas, no sentido de que reconstitui a divisão público/privado. Tal contraposição existia na Idade Média, mas, “embora corrente”, “não tinha vínculo de obrigatoriedade” (1984, p. 17) Conforme Habermas, na sociedade feudal da Alta Idade Média, não existiam instituições sociais separando uma esfera pública de outra privada. No entanto, há uma representatividade pública. Tal representatividade é algo como uma marca de *status*. “O status do senhor fundiário, qualquer que seja a sua hierarquia, é em si neutro em relação aos critérios de ‘público e privado’. Mas o seu detentor representa-o politicamente. Seja lá como for, ele mostra, ‘apresenta-se como corporificação de um poder superior’” (1984, p. 17). Trata-se de um trazer à cena algo elevado, que fosse digno desse mostrar (um mostrar que garante reconhecimento e, portanto, existência). Isso que é digno de ser representado, diz Habermas, pode ser designado por palavras como grandeza, soberania, majestade, glória, dignidade e honra. Desse modo, um nobre feudal traz à cena virtudes,

corporificando-as através de insígnias (emblemas, armas), hábito (vestimenta, penteado), gesto (forma de saudar, comportamentos) e retórica (forma de falar, o discurso estilizado em geral).

Algo radicalmente diverso, portanto, do que virá a ser a esferas pública e privadas do mundo burguês. Habermas narra um processo onde é o núcleo representado pela pequena-família burguesa – “cerne da esfera privada” – que apresenta-se como base a partir da qual se constituirá a esfera pública burguesa. É a partir dela que surge, em primeiro lugar, uma esfera pública literária, destinada ao desenvolvimento da subjetividade dos indivíduos (provenientes do seio da pequena-família), através da arte, da literatura e da filosofia. Efetivamente, o que transcorre com isso é uma mudança em relação à forma de representação pública, oriunda da Idade Média e presente entre as instituições do clero e da nobreza. Na vida pública da cômte, a arte e a literatura são colocadas a serviço da representação do rei, onde sua autoridade demonstra-se como inquestionável. O poder que emanava da aristocracia não permitia transformar as conversações em crítica. O germe da mudança acentuada que se experimentará em relação a esta situação se manifesta com o início de uma aproximação entre membros da nobreza e de uma intelectualidade burguesa. O espaço para isso são os salões e cafés.

Conforme Habermas, tal encontro, ao conformar uma nova esfera pública, muda o caráter das relações aí desenvolvidas. O que começa a se observar, diz ele, é uma certa “paridade” entre nobres e burguesas. Ou seja, nesses locais, cultiva-se um espírito de igualdade onde deixa de ser válida uma hierarquia de classe. Ao mesmo tempo, é um processo que desprende a produção artística do mecenato exercido pela nobreza. A obra de arte volta-se para o mercado e deixa de servir à representação social. Conforme Habermas, a arte “torna-se objeto de livre escolha e de tendências oscilantes”. O “gosto” pelo qual a partir de então a arte se orienta se expressa no “julgamento de leigos sem competência especial, pois no público qualquer um pode reivindicar competência” (1984, p. 56). A crítica de arte se constitui a partir dos locais de discussões. Mas, para promover sua difusão e dar conta de sua função, em pouco tempo passa a valer-se de jornais e revistas, instalando-se como instância mediadora entre produtores e consumidores de arte¹¹.

¹¹ Habermas chama a atenção para o fato de que houve um processo de emancipação através do qual a crítica surgida nos salões e cafés e, por isso, confundindo-se com os produtores artísticos e literários, bem como com os consumidores destes produtos, separa-se e passa a ser exercida com maior autonomia, prestando serviços

Estas instituições da esfera pública que vão se instalando, apesar de diferirem entre si (os salões dos cafés, por exemplo) no tamanho e composição do público, estilo de comportamento, clima de raciocínio e orientação temática, possuem uma série de critérios institucionais comuns, que ajudam a caracterizar a esfera pública literária que aí se vai consolidando. Primeiramente, a já mencionada paridade de seus frequentadores. Paridade, ao mesmo tempo, social e econômica. Diferenciações desta natureza não devem entrar no espaço público, onde tão somente deve vigorar a “força do argumento”, o que vem a significar para o espírito vigente à época “a igualdade do simplesmente ‘meramente humano’”. É importante destacar uma consideração feita por Habermas diante da improbabilidade de que tal igualdade tenha de fato ocorrido. Ele salienta que o principal está no fato de ela ter se institucionalizado “enquanto idéia” e, com isso, “colocada como reivindicação objetiva e, nessa medida, ainda que não tenha se tornado realidade, foi no entanto eficaz” (1984, p. 52).

O segundo critério é a “problematização de setores que até então não eram considerados questionáveis”. Saberes que faziam parte da representação pública de estratos como a nobreza e o clero, e que mantinham uma “aura”, uma sacralidade devido a sua não-verbalização, passam a ser objeto de discussão – o que corresponde, portanto, a um processo de profanação. Tal situação é viabilizada pela acessibilidade destes saberes, que são transformados em mercadorias (bens culturais), com potencialidade de chegar a todos através do mercado. Segundo Habermas, isso também significou uma separação da arte e da cultura, que passou a localizar-se em uma esfera distinta da “reprodução da vida social”.

Se o segundo critério dizia respeito a uma ampliação de temas passíveis de discussão, o terceiro dizia respeito à ampliação do público, ou ao seu não-fechamento, o que também se relaciona à acessibilidade de bens culturais no mercado. Habermas faz uma distinção dizendo que onde se estabelece um público como “grupo fixo de interlocutores”, ele não se confunde com o grande público que vai se criando com a intermediação do mercado. Antes, ele se coloca como “porta-voz” do grande público, considerando-se em

tanto à produção quanto a consumo. Diz o autor: uma filosofia, uma arte e uma literatura somente são possíveis quando colocadas perante uma crítica. Ao mesmo tempo, é só através da apropriação crítica “que (...) o público chega a se esclarecer, até mesmo a se entender como processo vivo do iluminismo” (1984, p. 59).

condições de representá-lo e educá-lo, sendo essa a “nova configuração da representação burguesa”.

Essa esfera literária que se conforma e a partir da qual, mais tarde, irá se configurar a esfera política, não é nada mais nada menos do que uma correspondência às necessidades de desenvolvimento da subjetividade burguesa. Trata-se, como define Habermas, de uma esfera pública de pessoas privadas. E efetivamente, é a família, na intimidade do lar, que constitui o cerne da esfera privada.

Dentro disso, Habermas explica como a própria atuação do indivíduo no setor da troca de mercadorias depende de uma consciência (ou uma subjetividade) específica que só poderá ser formada no seio da pequena família. Ou seja, de fato ocupando a posição de cerne de uma esfera privada, a família, ao mesmo tempo em que é depósito (fim, ponto de chegada), já que é nela que se acumulará a realização da felicidade humana através da realização da liberdade, e também fonte de provimento (fornecedora de princípios básicos que se estenderão a outras esferas e setores). Habermas, neste sentido, dá conta de descrever como a noção de autonomia da pessoa privada colocada em cena na esfera da troca de mercadorias é alimentada por uma noção de autonomia do indivíduo que depende da esfera íntima do lar para desenvolver, o que, por sua vez, apesar de sua preponderância (condição de cerne) precisa lançar mão da esfera pública literária para também desenvolver a si própria.

Tal noção de autonomia construída no lar reúne os seguintes atributos, conforme Habermas: 1) o livre-arbítrio do indivíduo, que se encontra no lar livre de coações (bem diferente da realidade do lar grego, espaço do despotismo e da violência); 2) o casamento por amor (ou “comunhão de afeto”); 3) o livre desenvolvimento de uma “personalidade culta”, através da formação. São três facetas da liberdade do indivíduo. Diz Habermas:

Os três momentos (...) conjugam-se num conceito de humanidade que se pretende que seja inerente a todos os homens, definindo-os certamente enquanto seres humanos: a emancipação que ainda ressoa quando se fala do puramente ou simplesmente “humano”, uma interioridade a se desenvolver segundo leis próprias e livre de finalidades externas de qualquer espécie. (Habermas, 1984, p. 63)

Apesar de Habermas não explicitá-lo, não nos parece haver dúvidas de que aqui se encontra o núcleo sensível e gerador, a partir do qual se organiza o modo de vida burguês, com suas separações entre público e privado. Mais precisamente falando, é no modo como se define e se busca, aqui, o que Habermas chama de “meramente humano”. A correspondência a isso no modelo grego seria aquela liberdade que descrevemos anteriormente, com Hannah Arendt, liberdade disponível somente no espaço público, pela vida na *polis*, onde a necessidade (os processos de reprodução biológica e a dominação pela violência) são simplesmente impedidos de vigorar. No lugar, contudo, de separar tal conquista de liberdade do espaço doméstico, o modo burguês é justamente aí que vai localizá-la.

Tentando avançar na interpretação: essa esfera íntima, cerne da esfera privada, representa uma espécie de isolamento, espaço idealizado onde, para fazer com que se realize a liberdade, é preciso como que barrar a influência de determinadas forças exteriores. Se os gregos faziam isso trancando a necessidade no lar (para que o indivíduo conseguisse encontrar a liberdade na *polis*), o modo burguês o fará justamente através desta formulação de uma noção de autonomia, um auto-entendimento a respeito da própria humanidade, que servirá como recurso para desempenho do indivíduo nas demais esferas.

É o que acontece quando, como diz Habermas, a essa noção de autonomia forjada no lar corresponde uma noção de autonomia para orientação dos indivíduos proprietários no espaço de trocas de mercadorias. Aí, o dono de mercadorias “pode ver a si mesmo como autônomo”, porque atua concorrencialmente, com outros proprietários, em um mercado livre de coações estatais, apenas orientado pela leis da “racionalidade econômica imanente do mercado”, que fornecem a “garantia ideológica da troca justa”. Diz Habermas que a essa autonomia

(...) corresponde uma representação pessoal na família aparentemente dissociada da coação social, é o carimbo autenticador de uma autonomia privada exercida na concorrência. Autonomia privada que, negando a sua origem econômica, exerce-se unicamente *fora* do domínio em que aqueles que participam do mercado se acreditam independentes, conferindo à família burguesa essa consciência que ela tem de si mesma (Habermas, 1984, p. 63)

Como afirma Habermas, nega-se a origem econômica da autonomia. Aqui está a tentativa de isolamento a que nos referimos antes, a partir da qual os indivíduos na sociedade burguesa irão buscar sua liberdade. Habermas aponta, contudo, que tal noção de autonomia não é suficiente por si mesma para conseguir manter o lar como esfera apenas do “meramente humano”. Como qualquer sociedade anterior, afirma o autor, a família “naturalmente” não está livre das coações que a sociedade burguesa a submete.

A família desempenha exatamente o papel que lhe é prescrito no processo de valorização do capital. Como uma seqüência genealógica, ela garante a continuidade pessoal que, de fato, consiste na acumulação do capital e que, de direito, está ancorada na livre herança da propriedade. Antes de mais nada, ela serve como um agência da sociedade, ela assume a tarefa da difícil mediação que, sob a aparência de liberdade, assegura no entanto a estrita observância das inevitáveis exigências sociais. (Habermas, 1984, p. 63-64)

Dentro disso, a liberdade que a família julga guardar no lar torna-se apenas “aparente” e aqueles seus atributos – livre-arbítrio, comunhão por afeto e livre formação da personalidade culta – revelam-se pretensões irreais diante das exigências da sociedade. À autonomia do proprietário no mercado não corresponde, no lar, o livre-arbítrio do indivíduo, mas sim a autoridade do pai sobre a mulher e os filhos. No caso da comunhão por afeto, sobrepõem-se a ela os cuidados necessários à conservação e multiplicação do capital que, no caso das famílias que dele dispõem, subjagam a livre escolha do cônjuge baseada no amor. E, finalmente, a livre formação educacional e cultural, “que deveria ter em si mesma a sua finalidade”, precisa submeter-se ao “trabalho socialmente necessário”¹². Habermas ressalta, contudo, que esta concepção de liberdade da família não deve ser vista pura e simplesmente como ideologia, no sentido de uma falsa consciência.

Essas idéias também são realidade como um sentido objetivo (...) de uma instituição real, sem cuja validade subjetiva a sociedade não teria podido reproduzir-se. Com esse conceito específico de humanidade, expande-se na burguesia uma noção do existente que promete salvação da coação da ordem vigente sem se evadir para um mundo transcendental. Transcender a imanência

¹² Para os gregos, segundo Arendt, estabelecia-se com rigor a diferença entre o útil e o belo, onde o primeiro correspondia à necessidade e o segundo à liberdade - e onde o belo, portanto, corresponde ao alvo das aspirações humanas, o fim a ser alcançado.

reafirmada é o momento de verdade que eleva a ideologia burguesa para além do próprio ideológico, e isso de modo mais originário exatamente ali onde a experiência de “humanidade” tem seu ponto de partida: na humanidade dos relacionamentos íntimos das pessoas enquanto meros seres humanos no abrigo da família (Habermas, 1984, p. 65)

Trata-se de algo, portanto, que expressa uma ambivalência da família burguesa. Apesar de, no seu espaço íntimo, querer realizar sua humanidade livre de coações exteriores, não o consegue, por se tratar de um intento sem correspondência nas possibilidades apresentadas pela realidade. A família cumpre uma função social, nomeadamente relacionada à reprodução do capital. Mesmo assim, essa espécie de mentira que conta para si mesma cumpre uma função objetiva e que se relaciona a uma possibilidade de reprodução da sociedade em um meio secular, ou seja, um meio que já não conta mais com uma sustentação teológica que antes dava conta de tal reprodução.

Esta ficção – a da crença na realização de uma liberdade na família – não impede que as coações se expressem. Desse modo, a esfera íntima burguesa é essencialmente marcada pela ambigüidade, que Habermas define como sendo composta pela co-presença de: 1) o proprietário de bens e pessoas (o pai, com sua posse de mercadorias e sua autoridade sobre mulheres e crianças); 2) o ser humano entre seres humanos. Ou seja, uma esfera que é ambígua por reunir e colocar em co-presença e simultaneidade “*bourgeois*” e “*homme*”, burguês e homem.

Essa ambigüidade – e esta é uma afirmação central em Habermas - acaba por modelar o espaço público, bem como a negação de tal ambigüidade. Se na esfera íntima a negação ocorre por intermédio de uma noção que a família forma de si como independente (do mercado e da dominação pela autoridade), na esfera pública isso acontece com base na crença de que tal esfera é una e indivizível, não constituída por uma esfera literária e outra política. De uma esfera pública literária, que é colocada a serviço do desenvolvimento da subjetividade livre de pessoas privadas, no caso da porção burguesa dessa pessoa privada (proprietária de mercadorias), o que haverá como reflexo na esfera pública é a existência de uma esfera pública política que reivindica para si a legitimidade de regular a esfera privada da troca de mercadorias, opondo-se ao poder absoluto do soberano.

Conforme Habermas, tal esfera política, para constituir-se, se valerá da experiência anterior acumulada pelo funcionamento das instituições da esfera literária. Esta servirá de mediadora para aquela constituir-se como composta por pessoas privadas, ou melhor, os interesses das pessoas privadas vem nela ser representados, e como opõe-se ao poder estabelecido do monarca, é que esta esfera pública política possui “desde o começo”, como diz Habermas, o caráter privado e polêmico.

O traço polêmico da esfera pública política relaciona-se à definição do conceito de lei universal (geral e abstrata). Tal conceito é lentamente forjado, até sua culminância no século XVIII. A lei geral significa a aplicação do princípio de igualdade do meramente humano, precisamente aquilo que se busca realizar na esfera privada e, mais especificamente, na intimidade do lar. A mesma noção de paridade, que vigora enquanto idéia na esfera literária (e que fornece aos indivíduos a garantia de que poderão desenvolver sua subjetividade como meramente humanos), passa a ser reivindicada como válida na esfera política. Isso significa a vigência de um público que raciocina “criticamente sem levar em consideração quaisquer hierarquias sociais e políticas pré-formadas”. Esta esfera política irá aprender a expressar a sua razão sob a forma de *opinião pública*, que surgirá para se afirmar como única fonte legítima das leis, a se colocarem em contraponto ao poder do déspota.

Logo, encontra-se aí transferida para a esfera pública a ambigüidade da esfera privada. Como nessa esfera encontra-se a condição de ser meramente humano e proprietário de bens simultaneamente, a esfera pública se ocupará desta duas demandas em favor das pessoas privadas através das esferas literária e política. Contudo, apesar da presença de tal ambigüidade, ela será negada, assim como o é na esfera privada, através da noção de que a intimidade do lar encontra-se livre da possibilidade de ser colocada a serviço da sociedade. O que se afirmará é a visão de um espaço público “uno e indivizível” (1984, p. 73).

1.1.3 “A mudança estrutural” segundo Habermas

A esfera pública burguesa, entendida como um ideal-tipo, será, na verdade, defendida por Habermas, que sustenta não poder ser ela tratada como mera ideologia. Habermas de certo modo irá lamentar a degradação daquilo que se constituiu lentamente ao longo do século XVIII e que começou a transformar-se a partir da segunda metade do século XIX.

A base do elogio de Habermas está justamente na valorização da pretendida privacidade burguesa, base da esfera pública. É ela que constitui um espaço de autonomia e realização do humano. Conforme Habermas, o bom funcionamento de tal arranjo dependia da distinção efetiva entre público e privado. É justamente o apagamento gradual desta fronteira que provoca aquilo que o autor narra como uma degradação, fazendo com que a sociedade burguesa passe a oferecer a seus integrantes apenas a aparência de uma privacidade geradora de autonomia.

A autonomia é garantida, dentro do modelo burguês, através da separação entre reprodução material e realização humana. Os gregos solucionaram esta diferença mantendo a reprodução material (necessidade) no privado e a realização humana (liberdade) no público. No modelo burguês, o privado concentra os dois elementos, mas requer-se que eles estejam, aí dentro, também suficientemente separados. Nisso, a autonomia do humano só é alcançada com a garantia de que haverá autonomia também no plano da reprodução material.

Essa reprodução era obtida de modo privado, tirando sua força da família. O que há são pessoas privadas atuando livremente no plano da troca de mercadorias. Segundo Habermas, esta autonomia privada vai se perdendo, o que corresponde a uma perda da distinção entre privado e público. A família deixa de ser a agência primordial da sociedade, como diz Habermas. No caso das suas funções econômicas, o que ocorre é uma fusão com a sociedade e com o Estado. Ou seja, o público se privatiza. No contexto da grande empresa industrial, diz Habermas, desenvolvem-se “formas de trabalho social” que diferem especificamente do tipo de trabalho profissional privado.

Do ângulo da Sociologia do Trabalho, uma empresa pertencer formalmente ao setor privado e uma repartição pertencer formalmente ao setor público é algo

que perdeu a sua força distintiva. Seja como for que uma grande empresa possa estar à disposição de proprietários individuais, grandes acionistas ou diretores administrativos, ela teve de se objetivar, no entanto, frente a dispositivos privados a tal ponto que o “mundo trabalhista” tenha se estabelecido como uma esfera *sui generis* entre setor público e setor privado – tanto na consciência dos funcionários e trabalhadores quanto também daqueles que dispõem de competências mais amplas. (Habermas, 1984, p. 181)

Ao mesmo tempo em que a família perde funções na produção, perde também funções *para* a produção, casos da proteção aos “riscos clássicos” (desemprego, doenças, velhice, acidentes), que deixam de ser assumidos pela família e tornam-se responsabilidade do Estado. Também funções de educação e orientação são passadas para a sociedade. E é neste mesmo sentido que ocorre o desmantelamento da autoridade paterna. Todos estes fatores são garantias públicas do *status* de privacidade da família. Ou seja, a requerida privacidade geradora de autonomia, passa a depender não somente das pessoas privadas, mas também das organizações públicas. Outrora a família possuía o poder de dispor sobre os elementos da própria reprodução. Agora, o que ela possui é um direito de usufruto daquelas garantias que lhe conferem status de privacidade. Aqui se altera o estatuto do indivíduo. Ele já não é burguês, mas cidadão. Habermas diz que o usufruto dos direitos conquistados do cidadão geraria uma privacidade legítima se as pessoas tivessem em suas mãos o controle das condições da sua existência privada através de uma esfera pública politicamente ativa. Mas não é o que acontece, o que faz com que um efeito notado de intensificação da privacidade seja apenas uma aparência.

Se (...) os cidadãos, em sua existência familiar, não podem conseguir autonomia a partir do direito de dispor sobre a propriedade privada e *também* não da participação na esfera pública política, duas coisas se perdem: por um lado, não há mais garantia institucional para uma individuação da pessoa de acordo com o modelo da “ética protestante”; por outro lado, não se podem vislumbrar condições sociais que substituam o caminho da clássica interiorização através do caminho da formação de uma “ética política” e que, com isso, poderiam dar um novo fundamento ao processo de individuação. O ideal-tipo burguês previa que, a partir de uma esfera íntima bem fundada na subjetividade correlata ao público, se cristalizasse uma esfera pública literária. Ao invés disso, esta se torna hoje uma porta aberta por onde entram as forças sociais sustentadas pela esfera pública do consumismo cultural dos meios de comunicação de massa, invadindo a intimidade familiar. O âmbito íntimo desprivatizado é esvaziado jornalisticamente, uma pseudo-esfera pública é reunida numa zona de “confiança” de uma espécie de superfamília. (Habermas, 1984, p. 191-192)

Desse modo, como diz Habermas, aquela esfera literária destinada ao desenvolvimento da subjetividade é convertida em algo diferente dela mesma. O que pressuponha o uso crítico da razão converte-se em mero consumo. A comunicação no interior de um público transforma-se nisso que Habermas chama de “superfamília”. Conforme o autor, o burguês liberal vivia “prototipicamente” na profissão e na família. Enquanto a primeira era autônoma e privada, a segunda era liberada de funções econômicas imediatas. E se a primeira desprivatiza-se, a segunda torna-se “cada vez mais privada”. Aí, o que ocorre é justamente a perda da força que mantinha a família intacta em relação às funções econômicas.

A esfera literária, que conseguia manter-se emancipada da produção econômica, era por isso também considerada política. Sua evolução, contudo, será converter-se no tempo de lazer da família, que sempre permanecerá como suplemento do tempo de trabalho e, portanto, não totalmente emancipado da esfera da reprodução social. As instituições da esfera literária vão se transformando. A família deixa de ser instituição propagadora da leitura. Os salões, locais para discussão, saem de moda. Os substitutos – como cinema, rádio e televisão – não dão conta de garantir a apropriação íntima e a posterior discussão pública. Há o debate, mediado pelos meios de comunicação de massa, mas ele é reservado controladamente a especialistas. A discussão também se torna uma mercadoria.

Habermas argumenta que, outrora, o mercado cumprira a função apenas de distribuição dos bens culturais, deixando a obra intacta, o que não mais acontece. O mercado, diz o autor, pode proporcionar duas facilitações, que devem ser distinguidas. Uma, econômica, que facilita o acesso aos bens; e outra, psicológica, que facilita o acesso ao conteúdo. Esta última acabou transformando a recepção em mero consumo, tomando conta das formas de transmissão cultural. As leis do mercado não influenciam apenas a forma dos produtos culturais, mas também seu conteúdo. No lugar de se educar a massa inculta, rebaixa-se o conteúdo da cultura para um consumismo, que assim se caracteriza - como consumismo - por não exigir pré-requisitos (instrução) nem gerar conseqüências (emancipação dos indivíduos). Habermas salienta que é essa inclusão do grande número de despossuídos e incultos que provoca a interpenetração entre privado e público, desestruturando a esfera pública, retirando-lhe a base “sem lhe dar uma nova” (1984, p. 209). Tal base correspondia à dupla autonomia de burguês e homem que se gerava na esfera

privada, e da qual emanava a esfera pública em sua dupla face, literária e política. A referida inclusão tira tal base, já que não há autonomia na posse de mercadorias nem no desenvolvimento da subjetividade. Se a esfera literária é substituída pelo consumo cultural inconseqüente no tempo de lazer, as instituições da esfera política, que cumpriam a função mediadora entre as pessoas privadas e o Estado, alteram sua função.

Surge uma esfera social repolitizada, que não pode ser subsumida, nem sociológica nem juridicamente, sob as categorias do público ou do privado. Neste setor intermediário se interpenetram os setores estatizados da sociedade e os setores socializados do Estado sem a intermediação das pessoas privadas que pensam politicamente. (Habermas, 1984, p. 208)

Habermas diz que o público politicamente ativo cede lugar a outras instituições, como as associações de interesses privados e os partidos políticos. E o que se estabelece é uma cessação da função intermediadora do público pensante, que se constituía como fonte de legitimidade através da expressão da opinião pública. Fica alterado o jogo do poder.

O processo politicamente relevante, do exercício e do reequilíbrio dos poderes transcorre diretamente entre as administrações privadas, as associações, os partidos e a administração pública. O público enquanto tal só esporadicamente é inserido neste circuito do poder e, então, apenas também para que aclame. (Habermas, 1984, p. 208)

Dentro disso, diz Habermas, existe uma tendência à absorção desta esfera pública, reduzida a uma função plebiscitária através do consumismo cultural. Para as instituições que exercem o poder, importa exercer influência sobre as pessoas privadas.

As pessoas privadas, à medida que são assalariadas e admitidas ao trabalho, precisam fazer representar coletivamente as suas reivindicações publicamente relevantes. Mas as resoluções que lhes restam como consumidores e eleitores individualmente, acabam caindo, na mesma medida em que lhes advém relevância pública, sob a influência de instâncias econômicas e políticas. (Habermas, 1984, p. 208)

Resoluções que caem sob a influência de instâncias econômicas e políticas. Conforme Habermas, a necessidade de incentivar o consumo (já que a reprodução social depende dele) e a necessidade de angariar votos (por parte dos partidos ou organizações) faz com que se tenha o interesse de exercer influência sobre essas decisões. E, na medida em que há uma inversão na “relação originária entre esfera íntima e esfera pública literária”, esta influência pode ser mais facilmente exercida.

Tal mudança na relação entre esfera íntima e esfera literária corresponde àquele estabelecimento do consumismo cultural, onde se dá um “esvaziamento publicitário-jornalístico” da esfera privada. Aqui, portanto, chega-se a um ponto crucial do problema - tão crucial quanto é a esfera íntima, entendida enquanto cerne da esfera privada. É ela que fornece as noções de autonomia. É ela fim e princípio. É ela base para a política através do substrato de entendimento que fornece para a participação política. O esvaziamento desta privacidade, conforme Habermas, abre caminho para a *manipulação*. O resultado, segundo ele, é que o “consumo de cultura também entra a serviço da propaganda econômica e política”. Com efeito, conforme Habermas, a propaganda passa a ser uma das funções assumidas pela esfera pública. E “quanto mais ela pode ser utilizada como meio de influir política e economicamente, mais apolítica ela se torna no todo e tanto mais aparenta estar privatizada. Dentro disso, a busca das instituições que, a partir da esfera pública, exercem o poder, é no sentido

de obter do público mediatizado um assentimento ou ao menos uma tolerância. A publicidade é desenvolvida, como que do alto a fim de criar uma aura de *good will* (boa vontade) para certas posições. Originariamente a publicidade garantia a correlação do pensamento público tanto com a fundamentação legislativa da dominação como também com a supervisão crítica sobre o seu exercício. Entrementes, ela possibilita a peculiar ambivalência de uma dominação sobre a dominação da opinião não-pública: serve à manipulação *do* público na mesma medida que à legitimação *ante* ele (grifos do autor). O jornalismo crítico é substituído pelo manipulativo. (Habermas, 1984, p. 210)

Toda esta reconfiguração não está dissociada de mudanças profundas na imprensa, que segundo Habermas, pode ser considerada a instituição “por excelência” da esfera pública. A evolução que se dá é a de uma imprensa literária (vinculada nitidamente a objetivos políticos) à outra, radicalmente diferente, de base comercial. Habermas diz: o

jornal passa a ser um espaço onde as notícias são um meio para a venda de anúncios. Isso muda a natureza do espaço público. Antes havia um jornalismo literário de pessoas privadas. A imprensa era então apenas um meio para o debate de pessoas privadas, que dessa forma constituíam um público. A evolução é no sentido de uma comercialização da imprensa, que assim muda de estatuto. Habermas diz que a base comercial era necessária. Contudo, a mudança atinge a natureza do espaço público, que deixa de ser lugar de debate de pessoas privadas que formam um público para ser o lugar de determinados membros do público enquanto pessoas privadas, “porta de entrada de privilegiados interesses na esfera pública”. O jornalismo passa a ser realizado por empresas do capitalismo avançando, concentrando com isso certas características (maior base de capital, elevação de risco econômico e subordinação ao pontos de vista da economia de mercado). Além disso, estas empresas enquadram-se às “tendências gerais de concentração e centralização. No contexto do fazer jornalístico desta imprensa, também ocorrem mudanças.

A seleção do material se torna mais importante do que o artigo de fundo; a elaboração e a avaliação das notícias, a sua revisão e preparação se torna prioritária em relação à obediência efetiva, do ponto de vista literário, de uma “linha”. (Habermas, 1984, p. 218)

Os meios de comunicação se colocam como atrativos para a manifestação de interesses privados, já que apresentam uma eficácia publicitário-jornalística. Eles apresentam-se como possibilidade de um meio de convencimento do público. Não se trata mais de uma esfera pública de pessoas privadas debatedoras, onde a imprensa (como na era liberal) apenas mediava e potenciava o debate, mas de um âmbito a partir do qual interesses privados (individuais e coletivos) procurarão exercer influência sobre o público. Segundo Habermas, a separação entre público e privado estipulava que a concorrência de interesses privados seria regulada pelo mercado, não sendo extrapolada para a disputa pública de opiniões. Com a comercialização da imprensa, as “pessoas privadas passam (...) a atuar como proprietários privados” (1984, p. 221). Ou seja, como se estivessem no mercado.

Uma tendência à chamada concorrência monopolista reforça a necessidade da publicidade comercial. Uma indústria da publicidade toma conta dos meios publicitários

existentes, além de criar seus próprios jornais e revistas. Habermas aponta para a existência, através da mídia, de uma educação para o consumo. A invasão do espaço da imprensa por anúncios não seria suficiente para ocasionar a descaracterização da esfera pública, diz ele, afinal se trataria apenas de manter a separação entre o espaço público política e espaço comercial, onde se manifesta a concorrência entre os proprietários de mercadorias. Contudo, diz Habermas, esta mistura de diferentes disputas no espaço público surge “desde o início” quando, afirma, a luta de classes surgida no seio do capitalismo desenvolvido manifesta-se no espaço público. Aí, a propaganda deixa de ter um caráter econômico e mistura-se também à política. Mas não será através da publicidade comercial – e sim das *public relations* (relações públicas). Os privilegiados interesses privados, como diz Habermas, buscam uma representação na esfera travestindo-se de assunto de interesse geral e com isso ganhando verniz político.

Nos países mais desenvolvidos do ocidente capitalista, elas (as *public relations*) assumem o seu domínio sobre a esfera pública no último decênio¹³. Para o diagnóstico dessa esfera, tornaram-se um fenômeno-chave. “Trabalhar” a opinião pública diferencia-se da propaganda por assumir a esfera pública expressamente como política. Os “reclames” privados voltam-se toda vez para outras pessoas privadas à medida que entram em consideração como consumidores; o destinatário das *public relations* é a “opinião pública”, são as pessoas enquanto público e não enquanto consumidores imediatos. O emissor esconde as suas intenções comerciais sob o papel de alguém interessado no bem-comum. A manipulação dos consumidores empresta as suas conotações à figura clássica de um público culto de pessoas privadas e se aproveita de sua legitimação: as funções tradicionais da esfera pública são integradas à concorrência de interesses privados organizados. (Habermas, 1984, p. 226-227)

Ocorre aqui outro fenômeno de aparência, como no caso da aparente privacidade burguesa que seria conquistada pelo consumismo cultural. Para tanto ocorre a aplicação de técnicas específicas, que procuram inserir “material adequado” na mídia ou produzir pretextos para mobilizar a atenção: “opera-se uma mudança no significado da publicidade”. Não mais a “desmistificação da dominação política, mas um “assentimento descompromissado” por parte de um não-público. Habermas fala então de uma *refeudalização* da esfera pública: o antigo modo de representação política da nobreza perante os súditos está de volta, sinalizando um retrocesso nos objetivos da modernidade.

¹³ Habermas escreve, aqui, na década de 50 do século XX.

Os “ofertantes” ostentam roupagens e gestos de representação perante clientes dispostos a segui-los. A publicidade imita aquela aura de prestígio pessoal e de autoridade supra-natural que antigamente era conferida pela esfera pública representativa. (Habermas, 1984, p. 229)

1.2 As tradições liberal e marxista na comunicação

A obra de Habermas localiza como central a questão da participação política. No que se transformou esse ideal de participação? A mudança na esfera pública, de acordo com a leitura habermasiana, leva a um esvaziamento da atividade política dos indivíduos. É possível dizer também que esta mesma questão orienta o desenvolvimento dos estudos sobre a mídia desde o seu princípio até a atualidade. A imprensa surge – e isso a obra de Habermas deixa claro – com instituição por excelência de uma esfera pública burguesa interessada em mediar a relação entre a esfera de pessoas privadas e o estado democrático de direito. O ideal-tipo que Habermas descreve corresponde a uma forma de governo que prescreve a universalização e participação de todos. Com isso, a mídia não é, no caso das democracias ocidentais, dissociada de um sistema político; antes, é sua parte integrante.

Um fio de entendimento que se esticasse ao longo da história das ciências da comunicação deixaria visível por todo seu comprimento a questão quanto à participação política: a mídia a estimula ou a desfavorece? Como também é demonstrado por Habermas, a política não se reduz ao sistema institucionalizado de poder para fins de governo da sociedade. Sua extensão é mais longa. Em Habermas, o que formalmente se exerce na esfera pública política possui um estreito laço com uma esfera anterior, a literária, destinada ao desenvolvimento dos sujeitos. Aí, conforme o projeto moderno, o sujeito livre se desenvolveria de modo crítico – ou melhor, desenvolveria-se em sua liberdade pelo exercício da crítica, garantida institucionalmente, em um plano secularizado de transcendência humana. A transmutação desta esfera em uma esfera de “consumismo cultural”, conforme Habermas, teria desfeito suas características críticas e de emancipação, tendo como resultado o funcionamento da ideologia na sua função pré-moderna, calcada no

conformismo. Não se trata de ideologia enquanto “sistema em si coerente de concepções”¹⁴, mas um sistema de modos de comportamento de “hábitos de consumo fomentados de fora” e que, diz Habermas numa citação de Adorno e Horkheimer, aponta para uma “duplicação e legitimação do *status quo*” (1984, p. 252).

De certo modo, encontra-se aqui a questão pleiteada desde sempre pelos estudos científicos da comunicação social. Qual a influência da mídia na formação de uma consciência coletiva – não vamos chamá-la aqui de ideologia – e a relação desta influência com o poder? A mídia servirá de fato para manter uma ordem vigente a partir da falta de uma certa consciência crítica dos membros da sociedade, uma consciência intranscendente que contraria o projeto moderno previsto na esfera pública burguesa, cuja constituição Habermas tão bem desenhou?

Teóricos da comunicação de massa que traçam perspectivas históricas sobre o desenvolvimento desta área de conhecimento, como Curran e McQuail, não hesitam em apontar a existência, grosso modo, de duas vertentes distintas e conflitantes, que orientam a pesquisa na área. Estas vertentes espelham visões distintas da sociedade e, portanto, do significado que nela vem desempenhando a mídia. Assim sendo, concebem de modo distinto a questão do poder. Acreditamos que esta dicotomização, apesar de executar várias generalizações, fazendo perder de vista a complexidade do campo da comunicação, permite estabelecer uma síntese dos principais problemas enfrentados pela pesquisa na área e os modelos básicos adotados na sua solução.

Nos termos de McQuail (2003), o primeiro modelo corresponde a um “paradigma dominante” que carrega consigo, de modo subjacente, o modelo de sociedade liberal e pluralista. A esta matriz se contrapõe um “paradigma alternativo”, de raiz marxista. O paradigma dominante, de acordo com o autor, traz implícito um modelo de sociedade que é “sobretudo normativo”.

Presume um certo tipo de “boa sociedade” funcionando normalmente, que seria democrática (eleições, sufrágio universal, representativa), liberal (secular, condições de mercado livre, individualista, liberdade de expressão), plural (competição institucionalizada entre partidos e interesses) e ordeira (pacífica, socialmente integrada, justa, legítima). (McQuail, 2003, p. 47)

¹⁴ Esta é a concepção moderna, que comportou dois grandes sistemas ideológicos rivais: o liberalismo e marxismo.

Sua perspectiva teórica é funcionalista, onde se assume que “a comunicação trabalha para a integração, a continuidade e normalidade da sociedade, embora reconhecendo também que a comunicação de massas pode ter conseqüências disfuncionais (disruptivas e prejudiciais)” (2003, p. 48). O paradigma dominante, do ponto de vista teórico, também busca bases na teoria da informação de Shannon e Weaver, o que lhe faz crer em um modelo de comunicação baseado na pressuposição da transmissão direta da informação. Nele, a comunicação é vista como um “processo seqüencial” (uma fonte seleciona uma mensagem, que é transmitida em forma de sinal, num canal de comunicação para um receptor). Aí, o processo seqüencial implica na linearidade da relação causa-efeito. Deste modo, ocorre a crença de que a mensagem emitida pela fonte irá afetar de modo imediato o receptor, alterando seu modo de agir. Metáforas clássicas, como as das teorias da bala e da seringa hipodérmica tentaram expressar a idéia de um esquema do tipo estímulo-resposta para a comunicação. Por influência desta perspectiva, o paradigma dominante, conforme McQuail, é grandemente voltado para o estudo dos efeitos suscitados pela comunicação de massas, com preferências metodológicas girando em torno de medições precisas e quantificações, “baseadas em observações do comportamento individual”. Disso tudo, conforme McQuail, resulta uma visão da existência dos meios de comunicação como poderosos.

Na definição de McQuail, o que este autor chama de paradigma alternativo surge em contraponto ao paradigma dominante. Na base deste contraponto está uma visão distinta de sociedade que nega o modelo liberal-capitalista, e sua inerente visão “utilitarista, racional e calculista da vida social” (2003, p. 51). Alertando que se trata também aqui de uma síntese necessariamente simplificadora. McQuail define a composição deste paradigma alternativo como iniciada pelos pensamentos socialista e marxista, nomeadamente os europeus emigrados para os Estados Unidos da Escola de Frankfurt, e, na década de 50, uma própria “tradição radical” norte-americana liderada por C. Wright Mills. Em seguida, especialmente a partir da década de 70, o paradigma alternativo tem seguimento com “uma nova onda de influências vinda da Europa”, nomeadamente uma vertente culturalista ligada à aplicação de métodos interpretativos.

Conforme McQuail, tal paradigma procede a uma descodificação da ideologia liberal subjacente ao paradigma dominante. Deste modo, a atuação da mídia aparece não como neutra, em seus conteúdos de informação e entretenimento, mas como portadora de uma ideologia que “tende a legitimar estruturas de poder estabelecidas e defraudar a oposição” (2003, p. 52).

Ligada a essa decodificação da ideologia está uma noção que se opõe à visão do processo comunicativo própria do paradigma dominante. Por esta noção, diz McQuail, o sentido não é imanente à mensagem, fixo e “levando a impactos previsíveis e mensuráveis” – o que estremece a crença funcionalista de que é possível medir inclusive quantitativamente o impacto da mídia sobre a audiência. No lugar disso, o sentido é construído, o que corresponde a afirmar que a mensagem é decodificada de acordo “com a situação social e os interesses da audiência de receptores”. Assim, “a ideologia da ‘elite do poder’ disseminada pelos media pode ser lida de forma ‘oposta’ e mostrada como propaganda que de fato é” (2003, p. 52). Da mesma forma, as organizações e estruturas midiáticas têm reapreciado seu caráter econômico e político, deixando de ser vistas como neutras ou não-ideológicas.

Um texto de Curran (1996) igualmente sintetiza o campo da comunicação cindido em duas visões distintas, efetivamente paradigmáticas, e que correspondem antes de mais nada a visões distintas de sociedade. Assim como na síntese de McQuail, estas visões derivam de duas tradições ideológicas históricas: a liberal e a marxista. O interessante no texto de Curran, contudo, é a demonstração que este autor consegue fazer de que, à época em que tal texto havia sido escrito (meados da década de 90), os 15 anos anteriores, especialmente na Inglaterra (país do autor), haviam presenciado uma aproximação das duas perspectivas, historicamente antinômicas, com investigadores do que Curran chama de tradição marxista aproximando-se de pontos de vista da tradição liberal e vice-versa. Ao traçar este movimento, acreditamos que o texto de Curran nos permite montar com clareza um quadro relativamente completo das principais questões levantadas pelos estudos sobre a mídia e, principalmente, de como elas encontram-se subordinadas a estes dois grandes marcos interpretativos - para adotar a terminologia empregada por Curran, as tradições “pluralista” (liberal) e “radical” (marxista). Veja-se neste sentido como o autor apresenta as

definições que estas tradições postulam sobre o significado da presença da mídia nas sociedades modernas.

Los pluralistas ven la sociedad como un complejo de grupos e intereses en competencia, con uno de ellos predominante todo el tiempo. Las empresas de comunicación son percibidas como sistemas organizativos delimitados, que disfrutan de un importante nivel de autonomía respecto al Estado, los partidos políticos y los grupos de presión institucionalizados. Se afirma que el control de los medios de comunicación está en manos de una élite que los gestiona autónomamente y que permite un considerable grado de flexibilidad a los profesionales de los medios. Se considera que existe una simetría básica entre las instituciones de comunicación y sus audiencias, ya que, en palabras de McQuail, “em general, la relación se acepta de modo voluntario y aparentemente em términos de igualdad” (McQuail, 1977). Asimismo, se cree que las audiencias son capaces de manipular a los medios de comunicación en una variedad infinita de formas según sus disposiciones y necesidades previas y teniendo acceso a lo que Halloran (1977) denomina “los valores plurales de la sociedad”, que les permiten optar por “la conformidad, el acomodo o el rechazo”.

Los marxistas perciben la sociedad capitalista como sujeta a la dominación de clase; los medios de comunicación se considera que forman parte de una arena ideológica em la que compiten distintas perspectivas de clase, aunque dentro del contexto del dominio de ciertas clases; el control último está cada vez más concentrado en el capital monopolista; los profesionales de los medios, aunque disfrutan de la ilusión de autonomía, han sido socializados e (y han interiorizado) las normas de la cultura dominante. Los medios de comunicación, considerados en su conjunto, transmiten marcos interpretativos que están en consonancia con los intereses de las clases dominantes, y las audiencias de dichos medios, aunque a veces negocian y refutan dichos marcos, carecen de acceso directo a sistemas de significados alternativos que les permitan rechazar las definiciones ofrecidas por los medios a favor de las definiciones oponentes (Curran e Gurevitch, 1977 *apud* Curran, 1996, p. 385)

A narrativa que Curran faz é sobre a existência do que ele chama de um “novo revisionismo”, dentro da tradição radical, que passa a colocar em causa algumas das principais afirmações deste paradigma, de modo a que afirmações provenientes de investigadores radicais se aproximem de postulados pluralistas. Curran diz que estas revisões não representam a criação de idéias novas, mas antes um retorno a clássicas idéias pluralistas, sendo antes, portanto, uma espécie de reinvenção da roda. Independentemente desta posição explicitada pelo autor, consideramos sua narrativa esclarecedora pelo fato de mostrar as tensões e aproximações entre os dois paradigmas, onde

Una perspectiva intermedia situada entre ambos extremos se ha ido consolidando como dominante, con cambios recíprocos por parte de los investigadores tanto del campo pluralista como del radical. Una vez dicho esto, siguen existiendo diferencias en el modo de conceptualizar el poder político y económico por parte de los distintos investigadores, lo que impedirá que tenga lugar una plena convergencia. (Curran, 1996, p. 394)

Dentro desse “revisonismo” da tradição radical mencionado por Curran, um ponto relevante refere-se a uma mudança de perspectiva com relação ao poder e sua localização na sociedade, tendo sido muito influente em tal mudança a obra de Michel Foucault. A perspectiva radical clássica estabelece o princípio da luta de classes, de um poder exercido de cima para baixo, a partir de uma classe dirigente, onde a mídia possuiria o papel de difundir sua ideologia. A perspectiva foucaultiana, conforme Curran, coloca em cheque esta que seria uma simples “oposição binária” de “interesses de classes” (1996, p. 388). No lugar disso, Foucault, no dizer de Curran, propõe a visão de uma “complexa e multifacetada” sociedade onde “múltiplas relações de poder” encontram-se em jogo em “múltiplas relações”. Conforme o autor, a influência foucaultiana de poder acaba sendo dúbia, ao gerar “estudos interessantes”, mas também pesquisas que acabam assemelhando-se – o que é considerado negativo – à tradição liberal norte-americana em determinados traços, pelos quais a mídia é analisada isoladamente em relação à sociedade, ou onde se considera que o poder encontra-se amplamente difundido, o que viria a resultar na visão da existência de uma “democracia semiótica”, de sujeitos culturais plenamente autônomos.

É nesse ponto, e em outros mais adiante, que Curran executa algo que pode ser considerado um dos movimentos mais interessantes da sua argumentação. Ele irá dizer que teve lugar uma “viragem” na tradição pluralista, que fez aparecer estudos com enfoque diferente daquele que lhe é típico e que resultava em investigações sobre a influência da mídia sobre aspectos isolados da realidade social (como violência e comportamento eleitoral). No lugar disso, entra a preocupação com papéis mais amplos desempenhados pela comunicação social, como seu impacto nas estruturas e funcionamento do sistema político, sua influência na integração sócio-cultural, na formação da identidade social e na mudança social. Aqui, portanto, Curran vê o caminho de uma integração entre uma perspectiva que enfatizava a totalidade e outra que preferia as partes. Ele completa:

La separación entre investigación teorizada e investigación relativamente no teorizada, entre um enfoque holístico y otro particularizado, y entre la preocupación por los temas micro y macro que anteriormente había caracterizado a las tradiciones investigadoras liberal y radical en gran parte ha desaparecido. (Curran, 1996, p. 390)

Curran discorre sobre mais alguns pontos-chave ainda no contexto do revisionismo radical. Um deles é o afrouxamento da crença na força da determinação econômica – a idéia de que a vida política estaria subordinada aos interesses de classe. Ao mesmo tempo, perde força também a noção de ideologia dominante, que seria pertencente à classe capitalista dirigente, dos quais a mídia seria um dos meios disponíveis de difusão. O conceito é desfeito com base especialmente em noções de dissolução do poder: aqueles que dominam não são monolíticos em sua integração. A classe dirigente é conceitualizada como uma “aliança instável” e de “frequência precária”, assim como a ideologia dominante também é definida não como única, mas um conjunto de discursos que não dificilmente poderiam desagregar-se. Assim,

Apesar de que seguía considerándose que los medios estaban sesgados en favor de los intereses dominantes, se asignó implícitamente un papel más estratégico a las empresas informativas como resultado del nuevo énfasis en la fragilidad de las alianzas sociales, la inestabilidad de las formaciones ideológicas y la efervescente resistencia desde abajo. (Curran, 1996, p. 391)

A interpretação sobre o papel desempenhado pelas empresas de comunicação também é alterada. Nisso, o enfoque mais corrente e tradicional, o da economia política, foi o primeiro a ceder, diz Curran. O autor lustra que o surgimento de uma perspectiva culturalista, dentro da tradição radical, acabou fazendo com que se incorporasse às análises desta vertente dois argumentos-chave da tradição pluralista. Mais uma vez aqui, o mote é a dissolução do poder. Reconhece-se “tacitamente e “ao menos em parte” que a propriedade dos meios se vai separando “cada vez mais do controle empresarial devido à crescente dispersão da propriedade das ações”. E, no caso da interpretação sobre o papel dos profissionais da mídia, o reconhecimento é quanto à possibilidade de admitir, para estes

profissionais, a existência de uma relativa autonomia, de um considerável grau de independência em relação à direção das empresas em que atuam.

Curran cita dois autores que oferecem razões para se crer em uma relativa autonomia dos profissionais. O primeiro é Golding, um economista político, que sublinha, no desempenho dos jornalistas, a importância da gestão ideológica e de seus valores individualistas, mais do que a propriedade econômica. E Murdock, que explicou o caso de uma cobertura considerada conservadora (sobre distúrbios raciais) mais com referência à disponibilidade de fontes e discursos que os jornalistas pudessem usar do que à propriedade econômica dos veículos noticiosos.

O revisionismo radical, diz Curran, leva ao ponto de um enunciado pelo qual se diz que o modelo de sociedade dominada por uma classe dirigente é deixado por um modelo alternativo, que “pone de relieve las fisuras e tensiones existentes en el seno del bloque de poder dominante, así como el contexto más amplio de resistencia y competencia ideológica desde abajo” (1996, p. 393). Para o autor, tal afirmação estaria muito próxima das interpretações pluralistas convencionais dos meios de comunicação como foro de debate público, porém com a diferença de duas argumentações-chave. A primeira delas é a de que o acesso à possibilidade de visibilizar pontos de vista na mídia é desigual para diferentes grupos e classes. Se aqui a revisão radical mantém uma afirmação que já lhe pertencia, Curran destaca que tal afirmação quanto à desigualdade de acesso acaba ganhando a confirmação de estudos pluralistas, que neste caso mudaram de posição, abandonando antigas convicções ao se convencerem que “hábitos e valores da maioria das empresas e instituições de comunicação encontram-se influenciados pelos interesses dos poderosos”.

O segundo argumento é o de que normas e valores das empresas informativas podem ser influenciados pela propriedade capitalista, sobretudo através do controle de postos editoriais de maior responsabilidade. E que, além disso, o mercado raramente atua de modo neutro entre os diferentes interesses. E, também aqui, há uma confirmação de tais postulados vindos do campo pluralista, onde um estudo documenta como mudanças de cargos de maior responsabilidade são capazes de “afetar a forma cotidiana de apresentar a informação”.

Ou seja, o autor evidencia que assim como a tradição radical, ao revisar-se, passa a fazer sustentações que assemelham sua feição à feição da tradição pluralista, o contrário

também acontece. Desse modo, o poder para os radicais torna-se, digamos, menos poderoso. É desconcentrado, conforme sugere a tradição pluralista. E, inversamente, para a tradição pluralista, a liberdade e a autonomia já não são uma possibilidade tão absoluta: indivíduos e instituições encontram-se suscetíveis a controles externos e a sociedade, de um modo geral, a desequilíbrios de força.

Com efeito, este mesmo imbricamento de posições tem lugar naquele ponto que, conforme Curran, vem sendo o mais afetado pelo revisionismo da tradição radical: o da recepção das audiências. Aí, de modo geral, conforme o autor, as revisões dão conta de conferir autonomia às audiências, tornando-as menos passivas, e, portanto, menos condizentes com a concepção radical de que a audiência, por meio da transmissão da ideologia dominante, pode ser manipulada. Exemplifica Curran :

La suposición de que las audiencias respondían según formas prescritas a significados fijos y preconstituídos – como se encuentra em ciertas formas de análisis formalistas – se vio desafiada por la noción de que el significado se construía a través de la interacción entre el texto y las posiciones discursivas y sociales de las audiencias. (Curran, 1996, p. 395)

Neste mesmo contexto, o autor assinala outra mudança: a estética política, como tema de pesquisa, dá lugar à estética popular; o objeto de investigação muda a ponto de não se perguntar mais sobre a influência mídia na luta cultural e política (se a ajudavam ou a prejudicavam), mas sim sobre o motivo da popularidade dos meios, o que levou a questões sobre a natureza do prazer sentido pelas pessoas no contato com os bens culturais produzidos pela mídia.

Esta conversão na visão da audiência, que passa da passiva para ativa, além de ser o ponto mais importante da revisão radical, tem sido, na opinião Curran, excessivamente “mitificada”. Este autor elabora uma crítica apontando uma tendência a ver as constatações sobre a não-passividade da audiência como algo novo – uma espécie de ruptura com uma visão anterior – sem considerar, contudo, que estudos já da década de 40 davam conta de classificar a audiência como ativa. Segundo Curran, esta leitura

Presenta como una innovación lo que en realidad es un proceso de redescubrimiento. Esta mitificación también tiene el efecto de oscurecer las múltiples líneas de intersección entre los estudios de comunicación del pasado, dominados por la tradición pluralista, y el nuevo revisionismo surgido de la tradición radical. (Curran, 1996, p. 396)

Curran também expressa o ponto de vista de que a visão revisionista do papel da audiência se excede em sua própria defesa ao exagerar o grau de autonomia conferido à recepção. Como contraponto, ele expõe dois argumentos que ajudariam a relativizar esta autonomia. Primeiro, o de que os símbolos denotativos dos textos da mídia atraem interpretações da audiência de acordo com o uso de “formas preferidas”, o que limita a possibilidade de diversificação das interpretações. Depois, o fato de que as audiências não teriam um repertório infinito em que basear-se para adaptar e reinterpretar o discurso da mídia, o que possuiria influência sobre a gama de discursos que podem derivar dos conteúdos midiáticos.

Curran diz que este ponto de vista coincide com uma corrente da tradição pluralista que sustenta com “cada vez maior veemência” que os media exercem uma considerável influência sobre a audiência. E, aqui, mais um vez, o autor detecta o imbricamento entre posições, onde a tradição pluralista assume pontos de vista radicais e vice-versa. Neste caso, são os pluralistas que, contrariando sua tradição, passam a ver uma audiência menos autônoma, em contraste com a tradição radical, que executa o movimento contrário, liberalizando a audiência.

De este modo, y por una curiosa ironia, los entusiastas revisionistas de la democracia semiótica se están desplazando hacia una posición que los pluralistas están abandonando. No están tan comprometidos com el revisionismo como un acto de *revival*, sino que están volviendo a las desacreditadas creencias populares del pasado (Curran, 1996, p. 404).

De certo modo, poderia-se dizer que um dos principais traços na evolução dos estudos sobre a comunicação de massas, foi, com efeito, o reconhecimento de que a recepção não é inerte – ou menos inerte do que se supunha. Como alerta Curran, pode haver uma mitificação em torno desta transição dando conta de que em um movimento primeiro

todas as análises possuíam uma feição do tipo “hipodérmica” ou seja, assumindo como pressuposto a possibilidade de uma transmissão imediata das mensagens. Se é verdade, contudo, que a oposição a este modelo é tão antiga quanto o próprio modelo, será também verdade que é inegável a evolução no sentido de um cada vez maior reconhecimento das audiências autônomas.

De modo geral, creio que se possa dizer que Curran explicita um movimento de relativização dos dois deferentes paradigmas, uma vez que ambos deixam de ser absolutos ao acolherem pontos de vista daquele que representa o seu outro antagônico. Toda a qualquer relativização oxigena o conhecimento – e acreditamos ser esse um dos principais méritos da síntese sobre a teoria da comunicação de massas que é apresentada por McQuaill. Logo acima, mostramos algo desta síntese, quando tal autor, a exemplo de Curran, divide o universo teórico que dá aporte aos estudos sobre comunicação em dois campos básicos. É o que permite um olhar de cima sobre a co-existência de ambas as perspectivas. Outro modo de organização de tal síntese, apresentado por McQuail, elaborado conforme novas variáveis - que não a oposição básica entre as matrizes liberal e marxista - permite avançar ainda mais no efeito daquele relativização que apontamos como benéfica. É o que veremos.

1.3 A subjetividade dos pontos de vista científicos

Na tentativa de listar as teorias da mídia existentes, na sua vinculação com as teorias da sociedade, McQuaill (2003) apresenta sete correntes distintas, que poderiam ser categorizadas de acordo com “duas dimensões principais de abordagem”. Uma contrastando uma visão crítica da sociedade com uma visão consensual, outra focando a diferença de ponto de vista entre “centração nos media” e “centração na sociedade”. A primeira dimensão de certo modo assemelha-se ao estabelecimento da divisão entre paradigmas, um dominante e outro alternativo. Neste caso, a abordagem crítica é a que aposta no “conflito ou luta pelo poder” entre classes, ou seja, o paradigma alternativo. Já a abordagem consensual corresponde ao paradigma dominante pluralista, que comporta “uma

visão pluralista de sociedade como governada por forças de equilíbrio e pela mão escondida do mercado e levando ao melhor que se possa esperar”.

A segunda dimensão foca a diferença de ponto de vista entre centração na mídia e centração na sociedade. A centração da teoria na mídia implica ver a tecnologia e conteúdos da comunicação social como agentes primários de mudança social. Já centração na sociedade significa ver tal força de mudança, como está óbvio, na própria sociedade.

É a mesma separação de perspectivas exposta por McQuail entre sociedade e cultura e a relação destes dois vetores com a mídia. No caso da sociedade, a instituição da comunicação de massas compreende a estrutura social, com sua infra-estrutura tecnológica fazendo parte da base econômica e de poder. É esta uma perspectiva materialista, onde a cultura é dependente da estrutura econômica e de poder da sociedade. Assume-se que quem é o “dono ou controla os media pode escolher ou determinar os limites do que fazem”. No caso da cultura, as imagens, informações e idéias disseminadas pela mídia são dela consideradas partes importantes. O que resulta disso é a perspectiva idealista, onde os conteúdos midiáticos são vistos como “causa fundamental” da mudança social, independente de quem sejam os donos da mídia e de quem os controla.

É assim que três das quatro linhas teóricas arroladas por McQuail como pertencentes ao paradigma alternativo, o que significa possuírem foco no conflito, optam pela centração na sociedade. São elas, conforme a exposição de McQuail, com base em Rosengren, as perspectivas marxista, da sociedade de massas e a economia política. Por serem centradas na sociedade, correspondem ao enfoque pelo qual o conteúdo da mídia é determinado pelo poder político e econômico. Caso típico, portanto, do paradigma alternativo, onde a mídia dissemina a ideologia que se encontra conforme aos interesses da classe dominante, tanto política como economicamente.

Outra categorização estabelecida por McQuail ajuda a lançar um olhar relativizador sobre a teoria da comunicação de massas. O autor estabelece como categoria o que chama de “principais assuntos para a teoria dos media”, sendo eles: poder e desigualdade, integração social e identidade e mudança social. Diz McQuail sobre o primeiro tema de sua lista, o do poder, que a mídia está invariavelmente relacionada de alguma forma com a estrutura prevalecente de poder político e econômico. A diferenciação que o autor apresenta na seqüência é a mesma que orienta a divisão entre os paradigmas dominante e alternativo.

McQuail arrola uma série de questões suscitadas pela temática do poder, e que recebem respostas distintas de acordo com o paradigma usado. As questões levantadas, de um modo geral, dizem respeito a poder de influência da mídia sobre a sociedade e o poder de controle sobre a própria mídia. Vejam-se algumas destas questões: 1) quem controla a mídia e no interesse de quem?; 2) qual versão do mundo (realidade social) é apresentada?; 3) quão eficazes é a mídia em atingir os objetivos escolhidos?; 4) os meios de massas promovem maior ou menor igualdade na sociedade?; como é organizado o acesso às mídias de massas?

O que se segue então é a afirmação de que a crença no paradigma crítico conduz à visão de que a mídia encontra-se subordinada a um bloco monolítico de interesses poderosos, servindo para fazer perpassar sua visão de mundo e havendo poucas possibilidades de construção de visões alternativas. Em oposição, aparece a visão pluralista, que nega a concentração do poder, considerando-o difuso na sociedade, o que colaboraria para um jogo de equilíbrio de forças. Mcquail diz que são visões opostas que, contudo, raramente encontram-se em estado puro (“é mais fácil encontrar versões misturas”) – o que, de algum modo coincide com a apresentação de Curran sobre a aproximação entre os dois paradigmas. O que mais queremos aqui sublinhar, contudo, é a relativização procedida por McQuail. Veja-se esta sua afirmação:

Em geral, o modelo de “dominância” é apresentado pelos conservadores pessimistas acerca do “crescimento das massas”, e também pelos críticos da sociedade capitalista desapontados pela falência da revolução que não acontece. É consistente com uma visão dos media como instrumento do “imperialismo cultural” ou da propaganda política. A visão pluralista é uma versão idealizada do caminho a que conduzirá o liberalismo e o mercado livre. (McQuail, 2003, p. 72)

É como se o autor de certo modo reduzisse as diferentes posições teóricas às convicções políticas e ideológicas que lhes são subjacentes. Com isso, creio que ele acaba apontando para um caráter subjetivo de ambos os paradigmas. Esta relativização fica mais evidente na explicitação que o autor faz do assunto prioritário seguinte, o da integração social e identidade. Conforme McQuail, este tema organiza-se em torno de duas perspectivas distintas que, por sua vez, pode cada uma ser valorada negativa ou

positivamente. As duas perspectivas centrais referem-se à força que a mídia teria para promover a integração ou a desintegração social.

No caso da integração, a força é centrípeta e a ela se vinculariam fenômenos como a capacidade da mídia para “unir indivíduos numa mesma audiência alargada”, o que está relacionado com a característica das audiências nas sociedades industriais, que encontram-se dispersas espacialmente, por exemplo, e que careceriam de algum vetor que lhes garantisse unidade. Dentro desta mesma força, a mídia seria ainda capaz de “integrar recém-chegados a comunidades urbanas, providenciando um conjunto comum de valores, idéias e informações, e ajudando a formar identidades” (McQuail, 2003, p. 73-74). Conforme o autor, tais fenômenos encontram-se no contexto do desenvolvimento das sociedades modernas, urbanas e industriais, onde, a contar com tal poder centrípeta, a mídia teriam o poder de servir como uma nova instituição social integradora, em substituição satisfatória de outras instituições, como a igreja ou a família. A outra perspectiva, evidentemente, confia na força desintegradora, e por isso é centrífuga. A mídia aí é relacionada ao rompimento com a tradição. Uma variedade de leituras, todas dentro da mesma perspectiva, atribuem à mídia diferentes efeitos de desintegração social.

Os media têm veiculado imagens do que é novo e está na moda em termos de bens, idéias, técnicas e valores, da cidade para o campo e do topo da pirâmide social para a base. Apresentam sistemas de valores alternativos fragilizando potencialmente os valores tradicionais. (McQuail, 2003, p. 73)

Contudo, no lugar de tratar-se de apenas duas perspectivas, elas acabam multiplicando-se e transformando-se em quatro, já que cada uma pode ser avaliada, conforme já se adiantou acima, positiva ou negativamente, de acordo com um viés pessimista ou otimista. Assim, a perspectiva de que a mídia exerce uma força centrípeta poder ser considerada boa ou ruim. Como diz McQuail, “a versão positiva do efeito centrípeta evidencia a função integradora e de coesão da sociedade” (2003, p. 74), podendo ser designada por palavras-chave como “integração” e “solidariedade”. Já a versão negativa do efeito integrador vê, pelo contrário, sobre-integração e sobre-regulação, “levando ao controle central e à conformidade”. Tal visão é pessimista porque contabiliza a

perda do valor supremo da liberdade. No caso da força centrífuga, de desintegração, “a versão positiva evidencia a liberdade, a mobilidade e a modernização”. Os termos-chave são “liberdade” e “diversidade”. Ou seja, a mídia é boa porque, ao exercer uma força dispersiva, valoriza a pluralização. Ao mesmo tempo, contudo, a mesma ação centrífuga é vista como negativa, porque a desintegração é avaliada negativamente, pois que vista como promotora do acirramento da individualidade e do isolamento do indivíduo. Em síntese, a mesma força, se desintegra ou integra, pode ser vista pra o bem e para o mal. Ou seja, ocorre aí uma ambigüidade da qual talvez seja difícil desprender-se. McQuail assim expressa esta situação:

Ambos os efeitos, integração social e dispersão, podem ser valorizados diferencialmente, dependendo da preferência e da perspectiva. O controle social desejável para uma pessoa será para outra uma limitação à liberdade: o individualismo, apreciado por uma pessoa, será para outra não conformidade ou isolamento. (McQuail, 2003, p. 74)

Como afirmamos anteriormente, gostaríamos de chamar a atenção para a ênfase procedida por McQuail tanto aqui, no tema da integração, como no anterior, do poder. Tal ênfase na interpretação quanta à variabilidade de pontos de vista parece recair sobre, entre outros pontos, a possibilidade de preferências e orientações ideológicas conduzirem a adoção de tal ou qual perspectiva. É como se o autor estivesse emitindo, com isso, um atestado sobre a impossibilidade de a ciência escapar das malhas da subjetividade. Em outra opinião por ele emitida, ainda sobre a diversidade no modo de abordar o tema da integração social, porém tendo por base os primórdios da pesquisa em comunicação, ainda na primeira metade do século XX, nos parece que este posicionamento fica ainda mais explícito. Veja-se:

O modo como a sua influência (dos media) veio a ser interpretada teve com freqüência a ver com a atitude pessoal do observador em relação à sociedade moderna e o grau de otimismo ou de pessimismo da sua visão social. (McQuail, 2003, p. 39)

1.4 Refazendo o conceito de espaço público

Chegando-se a este ponto, creio que possa ser importante ver em retrospectiva a trajetória cumprida até agora neste capítulo, de modo a que efetuemos a passagem para um novo momento. Começamos com uma distinção entre público e privado, com base em Hannah Arendt, a fim de que pudéssemos chegar à noção de espaço público trabalhada por Habermas, a partir da qual se pôde efetuar um determinado olhar sobre o significado da mídia na contemporaneidade, incluindo a mídia jornalística. Em seguida, prospectou-se de modo mais amplo o campo das teorias da comunicação de massas. Aí, o vislumbramento de dois paradigmas concorrentes ajudou a delinear melhor o conjunto das questões suscitadas pela pesquisa em comunicação. São também identificadas duas matrizes essenciais, a partir das quais se organizam diferentes discursos científicos. É aí que Habermas aparece como de vinculação facilmente identificável em relação a um dos dois paradigmas, qual seja, o que McQuail chama de “alternativo”. O movimento que queremos fazer agora é justamente o de expressar a crítica feita a Habermas e sua noção de espaço público, uma crítica não necessariamente originária do paradigma concorrente ao deste autor, mas que ao final acabará expressando aquela mudança sofrida pelo próprio paradigma radical, a partir de sua própria revisão interna, conforme demonstrou Curran. Deste modo, se estará pretendendo dar conta de uma certa evolução teórica no campo da comunicação. Começaremos com algumas críticas que são feitas em relação à visão habermasiana de espaço público.

Uma primeira crítica diz respeito à dificuldade que haveria de atuar manipulativamente em um contexto de cada vez maior ampliação do espaço público. Aqui podemos nos remeter a Curran, quando este autor nos lembra quanto ao fato de que o revisionismo radical, de modo geral, procedeu a uma dissolução da possibilidade de concentração do poder, afastando a noção de que uma elite dominante poderia, de modo integrado e sem fissuras, ter controle sobre a mídia. Veja-se, neste sentido, o que diz Cornu (1993). Tal autor lembra uma série de aspectos da mídia na contemporaneidade, que seriam de ocorrência indiscutível ao mesmo tempo em que apontariam para uma certa acumulação de efeitos que tendem para um resultado geral de homogeneização. Alguns destes aspectos: a debilitação do pluralismo, através da uniformização de linguagem; a limitação do número

das fontes de informação; o privilégio à velocidade da informação em detrimento da verdade; a função de *agenda setting*, “posta em evidência pela sociologia”, e que compreende o poder de influir na determinação dos temas que pautam a conversação social. Apesar disso tudo, e do reconhecimento da importância e realidade de todos estes aspectos, não se trata de argumentação suficiente para que se demonstre, segundo Cornu, “a existência de uma vasta manipulação, para não dizer de um vasto conluio, cujo espectro paira em tantos livros, e ao qual Habermas também não escapa” (Cornu, 1993, p. 217-218).

A argumentação sustentada por este autor é a de que Habermas acabaria subestimando a autonomia tanto do público quanto dos profissionais da mídia. No caso destes últimos, Cornu afirma que é preciso relevar o

diferencial, o intersticial: a parte de liberdade, a parte de crítica ainda ao dispor daqueles que as querem agarrar, porquanto ‘a luta continua aberta’. E sobretudo os jornalistas, aos quais ainda resta, não o esqueçamos, a liberdade de dizer não. Pelo menos nas democracias ocidentais. (Cornu, 1993, p. 218)

Cornu aqui apela para a noção de que a falta de autonomia nunca pode ser completa, seja no consumo, seja na produção, o que impediria, de saída, de concordar com a ideia de um “vasto conluio”, de um poder a que tudo e todos absorve.

Já Esteves traz dois motivos que remetem mais diretamente à ampliação do espaço público, que mencionamos anteriormente. E ampliação em dois sentidos, que junto colaboram para uma mudança importante, conforme o autor, na feição da opinião pública. O primeiro sentido diz respeito à ampliação das zonas da vida social abrangidas pelo trabalho de mediação simbólica da mídia. O segundo refere-se à ampliação do próprio público, que já não mais é aquele restritivo, e vinculado a funções políticas – “o corpo eleitoral de uma nação”, diz Esteves – mas, ainda conforme as palavras deste autor, “todos aqueles que podem compreender as mensagens difundidas no mundo” (Esteves, 1998, p. 237).

A primeira ampliação corresponde a uma “mediatização generalizada”: “nenhum acontecimento, fato ou opinião é passível de adquirir relevo público se, a par da sua existência, não for objeto de repercussão em larga escala” (Esteves, 1998, p. 236). Esteves

fala com isso em uma dissolução da dicotomia publico/privado e no surgimento de uma nova “esfera social”. Ao que corresponde uma ampliação do exercício do poder, não mais restrito à esfera governamental, mas a um poder que penetra “até os domínios mais recônditos da intimidade individual” através da atuação da mídia. Esta ampliação e alargamento do tamanho do público conduzem a uma “autonomização” do campo midiático e suas funções simbólicas, alterando a “essência da opinião pública”.

A opinião pública em sentido lato define, no presente, um imenso quadro mediático, no qual graças aos dispositivos tecnológicos e institucionais de medição simbólica entretanto desenvolvidos, os diferentes aspectos da vida social são presentes a um público ilimitado. (Esteves, 1998, p. 236)

É em um contexto assim configurado, sustenta Esteves, que se tornaria impossível cogitar a hipótese da manipulação. “Esta extraordinária exorbitação dos limites convencionais do espaço público e da opinião pública tornam, só por si, inviável qualquer estratégia de instrumentalização total” (Esteves, 1998, p. 237). Logo, não se trataria de excluir a existência de sujeitos com intenção manipulativa, mas, antes, de afastar a possibilidade de tal manipulação efetivar-se, independente da vontade de possíveis ou eventuais manipuladores. Aqui, encontramos um argumento próximo aquele mencionamos logo acima, na voz de Cornu. Mesmo a característica de uniformidade do discurso da mídia - a “acessibilidade psicológica”, cujas conseqüências de degradação do público são apontadas por Habermas – não são capazes de simplesmente sufocar e asfixiar as possibilidades de autonomia.

A par das formas espetaculares que as novas tecnologias do som e da imagem proporcionam, circulam também as formas discursivas convencionais, disponíveis em articulações racionais que podem dar lugar a processos de esclarecimento. Sob a forma do comentário, da notícia ou simplesmente do discurso (sob diferentes estilos), a comunicação ao nível da opinião pública constitui um elemento irredutível; se é ou não o elemento predominante, essa é uma questão em aberto. (Esteves, 1998, p. 237)

Não haveria, portanto, conforme a argumentação de Esteves, a possibilidade de simplesmente extirpar aquela comunicação crítica, constitutiva de um público legítimo, conforme Habermas, do espaço público, por maior que tenha sido a sua transfiguração. Indo ao fundo de seu argumento, Esteves sustenta que deve-se considerar, no limite, a persistência em qualquer forma de comunicação da “estrutura elementar do diálogo”, o que significa que

todas as tentativas de instrumentalização do campo dos media deparam inevitavelmente com barreiras intransponíveis, para além das quais é a própria natureza deste campo social, isto é, a sua função simbólica de mediação (concretizada pelas práticas comunicacionais) que é posta em causa. (Esteves, 1998, p. 238)

Tal estrutura elementar do diálogo, de acordo com a argumentação do autor, não poder ser pisada e totalmente abandonada sob o risco de romper-se o acordo entre a mídia e a sociedade - o acordo de crença da sociedade na mídia, ou seja, em uma palavra, a sua legitimidade social¹⁵. Aqui Esteves cita Hallin:

(...) os media têm de ter em conta a sua própria legitimidade (...) por mais poderosos que se tenham tornado, os media têm de manter alguma reminiscência de diálogo com o público, o que significa que, apesar de tudo, existe sempre um certo grau de abertura, uma dupla dimensão no processo de comunicação: quando surge o desafio de um público ativo aos limites do discurso político, os media não podem ignorá-lo sob pena de porem em perigo a sua própria legitimidade (Hallin, 1985, *apud* Esteves, 1998, p. 239-240)

Levantando também o argumento da expansão do espaço público, Thompson critica uma das mais importantes conclusões de Habermas, a de que a esfera pública foi esvaziada “jornalisticamente do seu teor de crítica”, e em virtude disso passou por um processo de refeudalização, onde líderes e partidos, a maneira da antiga representação pública nas

¹⁵ Como se verá, argumentaremos, levando em conta a parte empírica deste trabalho, que as iniciativas de diálogo do jornal Zero Hora com seu público, entre elas o Conselho do Leitor, é fruto desta necessidade de legitimação.

cortes, exercem apenas uma demonstração de si próprios, tendo como resultado natural não mais que o assentimento positivo em torno de sua figura. O espaço público reconfigurado, com isso, seria apenas um local de encenação. Conforme Thompson, tal idéia chocaria-se com o fato de que há um novo contexto de interação entre instituições e indivíduos, justamente gerado pela “mediação” do espaço público. Esta mediação compreende uma ampliação, antes desconhecida, do público, que se dispersa espacial e temporalmente graças ao recurso dos meios técnicos, especialmente a televisão. Tal dispersão, ao mesmo tempo em que permite exercer influência sobre um grande número de pessoas, também gera outra situação nova, envolvendo uma maior suscetibilização dos políticos e lideranças - uma maior possibilidade de correr riscos na esfera pública. Nas palavras do autor:

Esta nova situação confere ao comunicador oportunidades sem precedentes para atingir e influenciar um grande número de indivíduos. Mas deve também ser enfatizado que esta situação aumenta, enormemente, o quanto os líderes políticos estão visíveis, e limite o quanto eles podem controlar as condições de recepção de mensagens e as maneiras como essas mensagens são interpretadas pelos receptores. (Thompson, 1998, p. 150-151)

Além disso, acrescenta Thompson, as audiências às quais os políticos e instituições estão expostos possuem um também inédito nível de informação, igualmente proporcionado pela mídia, bem como um poder político (o do sufrágio universal) que embora intermitente, não deveria ser desprezado. Em complementação a este ponto, Thompson também critica o que seria em Habermas uma suposição exagerada da passividade da audiência. Diz que Habermas certamente erra ao, apenas com base nas características dos produtos dos meios de comunicação de massas, inferir qual será o resultado do seu consumo, ou seja, concluir que os membros da audiência se deixam manipular. Diz o autor:

Supõe-se, muito facilmente, que, devido ao fato de os indivíduos serem tratados como consumidores passivos de imagens e idéias, eles se *tornaram* (grifo do autor) consumidores passivos - isto é, eles transformaram-se numa massa despolitizada que é eficazmente moldada e manipulada pela mídia e outras organizações. Este pressuposto, que é claro na teoria de Habermas, é duvidoso.

Cai na falácia do internalismo; ele infere injustificadamente, baseado na produção e nas características de um produto cultura específico, que esse produto terá um determinado efeito quando for recebido por indivíduos no decurso de suas vidas cotidianas. (Thompson, 1998, p. 151-152)

A crítica de Thompson recai com ênfase sobre o aspecto político. A uma certa visão do processo político – a habermasiana –, Thompson contrapõe outra, a de que não é possível a simples manipulação de eleitores através da mídia. Com isso, Thompson acaba deixando o espaço público restrito, centrando-se basicamente em sua função política (no sentido do poder estatal). Cornu, por sua vez, traz uma crítica a Habermas cuja fundamentação é justamente alegar a insuficiência desta centração política do espaço público.

Nos referimos a esta perspectiva logo acima, com Esteves. Cornu evoca a sociologia de base sistêmica, em especial um de seus autores-expoente, Niklas Luhmann, para dizer que a complexificação da sociedade já não permite a adoção de um conceito de espaço público como o de Habermas, extraído do Século das Luzes. Afirma que o jornalismo possui, sim, uma raiz política, e que a esfera pública liberal, assim como descreveu Habermas, conformou-se em um período de “poderes fortes” e como modo de oposição a eles.

Contudo, em primeiro lugar, diz Cornu, com a evolução e complexificação da sociedade, processou-se uma mudança na “natureza do poder político”, onde “verificam-se partilhas entre poderes nacionais e regionais”, bem como a inserção dos estados modernos em conjuntos mais vastos, a escala de um continente ou planeta, que implica delegações e estruturas que contribuem para desestruturar e tornar mais complexa a noção tradicional de poder. Junto com isso, prossegue o autor, ocorre um alargamento da noção de poder. Serão os poderes político e econômico – pergunta - os únicos que carecem de legitimação? “Parece mais correto situar a atividade dos media (...) numa relação com o político que evoca o significado original de um viver-juntos, mais que numa relação exclusiva com o poder. (...) A esse viver-juntos

não pertencem unicamente todas as formas de debate político ou das relações econômicas, mas um conjunto de atividades sociais que abrangem os domínios

da cultura, da saúde, da educação, dos lazeres.... Corresponde-lhe um alargamento do campo de ação dos media modernos, formalizado a partir dos anos 50 por todas as teorias que visam definir os termos diversificados da sua missão pública. (Cornu, 1993, p. 221-222)

1.5 Mediação e centralidade da mídia

Um conceito chave desta evolução teórica que estamos tentando traçar da teoria da comunicação social é o de mediação, que vem implicando em conceitos correlatos como os de mediatização (Verón, 1997) e cultura mediática (Mata, 1997). Se mantivermos o fio da narrativa que temos empreendido até agora, se verá que a idéia de mediação compreende uma noção de ampliação do espaço público. Ou seja, as audiências são cada vez mais amplas, ao mesmo tempo em que se expandem os domínios da vida social que são alcançados pela influencia da mídia. É desse modo que o conceito de mediação quer expressar uma noção de totalidade. E é assim que podemos encontrar em autores como Rodrigues (2000) a afirmação de que a experiência mediatizou-se. A mídia, em meados do século XX, passou a constituir-se como campo social autônomo, que desempenha o papel de providenciar aos indivíduos um conjunto de conhecimentos que já não fluem diretamente das instituições para os indivíduos, porém com a cada vez mais presente mediação dos meios de comunicação. Aqui aparece a atribuição de uma função integradora: uma vez que se trata de uma sociedade secularizada, a mídia substitui o trabalho de outras instituições que providenciavam, através do aporte da tradição, a coesão social.

Enquadrando-se a uma noção de cultura mediática, Mata (1997) chama a atenção para uma centralidade mediática, o que certamente corresponde àquela noção de totalidade que mencionamos logo acima. Aí, trata-se, conforme a autora, de “repor para a cultura o estatuto de dimensão significante de todas as práticas”. Significa, portanto, irmanar-se a perspectiva antropológica que estabelece como critério primordial ver a cultura como uma totalidade que abrangerá o conjunto das práticas sociais de uma dada sociedade. É aí, na dimensão da cultura, e que corresponde a um “processo coletivo de produção de significados” que surge “um novo desenho de interações, uma nova forma de estruturação de práticas sociais, marcada pela existência dos media”, onde estes últimos não são

enfocados já como transportadores de mensagens, ou espaço de interação entre produtores e consumidores, mas como “marca, matriz, racionalidade produtora e organizadora de sentido”. Uma das afirmações fortes desta perspectiva, como dissemos acima, é a de que a experiência mediatizou-se, o que corresponde à afirmação de que a mídia passou a deter uma decisiva inscrição ontológica. Diz Mata:

Ya no se trata, como Giddens lo postularía, de la siempre mediada experiencia humana a través del lenguaje y los procesos de socialización constitutivos de la cultura en tanto somos con los otros. Se trata ahora, de una nueva circunscripción político-epistemológica, al decir de Subirats, de actuar humano, que, al mismo tiempo, revela el nuevo carácter “ontológicamente privilegiado de los medios de comunicación” como productores centrales de la realidad. Se acrecientan, de tal suerte, las zonas de la existencia de los individuos que se realizan – o prometen realizarse – a través de los medios y tecnologías que, en consecuencia, se constituyen en garantes de la posibilidad del ser y el actuar. (Mata, 1997p.85-86)

Algumas explicitações sobre o conceito de mediação são fornecidos por McQuail e se relacionam, como também afirma Thompson, à condição primordial estabelecida a partir da existência dos novos meios técnicos e, por consequência deles, à cada vez maior abstração do tempo/espaço. Assim, a idéia de mediação veicula-se à não existência de um contato direto nas relações sociais. Esse contato é, antes, mediado. McQuail diz que a mediação envolve vários processos diferentes. Primeiro, “refere-se à obtenção de informação em segunda mão (ou terceira pessoa) das versões de acontecimentos e condições que não podemos observar diretamente”. Em segundo lugar, a mediação refere-se a

esforços de outros atores e instituições da sociedade para nos contatarem para os seus próprios fins (ou para o nosso suposto bem). Isto se aplica a governantes, anunciantes, educadores, peritos e autoridades de todos os tipos. Refere-se ao modo indireto como formamos as nossas percepções de grupos e culturas a que não pertencemos. (McQuail, 2006, p. 67)

Isso não significa, diz o autor, que a mídia monopoliza “o fluxo de informação que recebemos nem intervêm em todas as nossas relações sociais alargadas, mas a sua presença

é inevitavelmente muito persuasiva”. Também ao explorar o conceito de mediação, McQuail aplica sua perspectiva relativizadora, a que os referimos logo acima. Faz isso lembrando que o conceito implica o uso de diferentes metáforas, que, na verdade, ao serem usadas, representam diferentes interpretações sobre o processo da mídia de massas. Tais leituras, conforme o autor, “podem variar em duas dimensões principais: abertura versus controle e neutralidade versus intervenção ativamente participante. Dentro disso, residem questões importantes, como saber o grau de objetividade com que a mídia oferecem visões da realidade, ou saber a qualidade da interação estabelecida, se mais ou menos dialógica, por exemplo.

Vejam as metáforas mencionadas pelo autor. Ter a mídia como *janela* significa vê-la como capaz de ser completamente neutra na demonstração que faz da realidade, sem qualquer tipo de seleção ou angulação. Já a mídia como *espelho* implica a produção de uma imagem alterada em função da natureza do instrumento mediador (que distorce e inverte a imagem) e que tem a angulação definida pelo produtor. Na metáfora do *filtro* ou *porteira*, a mídia aparece como um dispositivo que seleciona conteúdos, implicando mostrar uns e ocultar outros, deliberadamente ou não. Já quando a metáfora é o *sinal*, *guia* ou *intérprete*, há uma interpretação positiva do trabalho que a mídia desempenham da seleção de conteúdos, que corresponderia desse modo a um serviço útil de pôr ordem a uma realidade caótica. A mídia como *fórum* ou *plataforma* implica vê-los como possibilidade de apresentação de informação e idéias, incluindo a possibilidades de e emissor interagir com a audiência. Por fim, a metáfora do *interlocutor* vê a mídia como um parceiro informado na conversação que transmite dados e também responde a questões de modo quase-interativo.

Em todas estas metáforas, creio que se possa dizer que subjazem duas questões que, de certo modo, sempre estiveram presentes na trajetória do pensamento social sobre o fenômeno da comunicação social - e provavelmente sempre estarão. A primeira refere-se à isenção dos media. Sendo a mídia agente da mediação, serão isenta de interesses? Nos reencontramos aqui, portanto, com as questões a respeito de uma possível qualidade manipuladora. Em segundo lugar, e relacionada à primeira, esta a questão quanto à qualidade da interação mídia-audiência, se mais ou menos dialógica.

Se para Habermas a existência de um espaço de interação com a forma da publicidade crítica tinha por conseqüência justamente neutralizar possibilidades

manipulativas, o fim desse modo de esfera pública abriria caminho à manipulação. Contudo, o que consiste justamente em uma das principais críticas à visa habermasiana é o fato de que são novas as condições e possibilidades do espaço público, onde a comunicação face-a-face, direta, e não-mediada, já não é mais a realidade nas complexas sociedades industriais. Apesar disso, a questão do nível de dialogicidade da interação permanece, bem como a da neutralidade da mídia.

Sobre esta última, McQuail adianta uma resposta, dizendo que os meios não são completamente livres em relação à sociedade. O que há, segundo ele, é uma “diversidade de motivações subjacentes na *seleção* e no *fluxo* das imagens da realidade” (grifos do autor) (McQuail, 2003, p. 70). Tal diversidade seria composta por: motivações das instituições sociais, “que têm interesse próprio em enformar a percepção pública da realidade” e desse modo procuram exercer controles formais e informais sobre a mídia; motivações específicas dos próprios meios, que são eles próprios instituições com fins, regras e mecanismos de controle, cujos “objetivos não coincidem necessariamente com os objetivos fundamentais da sociedade, nem sequer com o objetivo de descrever alguma ‘verdade objetiva’ acerca da realidade”.

A produção jornalística representará meu próximo enfoque. Verei como o poder dos jornalistas é constituído a partir de fatores organizacionais e culturais. O sonho da autonomia jornalística formou-se no contexto que acaba de ser descrito e onde se luta por definir conceitos que expressem sua maior ou menor possibilidade. Este entendimento das práticas de produção me ajudará a entender os fundamentos de tal autonomia para, a partir disso, orientar uma grade interpretativa que me acolha no estudo do ombudsman e do Conselho do Leitor de Zero Hora.

Capítulo 2

Organização e culturas jornalísticas

2.1 A abordagem do *newsmaking*

No presente capítulo fecharei meu foco sobre o significado das práticas jornalísticas, mais especificamente no âmbito das suas práticas produtivas. Segundo uma vertente de pesquisa que se preocupa em esmiuçar o modo como operam as organizações jornalísticas, bem como as condicionantes de uma cultura profissional jornalística, detalhar uma descrição em torno destes dois fatores. É com base em tal perspectiva que tentarei compreender o funcionamento do Conselho do Leitor de Zero Hora - como um mecanismo que é incorporado no processo de produção jornalística, na expectativa de que cumpra um determinado papel, mais especificamente no que se refere à busca de uma influência maior do público sobre as práticas produtivas. Neste sentido, ao descrevermos o trabalho jornalístico e a sua cultura profissional, daremos relevo à interação entre a organização jornalística e o público e a influência desta interação sobre a produção das notícias.

No capítulo anterior procuramos demonstrar um sentido de evolução teórica no âmbito das ciências da comunicação. Esta evolução deu-se especialmente no caminho de um abandono das teorias conspirativas, que explicassem o funcionamento da mídia, em nome de uma abordagem mais complexa. Viu-se como se foi descartando a hipótese de que a mídia exercesse um amplo poder sobre a sociedade, como o de permitir a manipulação dos indivíduos pelos agentes que atuam no campo da política institucionalizada.

Tomando um autor como Wolf (2003), posso agora dizer que o avanço da *communication research* corresponde a uma superação do embate ideológico que pautava a existência dos dois paradigmas concorrentes que ao longo das últimas décadas estiveram em atuação no campo da comunicação e, de um modo geral, nas ciências sociais. Wolf, ao

falar destas duas fortes orientações, faz referência a uma pesquisa “administrativa” e outra “crítica”.

isto é, entre a pesquisa americana, por um lado, acentuadamente empírica e caracterizada por objetivos cognoscitivos inerentes ao sistema dos mass media e a pesquisa européia, por outro lado, teoricamente orientada e atenta às relações gerais existentes entre o sistema social e os meios de comunicação de massa”. (Wolf, 2003, p. 16)

Segundo Wolf, é uma confluência entre estas duas orientações, conforme também notou Curran (1996), que faz com que se chegue a um novo estágio nos estudos sobre os meios. Precisamente neste contexto é que surge a linha de estudos em que me situando com respeito à compreensão das práticas jornalísticas. Wolf refere-se a esta linha, ou abordagem, como sendo o *newsmaking* e compreendendo o estudo sobre os produtores da informação midiática. O autor igualmente fala de um avanço que, gradativamente, foi permitindo soterrar abordagens conspiratórias. Ao mesmo tempo, dá ênfase na superação do que se poderia considerar outra simplificação perpetrada pelos esforços de pesquisa situados no passado, nomeadamente pela corrente “administrativa” norte-americana, que apresentava como proposta de conceituação um modelo comunicativo “simple e linear que não tem em conta fatores resultantes da complexidade comunicativa” (Wolf, 2003, p. 252), não somente aplicado ao processo de recepção como também ao de produção. Isso acontece porque a abordagem do *newsmaking*, ao debruçar-se sobre o “modo de produzir a informação cotidiana nos mass media” evidencia uma “heterogeneidade de fatores envolvidos na ação dos media e a complexidade dos objetivos implicados nesse processo”. (Wolf, 2003, p. 252)

Com efeito, uma das afirmações basilares que resultam desta abordagem, quando se está tratando do jornalismo, é a de que a determinação das razões pelas quais as notícias são como são somente deve passar pela consideração do que não seja diferente de uma multiplicidade de fatores implicados na produção noticiosa. Desse modo, outra afirmação-chave neste contexto é a de que não se pode mais pensar em determinações diretas, cujo uso nas fases da pesquisa a serem superadas evocava, como diz Wolf, “determinismos rígidos e mecanicismos fáceis”. No lugar disso, a noção que passa a vigorar é a de “influências mediatas e indiretas”. Assim, por exemplo, não se pode simplesmente pensar

que a orientação político-partidária de um *publisher*¹⁶ reflete-se diretamente no noticiário. Se ela existe e se faz sentir, em maior ou menor grau, não o é, novamente, sem a mediação de um entramado de fatores, que, funcionando em conjunto, constituem a referida complexidade da organização mediática.

É desse modo que as teorias conspirativas, que preconizam a hipótese da manipulação, acabam por balouçar. Se uma série de qualidades, digamos, negativas, das notícias - por exemplo, caracteres como as tendências à fragmentação e à espetacularização do real - parecem evidenciar uma intencionalidade dominadora, que emanaria de uma elite poderosa, isso deve ser tido sob desconfiança. Antes, é preciso considerar aquele entramado de fatores, que permitirão dizer outra coisa. Uma dessas afirmações, fortemente evocada por Wolf, formula a hipótese de que tal face qualificada das notícias não se deve a uma intenção deliberada de algum sujeito específico, mas a um processo de “distorção involuntária” (*unwitting bias*) condicionado em grande parte por exigências de *ordem pragmática*, inerentes à cultura profissional dos jornalistas e ao funcionamento dos órgãos noticiosos.

É ainda Wolf que fornece uma espécie de roteiro para compreender este tipo de estudo. Primeiro, a indicação de que a orientação do *newsmaking* é eminentemente do tipo sociológica, tendo a partir daí emergido duas principais correntes. Uma primeira, ligada à sociologia das profissões, onde o foco recai sobre “certos fatores exteriores à organização do trabalho, que influenciam o processo produtivo dos comunicadores” (Wolf, 2003, p. 172), tais como “suas características sociológicas, culturais, os standards de carreira que seguem, os processos de socialização a que estão sujeitos”. Já a segunda corrente analisa a “*lógica dos processos* (grifo do autor) pelos quais a organização de massa é produzida e a organização do trabalho dentro do qual se efetua a construção das mensagens”.

Um ponto efetivamente de origem para esta segunda linha foram os estudos calcados na noção de *gatekeeper*, especialmente o estudo antológico de White, de 1950. O *gatekeeper* é o selecionador, aquele responsável por incluir ou excluir a informação que é oferecida ao público por um veículo noticioso. O estudo de White analisou o trabalho de um jornalista de um jornal de uma cidade de 100 mil habitantes do *midwest* norte-americano, que tinha a função de selecionar os despachos de agência a serem publicados.

¹⁶ O proprietário capitalista da empresa jornalística.

White conclui pela existência de uma forte influência subjetiva, emanando da pessoa do *gatekeeper*, sobre o trabalho de seleção. Comentando o trabalho de White, Rieffel diz:

David White apercebeu-se de que a subjetividade tinha desempenhado um papel muito importante e, por vezes, decisivo. O jornalista age em função das suas concepções pessoais acerca do que é a qualidade e o interesse de uma notícia. (Rieffel, 2004, p. 138)

Wolf logo se apressa em afirmar que o resultado do estudo de White não demora a demonstrar-se ultrapassado. A crença em uma influência individual sobre o processo de seleção das notícias - aliás, um pressuposto importante para a sustentação das teorias conspirativas - se desfaz perante a evidencia da existência de uma “rede complexa de feedback” que organiza o processo de seleção. A par disso, o mérito do uso da noção de *gatekeeper* teria sido o de individualizar “*onde*, em que ponto do aparelho a ação do filtro é exercida *explícita e institucionalmente* (grifos do autor)” (Wolf, 2003, p. 181). Ele também lembra que uma evolução posterior do conceito irá alargar a idéia de seleção simples (excluir/incluir), passando-se ao problema quanto à “maneira como é executada a filtragem, o que incluiria as decisões acerca da codificação das mensagens, da seleção, da formação da mensagem, da difusão, da programação, da exclusão de toda mensagens ou de suas componentes”. (Wolf, 2003, p. 181-182)

Ao considerar-se a “complexa rede de feedback” que constrange a atuação do indivíduo, Wolf diz que começa a ser feita a passagem, no âmbito da pesquisa, da noção de “manipulação explícita” para a de “*distorção involuntária*” (*unwitting bias*). Segundo o autor, a “deformação” de conteúdos deixa de ser imputável à violação da autonomia profissional (que poderia ter origem na ação de jornalistas ou *publishers*). No lugar disso, a responsabilidade transfere-se para o modo como está “organizada, institucionalizada e é desempenhada a profissão jornalística” (Wolf, 2003, p. 183).

A proposta desta abordagem, ainda conforme Wolf, compreende justamente desviar o foco da atenção para o interior da profissão e da organização jornalística, o que permite deixar de ver unicamente em pressões externas ao jornalismo (políticas e econômicas, por exemplo) as causas da deformação.

Segundo este ponto de vista, autonomia profissional e *distorção da informação* surgem como duas faces da mesma moeda: a perspectiva é muito mais radical do

que aquela que, remetendo toda a deficiência e manipulação da cobertura informativa *exclusivamente* (grifo do autor) para pressões e influências externas, se priva da possibilidade de captar o funcionamento da “distorção inconsciente”, ligada às práticas profissionais, às rotinas produtivas normais, aos valores partilhados e interiorizados acerca do modo de desempenhar a função de informar. (Wolf, 2003, p. 184)

E saliente-se junto com o autor: não que os constrangimentos externos deixam de ser considerados. Mas perdem o protagonismo que a eles chegou a ser imputado. Junto com isso, conforme o roteiro histórico proposto por Wolf, também ocorre a atenção aos “elementos mais especificamente comunicativos”, “intrínsecos à peculiaridade da ‘matéria-prima’ trabalhada”, e não só aos aspectos burocráticos de organização da produção” (Wolf, 2003, p. 185). É o que marca, diz o autor, a passagem do *gatekeeping* para o *newsmaking*. Wolf salienta, por fim, que a peculiaridade principal do *newsmaking* vem a ser a sua atenção aos processos produtivos considerados rotineiramente, a longo prazo, e não apenas a partir de casos excepcionais.

É dessa análise de uma certa internalidade - e também autonomia - do jornalismo que emergirá o conceito de noticiabilidade (*newsworthiness*). No dizer de diferentes autores, como Wolf e Traquina (2004), a noticiabilidade corresponde ao conjunto de atributos necessários que um acontecimento precisa ter para ser destacado da realidade e promovido à condição de um acontecimento digno de figurar no noticiário. Ela é fruto de uma conjunção entre, por um lado, a cultura profissional jornalística e, por outro, a organização do trabalho e dos processos produtivos. É precisamente a articulação entre estes dois aspectos que irá compor a abordagem do *newsmaking*.

A explicação que Wolf fornece sobre isso coloca que é impossível compreender esta lógica própria e interna do jornalismo sem levar em conta aquele que será o principal desafio do trabalho jornalístico, qual seja, o de selecionar quais acontecimentos serão transformados em notícias. Tal trabalho de seleção constitui-se particularmente em um desafio, um problema difícil de ser resolvido a partir do momento em que se trata de proceder a uma escolha frente a número infinito de acontecimentos disponíveis na realidade. Assim, a seleção procedida pelos jornalistas seria uma espécie de domesticação do real.

Ao citar Tuchman, Wolf consegue ilustrar muito bem o que o que aí transcorre. Diz Tuchman que há no real uma infinidade de acontecimentos, observáveis na vida cotidiana,

cada um deles podendo exigir para si um tratamento como fato idiossincrático, único, singular. Para o órgão de informação, contudo, limitado em seus recursos, será impossível despende tamanha energia. Tuchman faz a analogia entre órgão jornalístico e hospital. Neste último, o sujeito em atendimento deixa de ser um sujeito, indivíduo singular, e é “reduzido “a um “conjunto de sintomas e doenças”. Trata-se de um procedimento necessário - indispensável - à possibilidade de o hospital tratar os doentes, que são muitos frente a recursos limitados. Segundo Tuchman, tudo isso é o que faz como que as organizações jornalísticas trabalhem para cumprir três obrigações relacionadas entre si:

1. devem tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido (inclusive os que são excepcionais) como acontecimento notável;
2. devem elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de cada fato ocorrido a um tratamento idiossincrático;
3. devem organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planificada. Estas obrigações estão relacionadas entre si (Tuchman, 1977, *apud* Wolf, 2003).

O cumprimento destas obrigações é o que o órgão de informação consegue colocando em prática os critérios de seleção fornecidos tanto pelo profissionalismo como pelas rotinas de produção. Ao fim e ao cabo, o que aí se sucede é um confronto de tensões. Diante da absoluta imprevisibilidade do real, as organizações precisam contrapor uma correspondente força de estabilidade. Ou seja, somente com procedimentos altamente planificados é que o órgão informativo consegue dar conta de uma obrigatória produção regular de mensagens (em um contexto de limitação de recursos - tempo, espaço, dinheiro etc.).

Quer dizer, a noticiabilidade está estreitamente relacionada com os processos de rotinização e de estandardização das práticas produtivas: equivale a introduzir práticas produtivas estáveis, numa “matéria-prima” (os fatos que ocorrem no mundo) que é, por natureza, extremamente variável e impossível de prever. “Sem uma certa rotina de que podem servir-se para fazer frente aos fatos imprevisíveis, as organizações jornalísticas, como empresas racionais, falhariam. (Tuchman, 1973, 160, *apud* Wolf, 2003, p. 190)

Desse modo, são selecionados os acontecimentos que melhor se moldam a uma espécie de forma jornalística, a padrões já prontos. De modo predominante, é o real que

precisa adequar-se às formas jornalísticas em um período limitado de tempo. É daí que emerge uma dimensão altamente *pragmática* pertencente ao caráter das notícias - e que ajuda a responder a freqüente questão colocada pelos pesquisadores da área: “por que as notícias são o que são?”. A forma da notícia, os atributos da noticiabilidade encontram-se vinculados a demandas de produção.

“A notícia é produto de um processo organizado que implica uma *perspectiva prática* (grifo no original) dos acontecimentos, perspectiva essa que tem por objetivo reuni-los, fornecer avaliações, simples e diretas, acerca das suas relações, e fazê-lo de modo a entreter os espectadores” (Altheide, 1976, 112). A definição e a escolha daquilo que é noticiável - em relação àquilo que, pelo contrário, não o é - são sempre orientadas pragmaticamente, isto é, em primeiro lugar, para a “factibilidade” do produto informativo a realizar em tempos e com recursos limitados. (Wolf, 2003, p. 191)

Da noticiabilidade, Wolf chega aos *valores-notícia*. São eles critérios individuais, que compõem a noticiabilidade, e que trataremos de explicitar mais adiante. Sobre o seu funcionamento, Wolf preocupa-se em lançar algumas definições gerais. A primeira delas é a de que estes valores funcionam obrigatoriamente de maneira complementar

Na seleção dos acontecimentos a transformar em notícias, os critérios de relevância funcionam conjuntamente, “em pacotes”: são as diferentes relações e combinações que se estabelecem entre diferentes valores/notícia, que recomendam a seleção de um fato. (Wolf, 2003, p. 196)

Depois, o fato de que os valores-notícia não se encontram presentes apenas na etapa de seleção dos acontecimentos, podendo espalhar-se pelas operações posteriores, “embora com um relevo diferente”. Uma destas fases posteriores pode ser a da apresentação da notícia. Outro aspecto enumerado por Wolf é o de que os valores-notícia são parte integrante do processo de rotinização dos procedimentos produtivos. Isso implica aos valores possuírem determinadas qualidades, que Wolf descreve com base em Gars. Primeiro, a qualidade da *fácil e rápida aplicação*, o que permite evitar excessivas reflexões no momento da escolha. Tal qualidade permite logo afirmar que se trata do uso de critérios simplificadores do real - e não complexificadores, que provocariam, se assim o fossem, demandas por alargamento do tempo disponível para a execução da produção noticiosa. Outra qualidade é a da *flexibilidade*, para que os valores possam se adaptar à infinita quantidade de acontecimentos existentes. Além disso, ao serem relacionáveis e

comparáveis, permitem que uma notícia seja substituída por outra. Finalmente, os valores são *orientados para a eficiência*, “de forma a garantir o necessário reabastecimento de notícias adequadas, com o mínimo de (...) tempo e dinheiro” (Gans *apud* Wolf, 2003, p. 197).

Todas estas qualidades, conforme Wolf, realçam os fins práticos dos valores-notícia, o fato de que sua conformação corresponde à consecução de determinados objetivos. Aqui, o objetivo enfatizado por Wolf é o da velocidade, levando em conta que a escassez de tempo é um dos elementos fundamentais da produção jornalística. Os valores, dessa forma, estão em consonância com necessidades produtivas. Ao que Wolf conclui: o valores-notícia, aqueles atributos que compõem a noticiabilidade de um acontecimento, não estão colocados a serviço “de uma classificação abstrata, teoricamente coerente e organizada (Wolf, 2003, p. 197). Não é esse o seu “rigor”, “é, antes, a lógica de uma tipificação que tem por objetivo atingir fins práticos de uma forma programada e que se destina, acima de tudo, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos”.

Wolf salienta, contudo, como rapidamente se anunciou logo acima, que não se deve tomar o processo de aplicação dos valores com algo rígido, preso a parâmetros pré-fixados. Justamente qualidades como os graus de flexibilidade e comparação fazem com que sua aplicação se trate, antes, de uma operação complexa, baseada na complementaridade. Os critérios fixos existem, mas “a sua importância é sempre complementar a uma avaliação complexa que procura individualizar um ponto de equilíbrio entre múltiplos fatores” (Wolf, 2003, p. 198). É isso que dá ao processo de definição da noticiabilidade um caráter altamente negocial.

O último aspecto geral a respeito dos valores-notícia mencionado por Wolf refere-se ao fato de que os valores, a par da sua “homogeneidade no interior da cultura profissional”, não são imutáveis, eles mudam com o tempo. Um exemplo disso, conforme o autor, é a especialização temática, que provoca o surgimento de novos assuntos (o que corresponde, por exemplo, a novos critérios de seleção de acontecimentos), que são integrados à cobertura da mídia.

2.2 Especificando os valores-notícia

Passo agora à apresentação de duas relações distintas de valores-notícia elaboradas

por diferentes autores - uma de Galtung e Ruge e outra do próprio Wolf. Nossa intenção não é esgotar o tópico, até porque seu desenvolvimento não diz diretamente respeito ao nosso objeto de pesquisa. Contudo, seria impossível compreender o *newsmaking* sem ter tais valores em tela.

Antes de apresentar estas relações, no entanto, vamos primeiro à Traquina (2004), autor que se preocupa em dar saliência a um certo caráter duradouro dos valores-notícia. Se Wolf chama a atenção, entre outras coisas, para o fato de que os valores são dinâmicos, Traquina, sem negar esta afirmação, procura lembrar que certos critérios de noticiabilidade - e justamente alguns que poderiam figurar entre os critérios mais básicos - não são uma invenção do jornalismo moderno. O autor traça um paralelo entre três épocas bastante distintas para reforçar que, em todas elas, estiveram presentes valores-notícia similares.

A primeira destas épocas corresponde ao início do século XVII, quando circulavam pela Europa as chamadas “folhas volantes”, meios impressos distintos dos jornais de agora na medida em que não eram regulares e normalmente dedicavam-se a um único tema por edição. Mas semelhantes a estes na medida em que, segundo Traquina, começaram a circular para satisfazer as curiosidades das pessoas sobre os acontecimentos. Tomando por base o ano de 1616, Traquina resgata que um terço das 23 folhas que nesse período foram publicadas tinham como tema os assassinatos; outro terço, as celebridades. O autor traz ainda a informação de que os primeiros temas tratados nessas folhas foram “milagres, abominações, catástrofes, acontecimentos bizarros.”

Em seguida, Traquina desloca-se até as décadas de 30 e 40 do século XIX para lembrar que o surgimento da chamanda *penny press* (imprensa popular) conseguiu tiragens então históricas ao expandir o temário tratado pelos jornais, calcado então em assuntos econômicos e políticos. Tal extensão deu-se no sentido de, como diz Traquina, não apenas abordar estes dois assuntos de modo acessível, como também abranger “histórias de crimes, escândalos, tragédias, notícias que o homem comum achasse interessantes ou divertidas” (Traquina, 2004, p. 100).

A terceira época visitada pelo autor é a década de 70 do século XX, onde ele fará notar, com base em um estudo do sociólogo norte-americano Herbert Gans, que nas principais cadeias de televisão dos Estados Unidos, bem como as revistas de informação semanais, os valores-notícia então predominantes compreendem dar destaque às

notoriedades do mundo político, crimes, escândalos, investigações, protestos (violentos e não-violentos), desastres e fatos insólitos. É notável, portanto, as semelhanças entre os valores-notícia existentes em diferente épocas. Para Traquina, essa persistência no tempo não deve ser motivo de surpresa. Citando Stephens (p. 101), ele diz que seria difícil crer na existência de sistemas de notícias que fizessem uma inversão de valores, com o típico no lugar do desvio, ou que ignorasse os atores sociais proeminentes.

O movimento que faz Traquina, de deslocar-se ao passado para constatar semelhanças entre valores-notícia, é facilmente relacionável ao que diz o sociólogo também norte-americano Michael Schudson. Este autor dá ênfase ao que chama de ação cultural como fonte de explicação para as notícias. Conforme Schudson, as explicações que viemos acompanhando desde o início do presente capítulo pertencem a uma fonte explicativa relacionada à ação social, que enfatiza a importância das organizações como determinação principal sobre a ocorrência das notícias. Schudson não exclui essa fonte explicativa, mas não se furta de apontar-lhe o que seria uma limitação.

O ponto de vista da teoria da ação social explica porque é que existem padrões, porque é que as rotinas e os rituais sobrevivem e têm poder, mas diz muito pouco sobre a razão pela qual as rotinas e os rituais são esses e não outros. (Schudson, 1988, p. 23)

Esta indicação de origem seria um dos principais méritos da perspectiva da ação cultural, que coloca a ênfase na história e nas tradições da sociedade, onde se localizam textos, formas simbólicas, que são “padrões culturais pré-existentes para produzir sentidos”. Dentro disso, os valores-notícia contemporâneos identificados em dois momentos distintos do passado por Traquina seriam explicáveis, conforme Schudson, pela variante da crítica literária, pertencente ao campo da teoria da ação cultural. Aí, a persistência no tempo da ênfase ao insólito, bizarrices, desastres e assassinatos - algo que suscitou e ainda suscita tantas críticas - se explica devido ao fato de que se trataria de uma tradição narrativa. Veja-se o que diz Schudson a respeito:

Ao produzir programas noticiosos nos jornais e na televisão, os jornalistas contam histórias obedecendo a certas fórmulas. A escrita noticiosa é governada por padrões narrativos impostos, não por necessidade orgânica ou propósitos ideológicos, mas por tradições narrativas. Por exemplo, a ênfase dada a conflitos abertos, antagonistas identificáveis e eventos visíveis, em vez de processos

sociais subjacentes, pode ser explicada por uma perspectiva de acção social, mas uma explicação literária também funciona. E se as pessoas contam histórias de maneira semelhante não só em grandes organizações noticiosas que evitam correr riscos, mas também em conversas à mesa, cartas pessoais e contos de fadas, então a explicação literária pode ser a mais poderosa para o carácter melodramático das notícias. (Schudson, 1988, p. 25)

Passo agora às listagens de valores-notícia, fornecidas por alguns autores. Estes autores, vale dizer, elaboraram tais listagens a partir de uma perspectiva sociológica. Primeiramente, a de Galtung e Ruge, que encontramos em Traquina (2004). São, ao todo, 12 valores. Vejamos.

A *frequência* refere-se ao tempo do acontecimento. Se o seu tempo coincidir com a temporalidade do órgão informativo, maior será o seu valor-notícia. Por exemplo, um evento - como um assassinato - cujo tempo do seu desenrolar se ajusta ao tempo existente entre a publicação de duas edições seguidas de um jornal. Assim, eventos de duração mais alargada, não coincidente com a periodicidade do órgão informativo, veriam o seu valor-notícia ser reduzido. Esse valor com certeza liga-se a uma crítica que fortemente é feita em relação aos meios noticiosos, e de origem sociológica. É a mesma crítica que se mencionou logo acima, quando Schudson fala que costumam ser preteridos os processos sociais subjacentes em nome dos eventos visíveis e facilmente identificáveis. O interessante, contudo, é notar que Schudson, para a mesma tendência sobrepõe às explicações com origem na perspectiva da organização - aqui, no caso, fala-se do valor da frequência, que remete a uma demanda produtiva - uma explicação culturalista, que coloca fé na herança de uma tradição narrativa, que influenciaria o carácter melodramático das notícias.

No valor-notícia da *amplitude*, Galtung e Ruge usam a metáfora de um sinal de rádio. Quanto maior a amplitude do sinal, maior será a chance do acontecimento ser registrado. Conforme Traquina dá a entender, o valor da amplitude é complementar ao da clareza ou falta de ambigüidade. Quanto menos ambíguo for um acontecimento, mais facilmente ele será notado. Esse valor se relaciona também à crítica já tornada comum de que os jornalistas dão preferência a eventos de fácil visibilidade e interpretação como forma de reduzir os riscos de erro da cobertura (Schudson, 1988, p. 23). Além de permitirem uma aceleração do processo de trabalho, já que eliminam a necessidade de reflexões mais prolongadas, estes eventos são facilmente identificáveis. Aqui encontrar-se-ia aquilo a que Wolf refere-se como sendo uma distorção inconsciente, no caso, uma deformação da

representação do real, calcada na simplificação.

O valor-notícia da *significância* tem duas interpretações. A primeira diz respeito ao impacto que a comunicação do acontecimento acarreta sobre o público. A outra se refere à proximidade cultural. Ou seja, o acontecimento assumirá significado mais relevante na medida em que situar-se mais próximo da cultura dos destinatários.

A *consonância* refere-se a uma vinculação de um acontecimento com uma antiga narrativa, ou um antigo acontecimento. Essa narrativa que é velha serve de base de referência. Traquina, para ilustrar esse valor-notícia, dá o exemplo do caso “Irãgate”, que é construído narrativamente com base em “Watergate”. A recorrência ao sufixo *gate* serve como forma de assegurar a consonância. Aqui, o valor encontra-se associado a uma economia cognitiva dos jornalistas e do próprio público. O recurso ao velho para a construção do novo é uma forma de melhor entender, de valer-se da experiência passada para melhor interpretar a ocorrência. Logo, um acontecimento que possui uma mais fácil identificação com fatos passados tem maiores chances de ser selecionado, já que sua leitura será mais fácil.

Mas não basta a um acontecimento ser significativo culturalmente e consoante com o que se esperava. Esses são valores de fundo, que definem um “vasto conjunto de candidatos a notícia”. Dentro deste conjunto, o acontecimento que possuir o valor de ser *inesperado* terá maior chance de ser escolhido. A continuidade relaciona-se ao fato de que um acontecimento, uma vez transformado em notícia, tenderá a permanecer notícia, mesmo que tenha sua amplitude reduzida.

O valor seguinte é o da *composição*. Corresponde à necessidade que um noticiário possui de ser equilibrado, em seu conjunto. Desse modo, pode acontecer de um acontecimento ser incluído não tanto por outros atributos, mas pelo fato de que consegue compensar determinadas faltas no conjunto do noticiário (por exemplo, nas notícias do dia podem estar faltando conteúdos locais, em contraste com a presença de conteúdos não-locais).

Os valores seguintes correspondem a uma elitização do noticiário, ou seja, dá-se uma preferência acentuada pela presença tanto das pessoas como das nações de elite. Na seqüência, Galtung e Ruge definem o valor da *personalização*. Diz respeito à tendência que as notícias teriam de enquadrar os acontecimentos como resultado da ação de sujeitos,

sejam pessoas individuais ou compostas.

O último valor-notícia elencado por Galtung e Ruge é o da *negatividade*. Significa que os fatos negativos são preferidos em relação aos positivos. Traquina apresenta uma pequena lista de considerações pela qual Galtung e Ruge avaliam as razões do apreço pela negatividade. Veja-se:

(...) a) as notícias negativas satisfazem melhor o critério de frequência; b) as notícias negativas são mais facilmente consensuais e inequívocas no sentido de que haverá acordo acerca da interpretação do acontecimento como negativo; c) as notícias negativas são mais consonantes com, pelo menos, algumas pré-imagens dominantes do nosso tempo; e d) as notícias negativas são mais inesperadas do que as positivas, tanto no sentido de que os acontecimentos referidos são mais raros, como no sentido de que são menos previsíveis. (Traquina, 2004, p. 103)

Como se vê, o valor da negatividade vai ao encontro de critérios que antes já exploramos. Tanto a frequência quanto a clareza (ou falta de ambigüidade) se relacionam com uma necessidade de simplificação própria da economia cognitiva do jornalismo, por sua vez condicionada por fatores organizacionais. É interessante notar, contudo, que o critério da surpresa, ou do inesperado, nem de todo corresponde à necessidade que a mídia detém de rotinizar seu procedimentos, no sentido de facilitar a apreensão do real. Na verdade, é mais difícil apreender o real inesperado, sendo que desse modo se poderia dizer que não é por necessidades organizacionais que o jornal vai atrás dele. No âmbito da perspectiva organizacional, podemos lembrar o que diz Tuchman, citado por Alsina (1989), ao sugerir que toda pré-programação do trabalho jornalístico no contexto das rotinas de produção leva em conta os fatos inesperados. Veja-se:

Como observa Tuchman (1983, p. 226) “el procesamiento de la noticia se hace rutina de acuerdo com la manera como se piensa que se desarrollan los sucesos em las instituciones legitimadas; predecir el curso que seguirán los relatos de secuencias em instituciones legitimadas permite a los jefes de sección planificar qué reporteros quedarán disponibles, cada día, para cubrir las noticias súbitas. (Alsina, 1989, p. 125)

Ou seja, a organização busca controlar o imprevisto. Conforme Traquina, a listagem de Galtung e Ruge foi a primeira tentativa acadêmica de sistematização dos valores-notícia, ainda na década de 60. Certamente, todas estas listagens, fruto de tentativas de

sistematização, são não-uniformes - e assim como coincidem em diversos aspectos, também apresentam discrepâncias entre si. Por exemplo, ao nos debruçarmos agora sobre a listagem apresentada por Wolf, se verá como está uma listagem em relação a outra. Comece-se pelo fato de que Wolf estabelece uma categorização anterior para acomodar os valores-notícia. Assim, estes seriam derivados de “pressupostos implícitos ou de considerações relativas a

- a. às características substantivas das notícias; ao seu *conteúdo*;
- b. à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao *produto* (grifos do autor) informativo;
- c. ao público;
- d. à concorrência. (Wolf, 2003, p. 200)

Em referência aos critérios substantivos, Wolf diz que se encontram eles articulados em torno de dois fatores: importância e interesse. No caso da importância, sua determinação se daria de acordo com quatro variáveis. A primeira envolve o grau do nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento. Wolf deixa explícito que essa variável corresponde àquela dos valores de Galtung e Ruge que dizem respeito à prioridade que recebem nos noticiários os indivíduos e nações de elite. Wolf, dentro disso, especifica que a hierarquia governamental leva vantagem sobre outras hierarquias, como a econômica. Isso significa que os indivíduos que se encontram institucionalmente no âmbito da política - o exemplo maior em democracias como o Brasil é o presidente da República - levam vantagem em termos de preferência. Wolf especifica também que essa variável da importância pode ser compreendida em um sentido fixado por Golding e Elliot, que dizem ser importante aquilo que é o contrário do interessante.

Itens que possam ser aborrecidos, repetitivos, não visualizáveis, devem ser incluídos, apesar do desinteresse do público. O item refere-se a algo que o público deve conhecer. (...) A importância é, muitas vezes, aplicada a notícias políticas e estrangeiras (Golding e Elliot, 1979, *apud* Wolf, 2003, p. 201)

A segunda variável diz respeito ao “impacto sobre a nação e o interesse nacional” e se aproxima do valor da significância, de Galtung e Ruge, onde um acontecimento significativo é quando é “susceptível de ser interpretado no contexto cultural do ouvinte e do leitor” (Galtung e Ruge, 1965, *apud* Wolf, 2003, p. 202). A terceira variável é a da

quantidade de pessoas que um acontecimento envolve. Assim, quanto maior o número de pessoas, maior a importância. Wolf destaca que, no caso deste critério, existe complementaridade de valores, mais especificamente com o valor da significância (que envolve as variáveis relativas à afinidade cultural e distância). Por exemplo, um evento com muitas pessoas em um país distante pode não valer mais que outro com menos pessoas, porém de maior proximidade cultural ou geográfica. A última variável é a relevância e a significatividade quanto à evolução futura de uma situação. Ou seja, há valor em um acontecimento que se sabe que evoluirá para um estágio ainda mais importante do que aquele que se encontra transcorrendo.

Ainda no que Wolf chama de características substantivas das notícias acha-se o fator do interesse. Este fator relaciona-se à situação de que, independente da existência de acontecimentos importantes no noticiário, é preciso manter desperta a atenção do público, captando o seu interesse. Muitas vezes, o que é interessante está em contradição total com aquilo que é considerado importante. Ou seja, o que é importante pode ser aborrecido para o público. E o que se dá aí é um jogo de compensações. O interessante, mesmo quando é importante, é apresentando como forma de captar a audiência para o conjunto das notícias. Wolf cita Golding e Elliot:

Normalmente, o problema resolve-se com a cooptação de um ideal por parte do outro, no sentido em que, para se informar um público, é necessário ter atraído a sua atenção e não há muita utilidade em fazer um jornalismo aprofundado e cuidadoso, se a audiência manifesta seu aborrecimento mudando de canal. Desta forma, a capacidade de entreter situa-se numa posição elevada na lista dos valores/notícia, quer como fim em si própria, quer como instrumento para concretizar outros ideais jornalísticos. (Holding e Elliot, 1979, *apud* Wolf, 2003, p. 205)

Desse modo, esse jogo de complementação relaciona-se com o que Wolf chama de “composição equilibrada do noticiário”, ou com o valor que Galtung e Ruge nominaram como sendo o valor da composição. Wolf lembra ainda que o interesse faz parte dos critérios relativos ao público, onde entra em cena o fator das imagens que os jornalistas têm a respeito do público e que examinaremos mais cuidadosamente logo adiante. O autor cita ainda Gans para referir-se aos critérios que são considerados para avaliar um acontecimento como interessante:

a. histórias de gente comum que é encontrada em situações insólitas, ou histórias de homens públicos surpreendidos no dia-a-dia da sua vida privada; b. histórias em que se verifica uma inversão de papéis (“o homem que morde o cão”); c) histórias de interesse humano; d) histórias de feitos excepcionais e heróicos. (Gans *apud* Wolf, 2003, p. 205)

A segunda categoria elaborada por Wolf é a dos critérios relativos à disponibilidade e ao produto informativo. A disponibilidade envolve saber o quão acessível é um acontecimento para os jornalistas: como diz Wolf, se o acontecimento já se encontra estruturado para ser facilmente coberto, se sua cobertura será mais ou menos dispendiosa. Os critérios relativos ao produto em algo se assemelham a este último, na medida em que dizem respeito às possibilidades e limites técnico-organizativos de cada meio de comunicação. Citando Golding e Elliot, Wolf (2003, p. 206) diz que esses critérios se explicam em termos de “consortância com os procedimentos produtivos, de congruência com as possibilidades técnicas e organizativas, com as restrições de realização e com os limites próprios de cada meio de comunicação”. Conforme Wolf, são critérios usados para todas as notícias, sendo porém mais usados na medida em que as notícias são menos importantes. Ou seja, na medida em que um acontecimento não se impõe totalmente por força de suas qualidades substantivas, os critérios relativos ao produto são chamados para definirem a decisão a ser tomada em termos de seleção dos acontecimentos. Ou seja, nessa categoria, os valores dizem respeito ao sujeito da cobertura, e menos ao objeto.

O primeiro valor citado por Wolf nesta categoria é o da brevidade. Exige que as notícias possuam uma duração relativamente curta, face à necessidade de compor o noticiário a partir de um leque de acontecimentos. A brevidade de uma notícia permite que um maior número de notícias seja incluído. O próximo critério aproxima-se daquele que Galtung e Ruge definem como sendo o valor-notícia da negatividade, aquele que prevê que os acontecimentos do tipo desvio receberão prioridade. Aqui, uma pergunta talvez óbvia de se fazer seria: não é a negatividade um critério substantivo da notícia, em vez de relativo ao produto? Wolf não coloca essa questão. De partida define que a negatividade é um elemento da ideologia da informação e que esta, por sua vez, baseia-se na “história do sistemas informativos e do jornalismo”, onde

diversos elementos, complementares entre si, enraízam a ideologia da notícia: a origem e o tipo de evolução que as empresas jornalísticas tiveram, na sociedade

ocidental (...), o gênero de opiniões relativas ao público partilhadas pelos jornalistas - “naturalmente, um dos princípios fundamentais do jornalismo é que, quanto maior, mais insólito ou mais sangrento é o espetáculo, maior é o valor/notícia. E isto, não porque os jornalistas sejam mais macabros ou menos sensíveis às coisas belas da vida do que as outras pessoas. Isso reflecte apenas o facto inevitável de que os leitores se interessarão por uma história que os impressione, e pelo contrário, ignorarão uma notícia de rotina. (Brucker, 1973, citado por Golding - Elliot, 1979, *apud* Wolf, 2003, p. 207)

A pergunta que fazemos é, se, a basear-se nesta argumentação, critérios que Wolf dá como substantivos, como a prioridade a pessoas importantes, não fariam também parte da ideologia da notícia, sendo também, desta forma, critérios relativos ao produto.

O critério seguinte, dentro da organização de Wolf, é o da atualidade. Significa que o valor do acontecimento é constrangido pela periodicidade da publicação do noticiário. Wolf esclarece que é nítida a associação entre esse valor (que ele retira dos autores como Gans e Golding e Elliot) e o da frequência (que citamos anteriormente, a partir de Galtung e Ruge).

A periodicidade da produção informativa constitui, por si própria, o quadro de referência em que os acontecimentos do mundo são captados. Assim, a produção quotidiana estabelece um quadro diário e os factos noticiáveis devem ter acontecido durante as 24 horas que medeiam entre um noticiário e outro, para serem incluídos (Golding e Elliot, 1979, p. 121, *apud* Wolf, 2003, p. 208)

O próximo valor é o da qualidade. Esta qualidade refere-se a atributos que a notícia enquanto narrativa deve possuir. Tais atributos são exigências técnicas que se fazem ao produto final, ou seja, à notícia já elaborada. Com base em Gans, Wolf cita cinco atributos: 1) a notícia será melhor se ilustrar uma ação; 2) não havendo ação no acontecimento, artifícios de apresentação podem se encarregar de dar ritmo à notícia; 3) o carácter exaustivo (por exemplo, fornecer o máximo de pontos de vista para temas controversos; 4) a clareza de linguagem; 5) os standards técnicos mínimos. O último valor-notícia relativo ao produto noemeado por Wolf é o do equilíbrio, correspondendo exatamente àquele da composição, que antes citamos com Galtung e Ruge.

Nos critérios relativos ao meio de comunicação, o primeiro item diz respeito à disponibilidade de imagens (vídeo ou fotografia). A existência destas imagens dentro de determinados parâmetros de qualidade interfere sobre as decisões em torno da seleção. O valor seguinte é o da frequência, que também já citamos com Galtung e Ruge. O último

critério relativo ao meio de comunicação diz respeito ao formato. Conforme Wolf, relaciona-se aos limites espaço-temporais “que caracterizam o produto informativo”. Normalmente, diz Wolf, este critério diz respeito à quantidade de imagens disponíveis e à duração do noticiário. O parâmetro fundamental a ser seguido para que se cumpra o critério do formato é que “as notícias só se tornam idôneas quando estruturadas narrativamente. (...) Cada notícia deve ter uma introdução, uma parte central, de desenvolvimento, e uma conclusão (Epstein *apud* Wolf, 2003, p. 212).

A lista seguinte de critérios relatada por Wolf é aquela de itens referentes ao público. Enunciaremos os itens arrolados por Wolf não esquecendo que voltaremos à questão do público mais adiante, com maior detalhe, devido à sua importância para nosso objeto de estudo. Depois de ponderar que os critérios relativos ao público são dos menos estudados no *newsmaking*, Wolf apresenta brevemente alguns itens com base em outros autores. O primeiro é o da clareza, já mencionado antes como item integrante da “qualidade”. Trata-se de uma clareza de linguagem, levando em conta a capacidade de compreensão dos destinatários.

Em seguida, Wolf lista brevemente os critérios fornecidos por Golding e Eliot (p. 214): “critérios da estrutura narrativa, da capacidade de atracção do material filmado que acompanha a notícia, do entretenimento e da importância da notícia”; e também os critérios por Gans (p. 214): “a) as notícias que permitem uma identificação por parte do espectador; b) as notícias-de-serviço; c) as chamadas *non-burdening stories*, isto é, notícias ligeiras, que não oprimam o espectador, nem com demasiados pormenores, nem com histórias deprimentes ou sem interesse”. Por último, Wolf menciona o aspecto da “proteção”, referindo a “não-noticiabilidade de factos ou pormenores de acontecimentos cuja cobertura informativa (se presume) que provocaria traumas ou ansiedade no público ou feriria a sua sensibilidade ou os seus gostos” (Wolf, 2003, p. 214).

O último bloco de critérios na sistematização proposta por Wolf refere-se à concorrência. Ancorando-se em Gans, ele diz que a situação de concorrência entre órgãos informativos dá origem não a critérios específicos, individualizados, mas a tendências “que se refletem sobre alguns dos valores-notícia, reforçando-os. Na primeira tendência está a tentativa dos órgãos informativos de publicar “furos” sobre os concorrentes. Porém, como a chance de “furos” significativos tornou-se reduzida (porque os meios noticiosos tem

correspondentes nos mesmos locais), a competição recai sobre “a obtenção de exclusivos”, a “invenção de novas rubricas” e a feitura de pequenos furos acerca dos pormenores dos acontecimentos. Isso tem por consequência, diz Wolf, a acentuação do impulso para “todos os fatores” que tornam a cobertura fragmentada e longe de uma visão articulada da realidade social, como a centração em figuras de elite.

A segunda tendência refere-se à geração de expectativas recíprocas entre os meios concorrentes, fazendo com que uma notícia seja selecionada, ou não, com base na expectativa de que o órgão concorrente irá fazer o mesmo. Como terceira tendência Wolf anota que tais expectativas recíprocas acabam por desencorajar inovações, tornando a cobertura da mídia em seu conjunto homogênea.

Wolf ou Galtung e Ruge? Não será o caso de escolher entre uma e outra listagem. Cada uma guarda o seu significado na tentativa de construção de uma teoria da notícia. A de Galtung e Ruge é inaugural, mas ainda usada como referência. Já Wolf empreende um esforço teórico explicitamente sobre teorizações já construídas, incluindo Galtung e Ruge. Fica evidente, talvez, até por causa dessa vantagem histórica, que Wolf apresenta um sistema de valores mais elaborado, nomeadamente através da sua proposta de subdivisão dos valores em categorias. Pode-se notar, inclusive, que, com exceção de dois valores (consonância e personalização), todos os demais valores sistematizados por Galtung e Ruge encontram-se contidos no esquema elaborado por Wolf, o que demonstra um esforço de complexificação na tentativa de compreender os valores-notícia.

Com efeito, talvez a afirmação mais contundente de Wolf a respeito deste item - ou pelo menos aquela na qual ele mais insiste - diz respeito a um caráter negociado que haveria na aplicação dos valores-notícia. Assim, eles não podem ser tomados como uma hierarquia rígida de valores. Cada valor individualizado tem seu peso relativizado, diante condições específicas de produção. A complexidade adviria precisamente daí, da impossibilidade da aplicação de uma lista rígida e pré-fixada de valores. Cada situação produtiva, assim, remete à busca de um ponto de equilíbrio, que pretende fazer a avaliação mais justa, levando em cota uma série de fatores envolvidos em cada decisão editorial. Chega Wolf aí a um ponto que nos parece ser importante destacar. O de que, nesta complexidade de fatores, encontra-se expressa uma diversidade de interesses, correspondentes às *diferentes partes envolvidas* no processo de produção da notícia, quais

sejam, fontes, público, jornalistas e organização jornalística. E, mais do que isso, o relevo que se dá a um critério ocorre em função do fato de que representa simultaneamente “muitas das partes em causa”. Diz ele, citando Gans:

Assim, as avaliações sobre a importância representam igualmente as instituições públicas cujas actividades são normalmente importantes. As considerações acerca do público, que têm por finalidade atrair audiência, são também adequadas à propriedade da empresa; os critérios de exclusão são úteis quer para um público com valores diferentes, quer para proteger os jornalistas das pressões.

Na realidade, é difícil encontrar critérios que representem uma única parte (Gans, 1979, 280-281, apud Wolf, 2003, p. 217)

2.3 As rotinas produtivas

Como já afirmamos anteriormente, os valores-notícia são componentes da noticiabilidade que, por sua vez, é resultado do encontro entre cultura profissional e organização do trabalho jornalístico. Analisaremos com detalhe estes dois fatores. Neste tópico, nos deteremos sobre as rotinas produtivas, parte fundamental da organização do trabalho jornalístico. Frequentemente um termo é relacionado ao outro. Estudar as rotinas compreende ter em conta os diferentes procedimentos produtivos que são aplicados no processo de elaboração dos conteúdos jornalísticos. Sousa (2002) salienta que a adoção de tais procedimentos encontra-se estreitamente vinculada a um processo de manutenção do fluxo da produtividade noticiosa, considerando-se fatores inerentes a esta produção, como a pressão do tempo e a necessidade de reduzir a complexidade do real.

As rotinas, enquanto padrões comportamentais estabelecidos, são, entre os processos de fabrico da informação jornalística, os procedimentos que, sem grandes sobressaltos ou complicações, asseguram ao jornalista, sob a pressão do tempo, um fluxo constante e seguro de notícias e uma rápida transformação do acontecimento em notícia, isto é, permitem ao jornalista que “controle” o seu trabalho. (Sousa, 2002, p. 49)

A citação de Sousa nos remete diretamente ao que citamos de Tuchman (*apud* Wolf): diante da realidade de fenômenos imprevisíveis e carentes de interpretação, e diante ainda da necessidade de manter uma produção regular de notícias, os meios informativos só podem agir de uma única forma, que é estabelecendo uma alta planificação das suas

atividades produtivas. Tal planificação tem como resultado as rotinas. Com efeito, a redução da complexidade procedida pela mídia noticiosa seria um dos efeitos - Wolf diria “deformação” - decorrentes da rotinização do trabalho jornalístico.

Sousa e Traquina, nos capítulos que reservam às rotinas, colocam também acento sobre os efeitos negativos que adviriam da rotinização. De um modo geral, pode-se dizer que fica estabelecido nessa discussão um confronto entre forças opostas. De um lado, a força estabilizadora das rotinas. De outro, encontra-se - ou melhor, reivindica-se que esteja - a força da liberdade e da criação, que permitiriam a atuação de um jornalismo menos burocratizado. Pretendemos retornar a este ponto no final do tópico, depois de melhor desenvolvida a questão das rotinas.

Passemos, portanto, a uma descrição daquelas que seriam algumas das principais rotinas produtivas, apoiando-se em Wolf (2003). Este autor define que o “processo informativo” é compreendido por estas diferentes fases, e que cada uma delas “dá lugar a *routines* e processos de trabalho” (p. 218). Seriam três as fases do trabalho jornalístico: recolha, seleção e apresentação, que se pode dizer que são comuns a todos os órgãos de informação, considerando que as rotinas variam de órgão para órgão. De acordo com Wolf, o processo produtivo, constituído pelas rotinas, é o lugar em que os valores-notícia se encontram profundamente enraizados. Conforme falou-se anteriormente, com este autor, os valores-notícia se relacionam à rotinização do trabalho.

(...) os valores/notícia funcionam, concretamente, para tornarem possível a rotinização do trabalho jornalístico. Isto é, são contextualizados nos procedimentos produtivo, porque é aí que adquirem o seu significado, desempenham a sua função e se revestem daquela aparência de “bom senso” que os torna, aparentemente, elementos dados como certos. (Wolf, 2003, p. 218)

A descrição que Wolf fornece de cada fase do processo informativo permite compreender melhor esta sua afirmação. A primeira fase é a de recolha das informações. Wolf acentua que esta fase é grandemente marcada pela relação que os órgãos informativos estabelecem com suas redes de fontes. Na narrativa que Wolf faz desta etapa, destaca-se uma qualidade negativa, a de que o trabalho de produção da informação acaba tendo que submeter-se a parâmetros de produtividade e eficiência, com prejuízos à qualidade da informação. Dois aspectos desta qualidade reduzida seriam a fragmentação do noticiário e a

“super-apresentação da área político institucional”, tendo em vista que a exigência de produtividade torna os meios informativos altamente dependentes do fornecimento de notícias pelas fontes institucionais e as agências noticiosas. Conforme Wolf, as informações daí procedentes muitas vezes chegam ao órgão informativo já semi-elaboradas, ou, nas palavras do próprio autor, já facilmente inseríveis “nos procedimentos produtivos normais da redação”. De acordo com o autor, esta é uma indicação de que as distintas fases de recolha e de estruturação do material são interdependentes, haja visto que a recolha já é feita levando em conta as necessidades da estruturação.

A fase da recolha, diz ainda Wolf, é também marcada por um alto teor de planificação, nomeadamente através do recurso ao mecanismo da pauta - um agendamento prévio dos acontecimentos que devem ser noticiados -, largamente utilizado nas redações. São tais características da fase de recolha, diz Wolf, que ajudam a fazer com que se constitua uma forte contradição entre as práticas de rotina e a ideologia profissional. Enquanto esta prega, em sua essência, diz Wolf, que o jornalista coloca-se “à caça de notícias, orientado para o exterior enquanto ativo recolhedor de informações, independente das fontes”, o que ocorreria, pelo contrário, seria uma postura passiva, de dependência de informações, que chegam semi-prontas às redações.

Especificaremos, junto com Wolf, estes dois aspectos da fase de recolha das informações. Primeiramente, as fontes. Com base em Gans, Wolf as define as fontes como todas “as pessoas que o jornalista observa ou entrevista (...) e as que fornecem apenas informações enquanto membros ou representantes de grupos (organizados ou não) de utilidade pública ou de outros setores da sociedade” (Gans, 1979, *apud* Wolf, 2003, p. 223). Wolf preocupa-se em definir que não há linearidade na relação entre jornalistas e fontes, conforme sugere a idéia de que os jornalistas transmitiriam diretamente, sem mediações, as informações que coletam das fontes para o público. No lugar disso, o processo é circular e redundante em um jogo de forças onde se desenvolve o exercício de poder sobre a interpretação da realidade (Schlesinger *apud* Wolf, 2003). A consequência disso é que as fontes possuem relevâncias diferentes e o acesso a elas, bem como o acesso delas aos jornalistas, não é uniforme. Com efeito, assim como é uma questão capital perguntar porque os meios selecionam um acontecimento em detrimento de outro, o mesmo acontece em relação às fontes, onde a questão que se formula é: porque umas fontes são preferidas e

não outras? Segundo Wolf, a pesquisa do *newsmaking* teria reunido provas suficientes para demonstrar que as redes de fontes que os veículos noticiosos articulam para si são constituídas em função das estruturas de poder da sociedade e das “exigências dos procedimentos produtivos” dos próprios meios. “As fontes que se situam à margem destas duas determinações, muito dificilmente podem influir, de forma eficaz, na cobertura informativa.” (Wolf, 2003, p. 224)

Desse modo, aqueles que não detêm poder somente são procurados por jornalistas nos casos em que protagonizem acontecimentos do tipo desvio, como anotou Traquina, em um texto que mencionamos acima: o valor-notícia referente às pessoas de elite pode ser tido como uma constante histórica. Citando uma pesquisa de Gans, Traquina ilustra que, considerando a atuação dos media norte-americanos da década de 70 do século XX, pessoas não pertencentes à elite apenas apareciam no noticiário nas seguintes situações:

a) são manifestantes, grevistas ou amotinados - indivíduos que fazem barulho ou provocam tumultos; b) são vítimas de desastres, naturais ou sociais; em particular na televisão, quando há imagens fortes; c) são transgressores das leis e da moral; e d) são praticantes de actividades invulgares. (Traquina, 2004, p. 100)

Tal estruturação das fontes, diz Wolf, “contribui para reforçar a ideologia da notícia como fato excepcional, ruptura da norma, desvio” (2003, p. 224). Naquele jogo de forças que se estabelece entre a mídia e suas fontes, Wolf especifica alguns detalhes. De um lado, há que se considerar o interesse das fontes em influenciar os jornalistas. Wolf cita quatro fatores que colaborariam para isso: “a. os incentivos; b. o poder da fonte; c. a sua capacidade de fornecer informações credíveis; d. a proximidade social e geográfica em relação aos jornalistas”.

De outro lado, há o interesse dos jornalistas em ter acesso a determinadas fontes. Conforme Wolf, há uma proeminência de fatores ligados à eficiência produtiva. Enumerá-las com algum detalhe, uma a uma, acabará por ilustrar como o uso das fontes pelos jornalistas, conforme esta leitura apresentada por Wolf, encontra-se condicionada por razões pragmáticas. O primeiro fator diz respeito à credibilidade da fonte. Interessa ao meio usar uma fonte que, em outra oportunidade, já se demonstrou credível e que, em função disso, poderia vir a tornar-se uma fonte regular. O fator da produtividade diz respeito à quantidade e qualidade das informações que a fonte é capaz de fornecer, que evitaria ao

órgão informativo recorrer a um número demasiado de fontes para se “obterem os dados ou elementos necessários”. Esta capacidade, diz Wolf, costuma pertencer às fontes institucionais, o que se relacionaria às razões pelas quais este tipo de fonte torna-se proeminente no noticiário. O fator da credibilidade relaciona-se à exigência de que a informação transmitida por uma fonte seja credível a ponto de não exigir sua verificação junto a outras fontes, o que permite ao jornalista imputar a responsabilidade da informação à fonte. “Do ponto de vista dos procedimentos jornalísticos, as fontes estáveis, institucionais, acabam por assumir uma credibilidade adquirida com o tempo e também ela rotinizada.” (Wolf, 2003, p. 225)

Em seguida, ocorre ao fator de garantia. Wolf explica: se a credibilidade da história não pode ser rapidamente confirmada, o jornalista procura basear-se na credibilidade da fonte, na sua honestidade. Para isso, colabora a quantidade de tempo existente na relação. Uma fonte estável o é porque é credível e por isso torna-se freqüente no noticiário. Quando não é possível conhecer a fonte, são utilizados outros indicadores de credibilidade, como o tratamento cordial dispensado da fonte para o jornalista ou a ocupação de uma posição de autoridade.

Por último, o fator da respeitabilidade. Diz respeito a fontes oficiais ou que ocupam posições institucionais de autoridade, por presumir-se que essas fontes são mais credíveis até por representarem o ponto de vista oficial. É isso possuir um mais alto poder de persuasão. Como se vê, neste conjunto de fatores que explicariam a preferência dos jornalistas por determinadas fontes, o problema da credibilidade é uma constante. De um lado, a credibilidade das informações vincula-se ao problema da seleção de um número limitado de acontecimentos, onde é necessário reduzir-lhes a complexidade. Por exemplo, diante da pergunta que o jornalista se faz de quais são os acontecimentos mais importantes, haveria um fator de facilitação desta resposta que permite tornar mais ágil o trabalho de produção da notícia - o fato de que a própria posição de autoridade da fonte outorga importância ao acontecimento, poupando à organização jornalística o trabalho de interpretação.

Wolf diz, contudo, como já afirmamos logo acima, que não há uma linearidade na relação dos jornalistas com as fontes e que se trata de um processo sempre negociado. Neste sentido, o autor afirma que a proeminência de fontes oficiais institucionais e estáveis

pode passar por um processo de ajuste, gerando “modificações” ou “novos equilíbrios”. Ele dá o exemplo do caso dos jornalistas especializados, que desenvolvem relações específicas com suas fontes. Nelas, há uma situação de favores mútuos, onde o jornalista cai em uma “dependência mais ou menos consciente” em relação à fonte, que, devido ao contato constante, acaba por lhe representar uma fonte segura de informações, ou o que Wolf chama de “fonte produtiva”. Contudo, para o jornalista apresenta-se a desvantagem de não poder desfavorecer a fonte através de uma notícia. Ou melhor, poderá fazê-lo, mas precisando contabilizar a possibilidade de afetar a relação entre jornalista e informador.

Wolf comenta que a relação dos jornalistas não especializados com suas fontes é diferente, caracterizada justamente pela pouca frequência no contato. Aí, a consequência é outra. Como que surge uma quase obrigação de o jornalista prender-se às fontes reconhecidas, vinculadas às organizações, já que isso alimenta a segurança (credibilidade das informações que estão sendo obtidas). Precisamente isso faz com que fontes “não confirmadas” fiquem sub-representadas no noticiário. Outro ponto mencionado por Wolf e que os próprios meios e os jornalistas podem ser considerados fontes na medida em que consultam-se uns aos outros, reforçando uma tendência para a homogeneidade do noticiário. O resultado geral de todo esse processo, segundo Wolf, é uma limitação da quantidade de fontes que aparecem nos noticiários. Citando Gans, o autor diz que a pesquisa revela que

os meios como as fontes conseguem o acesso aos jornalistas, as considerações relativas às fontes e as relações entre os repórteres e as suas fontes, são elementos que se apóiam reciprocamente na *criação de um modelo cumulativo através do qual os jornalistas são, repetidamente, postos em contacto com um número limitado de fontes sempre do mesmo tipo*. (Grifo no original) (Gans, 1979, apud Wolf, 2003, p. 230)

As fontes, desse modo, diz Wolf, constituem um importante fator de distorção da realidade social apresentada pela mídia. Algo diferente, diz, do que seriam “determinações ideológicas simplistas ou manipulações conscientemente desejadas”. No lugar disso, haveria um conjunto intrincado de causas, “difícil de individualizar numa ordem de prioridades, onde as distorções relativas às fontes não funcionam separadamente, mas em conjunto com outros fatores como os ‘valores-notícia’, a aprendizagem profissional e a organização do trabalho”.

A pauta consiste em uma antecipação dos assuntos que serão cobertos no dia, ou então organizando a cobertura que está para acontecer no futuro. Wolf a apresenta como sendo mais um fator que, a semelhança do que acontece com as fontes, contribui para perturbar aquele elemento da mitologia profissional segundo o qual o jornalista assume uma postura ativa na busca da notícia. Veja-se a definição dada pelo autor, dizendo que a pauta (“agenda de serviço”, na edição portuguesa da obra de Wolf):

é constituída essencialmente pela lista diária dos acontecimentos que sobrevirão e cuja noticiabilidade é, em grande parte, dada como certa. Trata-se, obviamente, de acontecimentos previstos no tempo, fixados antecipadamente em agenda; por isso, na sua maioria, são factos que se situam na esfera político-institucional-administrativa ou judiciária, e que permitem que os órgãos de informação organizem com uma certa antecedência o próprio trabalho. (Wolf, 2003, p. 237)

Sua especificidade está, portanto, no planejamento antecipado, de modo a permitir uma organização mais eficiente da cobertura noticiosa. O uso desse instrumento, e a sua persistência, revela que os imperativos organizativos são mais fortes do que os “propósitos e as preferências dos jornalistas”, dizem Golding e Elliot, citados por Wolf (p. 238). Ou seja, o fato de a ideologia profissional alimentar-se do princípio de que o jornalista deve confrontar-se ativamente com o inesperado não é mais forte que as necessidades organizativas dos veículos de informação. Citando Schlesinger, Wolf apresenta um dado que ajudaria a demonstrar o quanto a pauta acaba moldando quase que completamente a forma final dos noticiários. Por esse dado, 70% dos itens da pauta do dia são incorporados ao noticiário do dia seguinte. No caso das pautas de longo prazo, esse índice sobe para 95%. O resultado de tudo isso, diz Wolf, é a conformação de uma tendência geral com respeito à “estabilidade da cobertura informativa”, para além de contribuir para a falta de flexibilidade dos órgãos de informação. Citando Schlesinger, acrescenta que uma das conseqüências mais relevantes dessa tendência é impedir um jornalismo “de pesquisa e investigação”. Como as pautas remetem a fontes conhecidas de todos os *mass media*, outra conseqüência mais geral, dizendo respeito ao conjunto da cobertura informativa da mídia, é uma tendência à homogeneidade.

A fase seguinte à da recolha, pelo esquema de Wolf, é a da seleção. Envolve o processo de escolha dos materiais, que chegam à redação através dos diferentes meios empregados na fase de recolha (contatos com as fontes, agências de notícias etc.). Essa

escolha implica, inevitavelmente, uma redução do material disponível, no sentido de fazê-lo caber dentro dos limites espaço-temporais do produto final. Pode ocorrer, contudo, que notícias imprevistas entrem abruptamente no noticiário, tirando o espaço de outras.

O processo de seleção das notícias pode ser comparado a um funil dentro do qual se colocam inúmeros dados de que apenas um número restrito consegue ser filtrado. Pode, porém, fazer-se a comparação com um acordeão, dado que há certas notícias que são acrescentadas, deslocadas, inseridas no último momento. “A lista inicial das notícias é longa, mas muitas das histórias propostas revelam-se depois inadequadas (...). Além disso, contém histórias que foram proteladas nos dias anteriores ou que não puderam ser completadas, por falta de tempo ou de informações suficientes. Mais ainda, a lista inclui sempre algumas ‘notícias sem data’, isto é, não ligadas a um acontecimento específico e que podem, por esse motivo, ser dadas quando se quiser”. (Gans, 1979, *apud* Wolf, 2003, p. 242)

De acordo com essa citação de Gans, Wolf aponta também o que seria uma complexidade do processo de seleção. Por tal complexidade, não se pode compreender a “seleção” como restrita a esta fase de triagem. Com isso, pode-se dizer que ela acontece durante todo o processo de produção noticiosa, sendo um procedimento inclusive adotado pelas próprias fontes. E o mesmo seria válido, segundo Wolf, para a aplicação dos valores-notícia, que se estende igualmente por todo o processo produtivo.

A fase seguinte é a da apresentação das notícias. Wolf detalha que esta fase envolve um processo de re-contextualizar os acontecimentos. Isso porque eles são retirados de seu contexto originário e re-inseridos no contexto do noticiário. A criação deste novo contexto, segundo Wolf, relaciona-se à necessidade que os meios tem de apresentar a notícia como um espelho da realidade, a fim de que o público assim a perceba. Wolf explica: todo o processo anterior, da recolha à seleção, consiste em descontextualizar o acontecimento. Explicitar tais procedimentos, diz Wolf, citando Altheide, “destruiria a convicção que o público tem de que a pretensão do órgão de informação não é criar notícias, mas relatá-las” (Altheide, 1976, *apud* Wolf, 2003, p. 244).

O novo contexto em que os acontecimentos são re-inseridos é o do formato do produto noticioso, onde a “relevância e o significado das notícias são captados e em relação ao qual são avaliados” (Wolf, 2003, p. 244). Ocorre ainda um contexto em outro sentido, onde se dará a produção de significados a partir de elementos como “a aproximação de duas notícias entre si, os critérios de calibragem do ritmo interno do noticiário, as inferências que se podem extrair da ordem em que estão dispostas as próprias notícias”

(Wolf, 2003, p. 244). Tais elementos, diz Wolf, não podem ser totalmente imputáveis ao conteúdo das notícias, mas também às “necessidades impostas pela existência de um formato rígido, ligado, por sua vez, com é evidente, à necessidade de racionalizar a produção da actividade informativa” (Wolf, 2003, p. 244).

É justamente a explicitação desses fatores que tornaria o noticiário pouco credível frente ao público como espelho do real. Dentro desse processo de descontextualização, através da apresentação das notícias, o que ocorre, conforme Wolf, são procedimentos de ênfase de determinados aspectos que dizem respeito a um mesmo acontecimento. Wolf diz que, no que respeita ao *editing*, no âmbito da televisão, tais procedimentos de ênfase chamam-se *highlighting*. Pode-se dizer também que aqui está localizada a técnica de construção narrativa do acontecimento, chamada de pirâmide invertida, onde se coloca no início do texto noticioso, no *lead*, os aspectos considerados mais importantes do acontecimento. Segundo a perspectiva apresentada por Wolf, tais procedimentos de ênfase contribuem para a tendência de a produção noticiosa preterir os aspectos processuais da realidade em benefício da ênfase aos desvios. Desse modo, a apresentação, enquanto fase, representaria o ápice de um movimento cumulativo em torno de uma distorção específica - aquela que justamente elimina a processualidade do real em benefício dos fatos desviantes. Veja-se:

Nesta distorção existe, por conseguinte, um efeito cumulativo: fases e *routines* produtivas diversas concorrem, cada qual com o seu “contributo”, para provocar e reforçar essa distorção involuntária largamente independente da consciência e das intenções do jornalista e ligadas, por sua vez, à organização das estruturas informativas e do trabalho redactorial. (Wolf, 2003, p. 246)

Wolf também acrescenta que a fase de apresentação é fortemente marcada pelas imagens que os profissionais possuem acerca do público. O que entra em cena aí, diz o autor, são pressupostos acerca das necessidades do público “vinculados à exigência de manter aberta a ligação comunicativa, isto é, representam os elementos de composição, estilísticos e formais, voltados para a necessidade de respeitar, dentro do formato, as supostas exigências do público enquanto destinatário” (Wolf, 2003, p. 248).

Como se tornou perceptível, a descrição que Wolf faz das rotinas produtivas não deixa de associá-las a um carácter negativo, nomeadamente, as distorções que provocam na imagem produzida da realidade social. Estas distorções seriam inconscientes e fruto de

fatores organizacionais, a contrastar com as hipóteses de manipulação deliberada. A linha seguida por Wolf crê tanto na influência do fator organizacional que, conforme me parece, não deixa espaço de ação para o indivíduo - o indivíduo, profissional, por exemplo, que pensa em burlar as rotinizações e levar a cabo princípios da ideologia ou da mitologia profissional, como o da caça à notícia.

Visões apresentadas por outros autores mantêm a leitura negativa quanto à existência das rotinas. Traquina fala da dependência dos jornalistas em relação aos canais de rotina, que teria entre suas conseqüências indesejadas o jornalista escrevendo para a fonte, e não para o público, depois de estabelecida com essa fonte relações de simpatia e confiança, e tendo como resultado perdas em sua autonomia (Traquina, 2001, p. 121). Sousa aborda o mesmo ponto, e faz uma lista de conseqüências geradas pela institucionalização dos canais de rotina:

1) acesso socialmente estratificado aos *news media*; 2) utilização dos *news media* para difusão de enunciados oriundos das agências de relações públicas e de assessoria de imprensa, de outras organizações ou até de determinadas pessoas; 3) utilização freqüente da informação de agência, muitas vezes em detrimento da produção própria, o que traz, por conseqüência, uma diminuição da polifonia democratizante em favor da uniformidade; e 4) impossibilidade de substituição de fontes institucionais sob pena de parar o fluxo de matéria-prima. (Sousa, 2002, p. 51)

O autor conclui que esta situação fez com que as rotinas se transformassem em um “poderoso inimigo” da abertura democrática e polifônica dos órgãos jornalísticos ao público em geral¹⁷.

2.4 A cultura profissional dos jornalistas

2.4.1 Os parâmetros do profissionalismo

¹⁷ Não haveria então somente a substituição de um ameaça opressora por outra, ou seja, a substituição da ameaça representada pelos interesses político-econômicos pela ameaça da organização e da burocracia? O que quero salientar é que parece surgir, então, um novo inimigo a ser combatido, com um deslocamento da questão. Já não se trata salvar a autonomia jornalística do perigo dos poderosos, mas sim dos perigos da rotina. Mais ao fundo, o que tendo o que quero dizer é que subjaz à percepção de ambas as ameaças um mesmo sentimento *de temor pela perda da liberdade* e da existência de um inimigo a ser combatido - combate este que não poderá se realizar sem a elaboração ou reelaboração de figuras míticas.

O próximo elemento do *newsmaking* é o da cultura profissional dos jornalistas. Esse tema não chega a ser abordado na obra de Wolf, a par da sua importância. Uma boa abordagem dele é feita por Traquina, que passaremos a expor com a ajuda de outros autores. Traquina desenvolve sua argumentação no sentido de demonstrar que os jornalistas, como membros de uma profissão, partilham uma “forma de ver” comum que influencia o modo de ser das notícias, o que os torna membros de uma “tribo interpretativa transnacional” (Traquina, 2004, p. 22). Para chegar a esta afirmação, o autor analisa o processo de constituição da profissão jornalística, orientando pela seguinte questão: “o jornalismo pode ou não ser considerado uma profissão?” Sua conclusão, com base em considerações feitas por autores que trabalham com a sociologia das profissões, é a de que a resposta a esta pergunta não pode ser fornecida, uma vez que a questão, comumente colocada por estudiosos da área, encontrar-se-ia mal formulada.

A pergunta “o jornalismo é ou não é uma profissão?” é uma pergunta mal formulada porque, como sublinham os diversos estudiosos das profissões, em vez da dicotomia é preciso pensar nas actividades de trabalho na sociedade numa linha de profissionalização. Nessa perspectiva, a pergunta que deveríamos colocar é, portanto, se o jornalismo tem estado envolvido num processo de profissionalização que visa à sua deslocação na direcção do pólo representado pelas profissões liberais, como os médicos e os advogados. (Traquina, 2004, p. 61)

Conforme o autor, a resposta é “indubitável, inquestionável e irrevogavelmente sim” - resposta que o autor formula com base em conhecimentos sobre a evolução das profissões em geral e do jornalismo em particular em países como Inglaterra, França e Estados Unidos.

Na linha contínua das profissões, o jornalismo afasta-se do pólo identificado com um simples “trabalhador por conta de outrem” e aproxima-se do pólo identificado com as chamadas profissões liberais. Quem defende o contrário mantém a cabeça enterrada na areia e ignora a corrente da História. (Traquina, 2004, p. 61)

Um dos principais autores que Traquina se baseia para montar sua argumentação é Greenwood, que fornece uma lista dos “cinco atributos necessários à constituição de uma profissão”. O primeiro atributo é a existência de uma teoria sistemática. Esta teoria compreende um “sistema de posições abstratas que descreve em termos gerais a classe de

fenômenos compreendendo o foco de interesse da profissão” (Traquina, 2004, p. 45). Via de regra, isso exige um processo de transmissão de saberes que transcorre em ambiente acadêmico. Traquina, em um pequeno resgate histórico, demonstra que o ensino de jornalismo, em países como Estados Unidos e França, tem já quase um século e meio de existência, o que contribuiu para o processo de profissionalização do ofício.

O segundo atributo de Greenwood compreende o sentimento de autoridade por parte dos “agentes especializados”. Tal sentimento abrange um monopólio de saber. Conforme Greenwood, a relação do profissional com seu cliente estabelece a ignorância deste último sobre a área de saber do profissional, caracterizando-o como leigo. Aí, o profissional é autônomo e ocupa, mais do que isso, uma posição de superioridade. “O profissional impõe o que é mau ou bom para o cliente, o cliente não tem outra escolha a não ser submeter-se ao juízo profissional” (Traquina, 2004, p. 46). Traquina anota que a autoridade do jornalista e, por conseguinte, sua pretensão de monopólio, emerge da sua especialidade: saber o que é notícia. Seria esse, portanto, o seu saber profissional, aquele que não é detido por quem se encontra do lado de fora da profissão.

O terceiro atributo é o da ratificação pela comunidade da autoridade do profissional. Isso envolve fazer com que a comunidade sancione a profissão concedendo ao grupo profissional uma série de “poderes e privilégios que, detidos monopolisticamente, servem para manter o controle sobre o exercício da profissão”. Traquina cita os seguintes poderes, estabelecidos por Greenwood: o controle sobre os centros de instrução, através de um processo de acreditação exercido “por uma das associações no interior da profissão”; o controle da admissão de novos profissionais através de um “sistema de autorização para examinar aqueles habilitados” a exercer o ofício; o controle sobre a comunicação entre profissional e cliente, permitindo a ela manter-se em sigilo. O último item citado por Traquina é o privilégio de a profissão manter-se relativamente imune em relação aos julgamentos da comunidade sobre matérias técnicas.

Os padrões de desempenho profissional atingem-se por consenso no interior da profissão e são baseados no corpo de teoria existente. A comunidade laica é considerada incapaz de compreender estes padrões e, por isso, de os usar para identificar os abusos. Concede-se em geral que o desempenho profissional só pode ser avaliado pelos seus pares (Traquina, 2004, p. 47)

Traquina diz que estes poderes e privilégios constituem monopólio a ser conquistado pelo grupo profissional. Assim, a conquista de tal monopólio é um dos “objetivos primeiros” na luta por um estatuto profissional. Nesta busca, é preciso persuadir a comunidade sobre a importância da concessão do referido monopólio. Neste sentido, é apresentada uma série de argumentos defendendo a importância da existência de um saber especializado executado por indivíduos devidamente capacitados.

Nem todos estes itens foram cumpridos a rigor na escalada da profissão jornalística. Analisando com mais detalhe a questão da admissão de membros no grupo profissional, Traquina relata que tanto na Inglaterra como na França tentativas de dar livre acesso à profissão atravessaram décadas de controvérsia. Traquina expõe que tentativas de “fechar a profissão” esbarraram em uma contradição, que ganha corpo no bojo das polêmicas suscitadas pela questão de que, sendo um dos princípios do próprio jornalismo a liberdade, não há como tolher a própria liberdade ao não se admitir que nem todos possam ocupar a posição concedida pela prática jornalística.

O quarto atributo de Greenwood refere-se à existência de códigos de ética. Greenwood faz uma divisão entre códigos formais e informais. O formal é escrito, e “talvez mais explícito, sistemático e obrigatório; possui certamente mais alusões altruístas e é mais orientado para o serviço público”. Já o informal pode surgir através do “fenômeno de consulta e interdependência entre os profissionais” (Traquina, 2004, p. 47). Com efeito, os códigos deontológicos são bastante comuns, apesar de, como diz Traquina, não possuírem força disciplinar como nos casos da medicina e advocacia. O primeiro código deontológico escrito data de 1900, na Suécia. Traquina reforça que a existência de códigos deontológicos “é reconhecida por todos os estudiosos da problemática das profissões como um atributo indispensável na definição de uma profissão liberal” (Traquina, 2004, p. 59). Mais do que isso, diz Traquina, a deontologia jornalística desempenha um papel “estruturante não só na atividade prática e diária dos jornais mas em toda a inserção dessa atividade na sociedade”.

O código deontológico não define apenas normas para os membros da comunidade mas esboça também todo um *ethos* para os membros composto por conceitos básicos como o universalismo (todos os clientes são tratados sem discriminação), o distanciamento (nenhum interesse próprio influencia as ações do jornalista), um princípio de equidistância em relação aos diversos agentes sociais (designado como imparcialidade ou objetividade do profissional) e o ideal de serviço à comunidade. (Traquina, 2004, p. 59)

O último atributo que Greenwood define é o da cultura profissional. Segundo Traquina, Greenwood estabelece que é este atributo que distingue uma profissão de outras ocupações. A cultura é composta, conforme o esquema de Greenwood, por valores, normas e símbolos. Os valores são as “crenças lógicas e fundamentais do grupo” - “as premissas inquestionáveis sobre as quais assenta a sua própria existência”, especialmente “o mérito essencial do serviço” prestado à comunidade. Já as normas são “os guias para comportamento em situações sociais”. Por fim, os símbolos incluem “insígnias, emblemas e trajes distintivos; histórias, folclore e jargão; os heróis e vilões, bem como os estereótipos do profissional, do cliente e do leigo” (Traquina, 2004, p. 48). Conforme Greenwood, a transformação de um neófito em profissional é essencialmente um processo de aculturação, onde são interiorizados precisamente todos estes elementos da cultura. Mais adiante, entraremos detalhadamente na constituição do que acabou se transformando em uma cultura jornalística e que, segundo Traquina, é uma das mais ricas em seus conteúdos (normas, valores e símbolos) se comparada com a cultura de outras profissões.

Visitando este e outros autores da sociologia das profissões, Traquina conclui, como afirmamos logo acima, que se tornaria inegável o fato de o jornalismo ter se encontrado no último século e meio num deslocamento, enquanto ocupação, que o leva a aproximar-se do estatuto das profissões liberais. Traquina chama a atenção, depois, para um último ponto referente a uma qualidade que caracteriza o estatuto de profissão dado a uma ocupação liberal. Trata-se do conceito de carreira - conceito, conforme Greenwood, central para o profissionalismo. Tal conceito compreende a noção de que o serviço prestado pela profissão à sociedade é um fim em si mesmo e não um meio para outros objetivos, nomeadamente, o objetivo da compensação financeira. “A vida do trabalho invade a vida depois do trabalho, e a demarcação nítida das horas de trabalho e as horas de lazer desaparece”, diz Traquina, que completa, citando Greenwood: “O ato de embarcar numa carreira profissional é semelhante nalguns aspectos à entrada numa ordem religiosa”. (Greenwood, 1957, *apud* Traquina, 2004, p. 48)

Encontra-se aqui o aspecto que mencionamos acima quando se falava dos códigos deontológicos. No caso do jornalismo, neles encontra-se embutido todo um *ethos* da profissão, onde se inclui o ideal de serviço à comunidade”. Ou seja, a noção de que o profissional do jornalismo serve, antes de tudo, a um bem público, que é de toda sociedade

- neste caso, a informação - de modo desinteressado. Há, com isso, um forte sentido de altruísmo na ideologia do profissionalismo.

Este processo, como ressalta Traquina, não chegou a ser perfeito, já que dentro dele “os jornalistas não foram capazes de fechar o seu ‘território’ de trabalho”, permitindo com que subsistam polêmicas com respeito ao acesso ao exercício da profissão, como mencionou-se logo acima. Em contrapartida, argumenta o autor, derrotas como esta, no caminho da profissionalização, seriam ofuscadas por “enormes vitórias”, especialmente no que diz respeito à constituição de uma identidade, ou de uma cultura profissional. Citando Ruellan, Traquina diz que esta cultura encontra-se enraizada “na concepção da sua própria função neste mundo social” (Ruellan 1997, apud Traquina, 2004, p. 61). E convencer a sociedade da importância dessa função, com a ajuda desta identidade bem constituída, teria contribuído para a elevação do estatuto social da profissão e sua conseqüente legitimação social.

Eles (os jornalistas) são obrigados a fazer partilhar a idéia da sua importância social e política. (...) Os jornalistas convenceram (a sociedade) da urgência da tomada em conta dos seus interesses, da necessidade de lhes conferir urgentemente um estatuto, um domínio parcial do seu destino e finalmente o reconhecimento de uma posição reconhecida, para não dizer privilegiada. (Ruellan, 1997, apud Traquina, 2004, p. 47)

Desse modo, e tendo em vista nosso objetivo nesse tópico (o de compreender a cultura jornalística), iremos detalhar mais adiante os elementos constituintes desta cultura. Antes, contudo, pretendemos nos deter em mais alguns pontos, que nos ajudarão a ter um quadro melhor desenhado da questão levantada por Traquina quanto à evolução do profissionalismo jornalístico, tendo em vista em importância deste quadro para a compreensão de nosso objeto empírico.

Um primeiro ponto diz respeito à busca de autonomia que os jornalistas teriam empreendido ao buscarem o estatuto de profissionais liberais. Esta liberalização da profissionalidade corresponde justamente a uma autonomia em relação à empresa industrial e comercial que o contrata. Assim, ao ter o estatuto de profissional - ao qual, como já vimos, é inerente uma pretensão altruísta - o jornalista não pode ser definido, como reafirma várias vezes Traquina na obra que estamos citando, como um simples “trabalhador para outrem”. É essa autonomia reivindicada e conquistada, por exemplo, que impediria,

em parte, um padrão informativo de imprimir preferências políticas ao noticiário, já que com isso se estaria ferindo o princípio da objetividade da informação. Traquina afirma que um indício dessa autonomia estaria no fato de um profissional, ao mudar de emprego, levar consigo a agenda com os telefones das suas fontes - já que a fonte é considerada cliente do jornalista, com a qual, inclusive, consegue manter uma comunicação sigilosa, conforme prescreve as regras do profissionalismo.

Aqui, caberia uma interrogação. Quem, afinal, seria o cliente do profissional jornalista? Será apenas a fonte? Em outro ponto do texto, numa citação que Traquina faz de Kinball, o *público* é mencionado como cliente, ao qual se deve lealdade “acima de todas as outras lealdades”, ou seja, é novamente a idéia de que o jornalista trabalha para o público. Esta definição é importante, do ponto de vista da análise de nosso objeto empírico, a partir do momento em que, também conforme os preceitos do profissionalismo, como expõe Traquina, o profissional possui autonomia técnica perante seu cliente, dizendo, como já se afirmou acima, o que é mau ou bom para ele. Neste caso, isto reforça a idéia de que o profissional baseia-se em sua autoridade e monopólio de saber para descartar opiniões do público (e também das fontes e dos *publishers*) sobre o que é ou não notícia - algo que está no centro dos conflitos que surgem no seio dos mecanismos de participação dos leitores que estamos analisando.

O segundo ponto que desejamos desenvolver é precisamente este, o da autoridade profissional do jornalista, levando em conta sua importância para nosso objeto de pesquisa. Afirmamos que a existência de um sentimento de autoridade é um dos atributos, conforme Greenwood, do profissionalismo, e que este sentimento implica necessariamente na reivindicação de um monopólio de saberes. No caso do jornalista, estes saberes envolvem precisamente definir, na realidade, o que é notícia. Traquina aprofunda este ponto explicando que foi precisamente o surgimento da técnica da pirâmide invertida que fez também surgir o saber especializado dos jornalistas, aquele que somente o agente técnico detém, em detrimento dos conhecimentos do leigo. Traquina ilustra esta passagem citando Schudson, que desenvolveu estudos sobre a evolução do formato jornalístico. O caso tomando por Schudson é o do tratamento dado pelos jornais americanos ao ritual de comunicação da mensagem do “Estado da Nação”, mensagem que é proferida anualmente pelo presidente norte-americano ao congresso. A evolução percebida pelo autor é a da

mudança no formato com os quais jornalistas reportavam este acontecimento. Passa-se de um registro estenográfico à cronologia do acontecimento, chegando-se à utilização da pirâmide invertida, a partir de 1900. É na pirâmide invertida que se abandona o relato cronológico, ou seja, um relato hierarquizado pela ordem no tempo dos elementos que constituem o acontecimento em seu conjunto. Em seu lugar, entra um modo de relato onde a hierarquização, e portanto, a atribuição de significado, é definida pelo observador - neste caso, o jornalista, que passa então a reivindicar para si a capacidade de saber julgar o que é notícia, o que, de modo resumido, se poderia definir como aquilo que é importante e interessante para o público. No caso da mensagem do Estado da Nação, diz Traquina, os jornalistas, no lugar de fazerem o relato cronológico, “tomaram como sua a prerrogativa de afirmar algo sobre o mais vasto sentido político” de tal acontecimento (o ritual de comunicação da dita mensagem).

Toma-se como certo o direito e a obrigação do jornalista de mediar e simplificar, cristalizar e identificar os elementos políticos no acontecimento noticioso. Assim, com base no exemplo norte-americano, houve a afirmação de competências e saberes específicos por parte dos membros deste grupo de pessoas que trabalhavam nos jornais. Começavam a reivindicar um monopólio de saberes, indicativo da construção de uma “profissão”. (Traquina, 2004, p. 37)

Não será difícil perceber o quanto este saber especializado encontra-se vinculado aos valores-notícia, que expusemos mais acima. A partir da reivindicação da importância desse saber especializado, a profissão estrutura-se de modo excludente e fecha-se em um círculo estrito, em um processo de diferenciação mediante a definição da própria identidade profissional. Assim, a cultura profissional jornalística e o referido sentimento de autoridade encontram-se intimamente relacionados e a constituição de uma categoria socialmente distinta de profissionais significa autonomia pelo fato de que a especialização significa autoridade. Pode-se dizer, contudo, que a natureza do saber especializado dos jornalistas dá motivos a polêmicas. A mitologia profissional estabelece tal saber como algo misterioso ou intuitivo - é o “faro” para a notícia. Além disso, foi constituída no bojo desse saber uma epistemologia jornalística igualmente fundada não em conhecimentos teóricos, mas em critérios atravessados por necessidades práticas, como se demonstrou acima através da exposição dos valores-notícia. Dentro disso, ocorre a reivindicada capacidade de organizar relatos objetivos do tipo espelho do real. Hall (1999) lembra que duvidar dessa capacidade,

afirmando que um acontecimento pode ser relatado de diferentes formas e que, portanto, o relato jornalístico é uma entre outras possíveis construções, de algum modo ataca ou mina o sentido de legitimidade profissional dos jornalistas, o que os faz resistir a idéias deste tipo.

2.4.2 O modo de ser e estar na profissão

Passaremos agora à questão da cultura jornalística, ponto-chave no texto de Traquina. Com efeito, com base em Greenwood, este autor diz ser a cultura o elemento mais importante na constituição de um ofício enquanto profissão. Do conjunto de autores que Traquina traz para a sua discussão, emergem vários termos diferentes que poderiam, cremos, ser empregados em um mesmo campo de significação, tais como cultura, identidade, ideologia e *ethos*. Veja-se. Citando Elliot, fala-se na existência de uma identidade profissional, que tenha um impacto no “pensamento e comportamento através do desenvolvimento de ideologias profissionais distintas (Elliot, 1972, *apud* Traquina, 2004, p. 17). Em seguida, Traquina apresenta uma definição para ideologia:

Por ideologia, queremos dizer a existência de “sistemas de crença” através dos quais os praticantes dão sentido à sua experiência de trabalho. Situações de trabalho são sistemas de interação; as pessoas interagem em séries de relações, que são sociais e também técnicas. Através destas interações há definições de papéis, expectativas recíprocas de desempenho de um papel, solidariedade de grupo, e o desenvolvimento e definição de grupos de referência. Como criaturas sociais, as pessoas participam em padrões de acção: falam a linguagem do seu grupo e pensam com pensa o seu grupo. Como indivíduos em grupos, desenvolvem estilos de pensamento a partir de um padrão infinito de resposta a situações comuns. (Traquina, 2004, p. 18)

Em outro momento, citando Hugues, Traquina fala na identidade relacionada aos códigos de conduta da profissão. Aí, próxima noção de conduta, mas não a ela se sobrepondo, encontra-se a de identidade, compreendendo modos de pensar e de crer. Em seguida fala Traquina: “a existência de uma identidade profissional implica, por sua vez, a definição de como ser jornalista e como estar na profissão, isto é, um *ethos* profissional”. (Traquina, 2004, p. 42). Na sequência, ainda citando Hugues, fala que a existência de um *ethos* próprio “implica uma dedicação profunda, para toda a vida”. Em outro momento, Traquina usa os quatro termos (cultura, ideologia, identidade e *ethos*) em uma mesma

seqüência de texto. Veja-se:

Apesar da sua incapacidade histórica de delimitar o seu “território” de uma forma minimamente rigorosa, poucas profissões tiveram tanto êxito com a de jornalista na elaboração de uma vasta *cultura* rica em valores, símbolos e cultos, que ganharam uma dimensão mitológica dentro e fora da “tribo” e de uma panóplia de *ideologias* justificativas em que é claramente esboçada uma *identidade profissional*, isto é, um *ethos*, uma definição da maneira como se deve ser (jornalista)/estar (no jornalismo) (grifos nossos). (Traquina, 2004, p. 64)

Usa “cultura” e “ideologia” como diferentes, o que não acontece com “identidade” e “*ethos*”. Na verdade, os conceitos se confundem e um parece estar contido no outro sem que estabeleça uma hierarquização mais rigorosa. Para os fins deste tópico, nos contentaremos em definir cultura e ideologia como sistemas mais amplos, que portam conteúdos do tipo crenças, saberes, normas e valores e dos quais derivam modos de ser (identidade/*ethos*).

Antes de descrever, contudo, tais conteúdos, pode ser interessante detectar uma característica que lhe é própria. Trata-se da capacidade que tais sistemas culturais ou ideológicos possuem de fecharem-se em si mesmos, provocando o que Traquina chama de “insularidade”. Ele alimenta esta idéia citando Bourdieu, que afirma que o jornalismo compreende um campo no interior do qual se travam disputas acirradas, em torno de diferenças, evidentemente. Antes, porém, o que se constataria seria bem mais a existência de “similaridades profundas”, mais definitivas e importantes, camufladas pelas diferenças. Ainda evocando Bourdieu, Traquina enfatiza que o sociólogo francês usa a metáfora óptica dos óculos para definir esta situação - comumente empregada para definir cultura. O jornalismo, então, é uma forma de ver.

Os jornalistas têm lentes especiais através das quais vêem certas coisas e não vêem outras, e através das quais vêem as coisas que vêem da forma especial por que as vêem. (Bourdieu, 1998, *apud* Traquina, 2004, p. 20)

Novamente, há a distinção do grupo, sua diferenciação, que se distingue por sua forma de ver; forma, em sua homogeneidade, partilhada por diferentes indivíduos. Traquina tece a argumentação, como em evidências mostradas pela pesquisa empírica, de que esta homogeneidade se reforça devido ao fato de os jornalistas tomarem-se como referência uns

dos outros no exercício do seu trabalho. E não apenas reforça-se por esta situação, mas também dá origem a ela. Porque partilhar valores-notícia, por exemplo, faz com que os jornalistas interessem-se pelos mesmos acontecimentos. Ao fazê-lo, tomam-se uns aos outros como referencia.

Mesmo quando não estão em contato direto, os jornalistas confiam fortemente no trabalho uns dos outros, como prática institucionalizada, para idéias de estórias e confirmação de seus critérios noticiosos. Breed (1980) observou que os jornalistas consomem avidamente o trabalho de outros jornalistas. (Traquina, 2004, p. 21)

Alguns autores imputam tal situação ao fato de que esta auto-referencialidade teria por suas origens a economia cognitiva dos meios noticiosos, mais especificamente nas necessidades de redução das incertezas do ambiente. Repórteres e editores tomam aos colegas como referência, incluindo os de veículos concorrentes, com mais intensidade, em situações de escassez de informações credíveis.

Enquanto os repórteres seguirem as mesmas rotinas, adotando os mesmos valores profissionais e tomando-se uns aos outros como padrões de comparação, a reportagem tenderá a ser insular e auto-reforçadora. Mas é precisamente dessa insularidade que os jornalistas precisam. Fornece-lhes um pouco de certeza que lhes permite agir num ambiente incerto. (Sigal, 1973, *apud* Traquina, 2004, p. 21-22)

A situação é dúbia, portanto. A postura é um tanto autista, pelo que pode ser avaliada negativamente, já que teria como resultado uma certa estagnação e baixa permeabilidade para mudanças. No entanto, faz-se necessário, fruto de uma contingência - a alta dificuldade de organização do conhecimento imposta pela natureza caótica e imprevisível do real. Tal insularidade é importante ser considerada, incluindo suas razões, e talvez especialmente elas, a partir do momento em que, nesse trabalho, analisando esforços dos meios noticiosos em externalizar seus parâmetros de referência, precisamos definir como, antes disso, a mídia tende à internalização de tais parâmetros. Assim, considerar que os jornalistas espelham-se uns nos outros de modo importante para produzir a informação é considerar as razões de uma tradicional falta de atenção no público. Mecanismos como o ombudsman e os conselhos de leitores, ao menos em parte, buscam atenuar essa falta de atenção que, no acima exposto, justificava-se pela necessidade de redução de incertezas.

A seguir, passamos a descrever os elementos que Traquina defende como integrantes da cultura jornalística. Neles estão crenças, valores, normas e saberes técnicos e mitos, a partir dos quais se compõem um *ethos* ou uma identidade jornalística. Este *ethos*, conforme Traquina, compreende, como se afirmou acima, uma maneira de ser - o jornalista e o seu estar no jornalismo. A descrição que Traquina fornece dele remete à definição do papel do jornalismo no contexto da implantação da modernidade nas democracias ocidentais e também a um conjunto de valores que se formaram no bojo desse processo.

Os papéis sociais do jornalismo, no âmbito da teoria democrática, como define Traquina, seriam dois. O primeiro, correspondente a uma “liberdade positiva do jornalismo”, cumpre a função de municiar os indivíduos para o exercício da cidadania, seja fornecendo-lhes informações sobre a sociedade, seja permitindo a expressão de sua própria voz. A segunda função corresponde à “liberdade negativa” através da qual o jornalismo vigia os poderes, desenvolvendo uma espécie de função de cão de guarda. Ambas as funções foram bem vistas no primeiro capítulo, com Habermas, e dizem respeito, conforme a concepção habermasiana, à configuração do espaço público burguês. Relacionamos a seguir o conjunto de valores constituintes do *ethos* jornalístico.

Liberdade - Relaciona-se intimamente às duas funções acima mencionadas. Traquina diz que há uma relação “simbiótica” entre democracia e jornalismo e que no “fulcro” desta relação reside a liberdade. O jornalista, então, aparece como um defensor das liberdades, no conjunto das instituições democráticas, e, de especial modo, da liberdade de expressão.

Autonomia e independência - Estão associados ao valor da liberdade. A posição de vigilante do poder, e de fornecedor da informação isenta, que facilite a crítica, requer independência em relação aos outros agentes sociais. Neste campo é que se encontram as polêmicas de quanto os jornalistas podem ser mais ou menos autônomos em relação aos agentes políticos e econômicos. Dentre as inúmeras suspeitas, uma das mais recorrentes é a de que o constrangimento, tanto político como econômico, pode ser exercido através do *publisher* (que define a política editorial) e da organização jornalística. Com base em observação sociológica empírica, contudo, há um forte reconhecimento de que os jornalistas possuem “autonomia relativa”. Em nosso caso, interessa dizer ainda que os

jornalistas não dispensam também autonomia em relação ao público, apesar de agir em nome dele.

Credibilidade - Traquina diz que esse valor, para ser obtido, depende em grande medida do valor da independência e autonomia. Para ser credível é preciso mostrar-se independente. Segundo Traquina, esse valor obriga a adoção de uma série de procedimentos “de verificação dos fatos e da avaliação das fontes de informação”. Podemos acrescentar que uma das preocupações centrais do funcionamento da ouvidoria de imprensa é a busca de manutenção ou elevação da credibilidade do órgão jornalístico.

Verdade - É o último valor mencionado por Traquina. Diz-se que há uma ligação histórica entre jornalismo, liberdade e verdade. Citando diferentes autores, sugere que importa ao jornalismo a busca da verdade, não importando o fato de ser possível conhecê-la ou não. Traquina junta rapidamente a estes valores outros, como rigor, exatidão e honestidade, lembrando que todos eles constam, mais implícita ou explicitamente, nos códigos deontológicos da profissão elaborados mundo afora.

Para além disso, o autor reserva um tópico para aquele que será pelo menos um dos mais polêmicos valores jornalísticos, o da objetividade. Com efeito, tal valor vem sendo tema de amplas discussões. Molotch e Lester dizem tratar-se de um valor de fato central no jornalismo, correspondendo a uma noção de informação que, isenta de interesses promocionais, diferencia-se da propaganda. Os ataques que a objetividade jornalística sofre em grande parte dizem respeito ao estatuto epistemológico desta categoria. Os jornalistas - e isso deve-se muito à crítica sociológica que se elabora sobre eles - são vistos como de certo modo ingênuos ao acreditarem que conseguem fornecer relatos objetivos da realidade, livres de avaliações interessadas, obtendo assim notícias que seriam um espelho do real. Desse modo, fala-se no jornalismo como um dos últimos redutos em que se crê na possibilidade de existirem os fatos enquanto tal e não, antes, narrativas, construções sobre eles, marcadas por posicionamentos de sujeitos específicos, sejam individuais ou coletivos.

Traquina defende um ponto de vista diverso, onde, de certo modo, sai em defesa da objetividade jornalística. Diz que parte das críticas que a ela são feitas baseiam-se em uma divisão simplista entre objetividade e subjetividade, onde uma só poderia existir em

detrimento da outra. Ele irá citar Schudson para dizer que este autor descobriu em suas investigações que a objetividade jornalística, ao nascer, nas primeiras décadas do século XX, não aparece como negação simples da subjetividade, mas antes como um reconhecimento da sua inevitabilidade. Segundo Traquina, isso se dá em um contexto histórico (décadas de 20 e 30) onde ciências como a sociologia e a psicologia haviam conseguido colocar em cheque a supremacia da razão, contribuindo para um momento de alto descrédito dos valores democráticos. Juntava-se a isso, no campo nascente da comunicação social, a emergência das atividades de persuasão da propaganda e das relações públicas (também como já foi visto com Habermas) que, em sua essência, desprezavam preceitos como a avaliação objetiva da realidade. Assim, a objetividade que teria se tornando “um valor profissional articulado”, no período entre a I Guerra Mundial e a década de 30, passa depois disso à condição de um “ideal” - o que evidentemente muda seu estatuto. Não mais a crença irrestrita nos fatos, mas a aposta de que eram necessários procedimentos que garantissem uma ordem mínima onde mesmo os fatos eram postos em questão.

Segundo Schudson (1978), o ideal da objetividade no jornalismo fundou-se na constatação de que a perda de fé nos fatos era irrecuperável. Os jornalistas chegaram a acreditar na objetividade, porque queriam, porque precisavam dela, porque eram obrigados pela simples aspiração humana de procurar uma fuga às suas próprias dúvidas e incertezas. Com a ideologia da objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa. (Traquina, 2004, p. 73)

Aqui reaparece, portanto, a noção de que o jornalismo precisa, em sua economia de observação e enunciação do real, de munir-se de salvaguardas que reduzam as incertezas do entorno a ser conhecido. Porém, com o detalhe de que o grau da incerteza é determinado pelo sujeito observador. No caso dos jornalistas, confiando-se mais ou menos na possibilidade de reduzir a zero tais incertezas (aqui estaria, num extremo, a crença no fato puro, apenas observável sem intervenção de um sujeito medidor). Como se viu anteriormente, a noticiabilidade de um acontecimento relaciona-se à posse de uma série de atributos que, por sua vez, em parte, relacionam-se às necessidades jornalísticas de redução de incertezas.

Não por coincidência, Traquina chega em Tuchman para defender, com esta autora,

que os jornalistas adotam uma série de procedimentos que visam justamente reduzir riscos, procedimentos identificados com a objetividade e que compõem “um ritual estratégico”. Através destes procedimentos específicos, os jornalistas se defenderam de pressões como prazos, processos de difamação e pressões dos superiores, orientando-os de modo a mostrar que seu trabalho fora objetivo.

Os procedimentos catalogados (Tuchman, 1993) são: 1) a apresentação de possibilidades conflituosas, e que compreende apresentar pelo menos duas versões sobre um mesmo fato que não conseguira ter sua veracidade comprovada; 2) a apresentação de provas auxiliares, que ajudam a sustentar uma afirmação emitida por uma fonte; 3) o uso de aspas, como forma de atribuir afirmações à fonte, e não ao repórter; 4) a estruturação da notícia sob a forma de pirâmide invertida. Conforme Tuchman (1993), este último seria o procedimento mais problemático, uma vez que não livra o repórter, do modo como faz os demais procedimentos, de agir como sujeito da notícia, afinal a definição de estrutura narrativa, onde obrigatoriamente se dá um processo de hierarquização, não pode ser imputada a mais ninguém além do próprio repórter que, para justificar sua escolha, evocará seu profissionalismo, onde encontra-se seu *news judgment* (sua perspicácia profissional, conforme a autora).

Tais constatações, como se vê, estão fortemente relacionadas a necessidades produtivas e organizativas. Há nos procedimentos arrolados um forte sentido pragmático, tal como o descrevemos antes com Wolf. Assim, os procedimentos assumem sentido em um processo de produção de conhecimento marcado em definitivo, por exemplo, pelas pressões de tempo.

Justamente a temporalidade é o elemento seguinte na definição que Traquina traça do *ethos* jornalístico e que o autor também trata com destaque. Nele aparece o valor do imediatismo, onde o valor das notícias encontra-se inextricavelmente ligado à sua atualidade. Tanto mais ele terá valor na medida em que sua emissão mais próxima estiver do momento próprio do acontecimento, especialmente no caso das emissoras de rádio e televisão e, mais recentemente, veículos *online*. Além disso, é determinante o fato de todo o trabalho ser organizado em torno de horas de fechamento (*deadlines*). Conforme Traquina, o valor do imediatismo acaba exprimindo o “eixo central do campo jornalístico”, a ponto de os jornalistas desenvolverem uma relação fetichista com o tempo. A repercussão disso

sobre o *ethos* jornalístico seria clara. De um lado, a noção de competência profissional encontra-se estreitamente vinculada à necessidade de controlar o tempo e não ser dominado por ele. O jornalista que não consegue concluir sua tarefa no prazo estipulado, fracassa. Ao mesmo tempo, esse sentimento de domínio e controle relaciona-se com a satisfação e o prazer que o trabalho proporciona. Como se vê nesta citação de Schlesinger:

Os jornalistas têm uma interpretação cultural específica do verdadeiro significado do seu trabalho, na base do qual estão a excitação e o perigo que advêm do fato de depararem com apertadas horas de fecho. Tornar-se num controlador, transcendendo por isso o caráter caprichoso, sacrificador, da notícia, é o que faz o trabalho noticioso tão excitante. (Schlesinger, 1977/1993, *apud* Traquina, 2004, p. 79)

Sendo tão determinante, o fator tempo deixa marcas indelévels sobre o produto noticioso. É o caso, por exemplo, dos procedimentos de objetividade sistematizados por Tuchman. Por ser o tempo o eixo central da produção jornalístico e vencê-lo, portanto, o principal desafio, a competência profissional, como se disse, é medida em torno desse fator. Contra a ditadura do tempo é preciso dominar uma série de procedimentos que Ericson, Barenake e Chan, conforme Traquina, chama de vocabulário de precedentes. Tais procedimentos remetem diretamente às distintas fases das rotinas produtivas, como vimos, por exemplo, com Wolf, que as classifica em recolha, seleção e apresentação, e, por se tratarem de competências técnicas, profissionais, próprias de um campo do saber-fazer jornalístico, são também constituintes do modo de ser jornalista, ou seja, do *ethos* profissional. O primeiro saber constituinte deste vocabulário de precedentes é o saber de reconhecimento, que corresponde à capacidade de identificar no real o acontecimento com teor de noticiabilidade. Este saber envolve o domínio dos valores-notícia, como aqueles que citamos anteriormente. E, conforme Traquina, encontra-se nele também o “faro” para a notícia, aquele saber intuitivo, quase místico, dizem muitos autores, que os jornalistas advogam para si, como sendo sua especialidade - e, portanto, base de autoridade profissional.

O saber de procedimento envolve o passo seguinte, qual seja, todo o processo de recolha da informação. Não apenas recolhê-la, mas saber verificar sua veracidade. Aqui ficam bem ilustrados os procedimentos identificados com a objetividade, que apontamos antes com Tuchman. Correndo contra o tempo, o repórter precisa certificar-se de que a

afirmação proferida por uma determinada fonte é verdadeira. Poderá ainda, na fase de recolha, juntar provas ou procurar outra fonte que contradiga o que disse a primeira. O saber de procedimento vincula-se ao trato com as fontes. E, com efeito, conforme Traquina, exige o conhecimento de regras básicas tais como o fato de que os interesses a defender de uma determinada fonte podem influenciar sua credibilidade; ou o outro fato de que uma fonte que ocupa uma posição de autoridade deve ser mais credível, já que se encontra em uma posição que lhe permite acumular mais conhecimentos acerca da organização em que trabalha, apesar de também possuir interesses a defender.

Por fim, o saber de narração envolve juntar as informações recolhidas em um relato interessante, que deve ser elaborado em tempo útil. Citando Tuchman, Traquina diz que a técnica da pirâmide invertida facilita o trabalho de estruturação por fornecer uma estrutura já pronta, que é hierarquizar internamente o acontecimento (as seis perguntas do *lead*: que, o quê, onde, quando, como e porquê). Contudo, apesar de fornecer tal facilitação, organizar a pirâmide, conforme Tuchman, ainda assim é um ponto problemático do saber profissional, enquanto competente na realização de avaliações objetivas, já que é preciso a evocação do *news judgment* para justificar as escolhas feitas. Esse *news judgment*, ou perspicácia na avaliação da notícia, nunca consegue ser suficientemente preciso, podendo as escolhas variarem de profissional para profissional. Corresponde ele também ao saber intuitivo, ao faro para saber o que é notícia e, não menos importante, como ela deve ser apresentada, o que, conforme Schudson, compreende a base da autoridade profissional.

Traquina acrescenta que a tudo isso soma-se o *ethos* jornalístico a maneira de agir do jornalista como aquele que relega a reflexão a um segundo plano, beneficiando com isso a ação. Assim, sua atuação é marcada pela postura anti-intelectualista. Diferente do acadêmico ou do filósofo, o jornalista interessa-se pelo concreto e não pelo abstrato. A postura reflexiva envolve olhar para o real sempre sob a luz da teoria, e, com base na observação das regularidades, constituir um conjunto de abstrações universalizantes. A postura jornalística é de fixar-se no concreto, sem preocupar-se em reuni-lo abstratamente em um corpo teórico. Traquina diz que tal postura é grandemente condicionada pelo valor do imediatismo. Não há tempo para pensar, é preciso agir. Antes, com Wolf, vimos que esse modo de agir conduz a uma distorção involuntária (provocada justamente pelo modo de ser jornalístico, que não se dá conta disso) referente ao fornecimento de um retrato

fragmentado da realidade social, com privilégio de atenção aos desvios. Aqui também podemos lembrar, igualmente com Wolf, do pragmatismo que toma conta, de um modo geral, dos critérios de noticiabilidade.

À maneira de falar do profissional corresponde a linguagem jornalística, em sua especificidade, e que Traquina chama de jornalês. Sendo a face final da seqüência da produção de uma unidade-notícia, é a face que se comunica com o público, sendo condicionada por tal situação. Assim, trata-se de uma linguagem que busca ser compreensível, acessível, frente à heterogeneidade do público, constituído por variações de classe, étnicas etc. A composição de tal compreensibilidade envolve requisitos como: “a) frases curtas; b) parágrafos curtos; c) palavras simples (...); d) uma sintaxe direta e econômica; e) a concisão; e f) a utilização de metáforas para incrementar a compreensão do texto” (Traquina, 2004, p. 84). Além da linguagem clara, ela precisa ser interessante, provocando “o desejo de ser lido/ouvido/visto”. Isso requer um exprimir-se “de forma viva através da voz ativa”.

À maneira de ver dos jornalistas, diz Traquina, corresponde hábitos mentais adquiridos que, ao incidirem sobre a realidade, a simplificam e a dramatizam. Estes hábitos mentais encontram-se relacionados aos valores-notícia que, por sua vez, são influenciados por contingências produtivas (a escassez de tempo, por exemplo) ou necessidades de comunicação com o público (a necessidade de captar sua atenção). Traquina ilustra que devido a valores-notícia como o da simplificação e do conflito, “a maneira de ver dos membros da tribo jornalística privilegia uma visão bipolar - o mundo é estruturado em pólos opostos: o bem e o mal, o pró e o contra, etc” (Traquina, 2004, p. 85).

Seguindo Greenwood, Traquina diz que a cultura é, entre os cinco atributos diferentes a constituir uma profissão, o mais importante. Aqui, ao seguir-se Greenwood, o termo cultura é usado de modo estrito, significando um conjunto de valores, normas e símbolos. Ao descrever este aspecto em um tópico específico, Traquina fala na existência apenas de símbolos, que se somarão a noções que lhes são próximas, como as de mitos e representações. É para um conjunto de símbolos, mitos e representações sociais do meio jornalístico que Traquina atribui a função de constituir uma das culturas profissionais mais ricas entre o universo das profissões liberais, com ampla difusão no imaginário das sociedades modernas. O autor apóia esta afirmação recorrendo ao fato de que o jornalismo

não poucas vezes foi matéria-prima de produções cinematográficas de Hollywood, uma das principais fontes de estimulação do imaginário das sociedades contemporâneas. É narrando o conteúdo de algumas destas produções que Traquina descreve o que afirma ser um dos principais mitos do jornalismo, que desempenham seu papel tanto dentro como fora da profissão, fornecendo “toda uma liturgia bem clara dos vilões e dos heróis a que os membros da tribo prestam homenagem ou votam ódio”. Logo acima, quando falávamos dos papéis assumidos pelo jornalismo na sociedade moderna, aproximamo-nos destas representações. Ao assumir para si tais papéis nos últimos 150 anos, a profissão criou representações em torno de um heroísmo defensor de valores democráticos. Como diz Traquina:

A mitologia jornalística coloca os membros desta comunidade profissional no papel de servidores do público que procura saber o que aconteceu, no papel de “cães de guarda” que protegem os cidadãos contra os abusos do poder, no papel de “Quarto Poder” que vigia os outros poderes, atuando do a quem doer, no papel mesmo de herói do sistema democrático (Ungaro, 1992), tão bem projetado e, por diversas formas, no imaginário coletivo no espaço público democrático, e sobretudo em diversos filmes em que a magia do cinema oferece uma constelação de símbolos e representações da mitologia jornalística. (Traquina, 2004, p. 87)

Assim, os filmes descritos por Traquina trazem jornalistas heróis, que servem ao público desbancando criminosos e políticos corruptos, estes últimos ocupando a posição dos principais vilões que os jornalistas têm a combater. Dentro disso, a figura do repórter intrépido e desbravador acaba como que representando uma vontade civil de correção de injustiças. É a própria luta do indivíduo livre - ícone da sociedade moderna - contra os desmandos do poder instituído (que, conforme a construção moderna, serão sempre tirânicos).

Os repórteres foram transformados num mito coletivo no qual representam o indivíduo na sociedade de massas, apto a mobilizar o poder da imprensa para corrigir a injustiça. (Traquina, 2004, p. 91)

Além dos políticos, representantes do poder, são identificados outros vilões da profissão, como os “burocratas insensíveis” e os “barões da imprensa” - proprietários de negócios jornalísticos acima de tudo ávidos por lucro. Ao herói jornalista, representado especialmente pela figura do repórter aventureiro e investigativo, cumpre opor-se a tais

vilões. “(...) Toma (o repórter) assim a figura do herói que, representando as aspirações do maior número, corre, em nome de todos, os riscos que cada um recusaria correr individualmente” (Ungaro, 1992, *apud* Traquina, 2004, p. 93)

Trata-se, portanto, daquele que faz o que os outros não fariam, mas que o faz em seu lugar, e em seu nome, aqui se salientando o fato de que o ofício jornalístico é uma delegação, um fazer pelos outros. O jornalista, assim, traz o público abstraído em si. Como todo herói, sacrifica-se e coloca o bem comum acima de seus próprios interesses. É assim que, nos filmes que Traquina descreve, o jornalista é representado como o trabalhador anti-burocrático, que não apenas desempenha uma ocupação, mas ainda dedica sua vida à profissão. Assim, permite-se levar uma vida atribulada e sem rotinas, onde sua vida pessoal é atropelada pelos compromissos de um trabalho imprevisível. Traquina chama a atenção para o quanto este aspecto da mitologia é contradito pelas sólidas rotinas existentes nas redações, desveladas pelos estudos sociológicos. O papel de herói certamente não é desempenhado por todos, mas por bem poucos, como os repórteres do *Washington Post* que protagonizaram o caso *Watergate* e que ajudaram, com este feito, a atualizar o mito romântico. Contudo, deve-se entender o papel desempenhado por estas representações, que não são simples mentiras ou ilusões. Traquina cita Hallin neste sentido, que diz que a própria ideologia jornalística é um mito.

Ela (a ideologia jornalística) é, em resumo, um mito. Longe de ser apenas uma mentira ou ilusão, é um sistema de consciência mantido no mais fundo de cada um, que afeta profundamente tanto a estrutura da organização noticiosa como a prática do jornalismo no dia-a-dia. (Traquina, 2004, p. 87)

2.5 O constrangimento das políticas editoriais

Vimos até aqui estes que correspondem aos dois aspectos principais do *newsmaking*, as rotinas produtivas e a cultura profissional jornalística. A abordagem que especialmente Wolf fornece em torno dos processos de trabalho enfatiza o surgimento da noção de distorção involuntária, na trilha de uma questão central no âmbito dos estudos sobre comunicação: será a mídia manipuladora de consciências? A resposta dada pelos estudos de *newsmaking* reivindica uma complexidade que desfaz esta culpa. A resposta

dada é a de que elementos da organização produtiva e da cultura profissional interferem sobre a qualidade da informação produzida sem que os principais agentes desse processo dêem-se conta disso.

Ao analisar a cultura jornalística, Traquina, apesar de não enunciar explicitamente esta hipótese, não a esquece. Contudo, o autor parece querer enfatizar a importância da cultura profissional, como a reivindicar a existência de uma autonomia jornalística, sustentada pelo processo que transformou a antiga ocupação em uma profissão liberal moderna - o que quer dizer livre, ou relativamente livre. Traquina não chega a problematizar qual o grau dessa autonomia. Antes, prefere olhar para elementos da cultura jornalística e argumentar que se encontra aí a base de uma profissão que já efetivamente é liberal, ou que, no máximo, virá a ser liberal.

Queremos agora olhar para dois textos, de dois autores (Breed e Soloski), que nos ajudarão a recolocar a questão da autonomia da profissão jornalística, tendo já em vista um aspecto específico, e decisivo, da problematização que elaboramos em torno do nosso objeto de pesquisa. Os textos de Soloski e Breed (referências importantes na literatura sobre o *newsmaking*) partem ambos da mesma pergunta, embora não enunciada da mesma forma. Ambos colocam-se diante do que é considerado um fato: a tendência que o jornalismo tem para portar-se acriticamente em relação ao *status quo*, ou a ordem vigente. Diante desse que seria um fato, pois, os autores perguntam-se acerca das razões para tanto, enquanto trabalham debruçando-se sobre itens como o profissionalismo e as políticas editoriais das organizações específicas e elaborando hipóteses que concordam em afirmar que o profissionalismo jornalístico, por si só, não é capaz de garantir uma informação crítica e de qualidade, já que acaba sendo suplantado pelas políticas editoriais dos proprietários das organizações jornalísticas.

Com efeito, aqui se encontra a antiga questão acerca da função da mídia e que por muito foi respondida com base em teorias conspirativas, que apostavam na manipulação deliberada da informação. E aqui também encontramos com a problematização em torno de nosso objeto de pesquisa. Mecanismos como ombudsman e conselhos de leitores são deliberadamente e conscientemente usados como possibilidades de melhoria da qualidade de informação jornalística. E neste sentido, uma pergunta que se poderia colocar é: haveria um ponto mais específico sobre o qual tais mecanismos poderiam incidir para melhorar a

qualidade da informação, ou diferentes pontos sobre os quais incidir seria mais ou menos frutífero, ou mesmo infrutífero?

Fazemos esta pergunta em grande parte influenciados por Breed que, ao colocar-se a questão da melhoria da qualidade da informação, identificada, mais especificamente, com o controle sobre a imparcialidade, ou a objetividade, faz a aposta de que o *publisher* - ou seja, o proprietário do veículo noticioso, que define sua política editorial - é o ponto sensível por onde devem começar as mudanças. Breed assim define sua importância:

Ele (o *publisher*) pode-se localizar no vértice de um T, o ponto crucial onde se tomam as decisões. A redação e as forças profissionais formam a base do T, as forças exteriores, as da comunidade e as da sociedade são os braços. É o publisher que decide quais as forças que têm de ser conciliadas (Breed, 1993, p. 165)

Nas forças profissionais, Breed inclui, evidentemente, os próprios jornalistas e suas entidades de classe, além das escolas de jornalismo. As forças exteriores incluem a crítica e os leitores que, conforme Breed, “detêm um poder potencial sobre a atuação da imprensa”. Contudo, deixemos que estes dois autores falem para que a questão se torne ainda melhor expressada.

Soloski não crê que o profissionalismo, assim como dá a entender Traquina, garanta a autonomia da visão jornalística e seus preceitos éticos de informação imparcial. Ele admite, sim, uma margem de autonomia para os jornalistas. Antes, contudo, reclama para o próprio profissionalismo uma condição de mecanismo de controle da direção da empresa jornalística sobre os próprios jornalistas. O autor argumenta, com base em Larson, que a oposição aparente entre o profissionalismo (e seus propósitos desinteressados de serviço social) e a empresa capitalista (com seus interesses direcionados aos ganhos privados) deve ser entendido não nos termos de uma efetiva oposição, “como sendo pólos opostos num continuum de liberdade e controle”. No lugar disso, deve-se ter em conta o fato de que capitalismo e profissionalismo estão “estritamente relacionados e partilham suas raízes históricas”. Tais raízes encontram-se na fase de transição do capitalismo concorrencial para o monopolista. O surgimento de grandes empresas de alcance territorial alongado requereu métodos de controle laboral que poderiam ser aplicados à distância, se enfrentado o problema “de ter de dirigir um grande número de pessoas em vastas áreas geográficas”.

Surge então a figura do *manager*, que baseia sua atuação de controle em conhecimentos científicos, capazes de serem considerados suficientemente desinteressados em relação a posições de classe e, portanto, capazes de angariarem suficiente legitimação.

A confiança da direção na ciência - o domínio de conhecimentos e habilidade esotéricos - assenta na mesma base que o processo de profissionalização. E a posição tanto do *manager* como do profissional está ainda assegurada pela ascensão de grandes organizações comerciais que se tornaram na fonte de novas ocupações e carreiras para a classe média. (Soloski, 1993, p. 94)

Os saberes científicos e desinteressados, portanto, servem ao controle laboral e também ao fortalecimento de uma classe social intermédia. Soloski afirma que novas profissões, como as do jornalismo, engenharia e contabilidade, não podem ser entendidas como as antigas profissões livres, como direito e medicina, na medida em que “dependem das grandes organizações comerciais para o seu emprego”. Contudo conseguiriam status social através da compensação financeira, da mobilidade ascendente e das habilidades especiais requeridas para seu exercício. Soloski salienta que este profissional, perante os olhos do público, não é alçado à condição de profissional graças à sua origem de classe, mas devido às suas virtudes (inteligência, dedicação e perseverança). Como profissionalismo e capitalismo se misturam, diz Soloski, não há como estabelecer uma oposição perfeita entre ambas, como se a profissão fosse o âmbito da liberdade plena e a organização capitalista o do fim total dessa liberdade (liberdade, bem entendido, de agir conforme os preceitos profissionais). Estes preceitos, por estarem baseados na ciência e na moralização, aspirariam à perfeição. Entretanto, seriam contraditados pelas necessidades da produção.

Soloski diz que o profissionalismo “controla o comportamento dos jornalistas” de dois modos: 1) estabelecendo normas e padrões de comportamento; e 2) determinando o sistema de recompensa profissional. Contudo, este recurso não seria suficiente, fazendo com que se tornassem necessários controles suplementares, principalmente a instituição de políticas editoriais específicas de cada organização. A insuficiência do profissionalismo no controle da conduta estaria na “base de poder independente” e na “demasiada liberdade” que ela fornece aos membros da profissão.

Olharemos rapidamente, mais abaixo, para os elementos do profissionalismo

jornalístico citados pelo autor. Já o sistema de recompensa, conforme Soloski, envolve a possibilidade de recompensar os profissionais destacados sem fazê-los ascender pela hierarquia da organização. No lugar de um cargo com autoridade administrativa, o jornalista permanece na sua função (porque, para ele, fazer tal deslocamento poderia ser frustrante), ganhando maior liberdade, contudo, para desenvolver suas especialidades. Soloski diz que isso também permite à organização não estar obrigada a oferecer cargos de direção a profissionais destacados, existindo este modo de recompensa que o autor designa em seu texto como sendo o da “escada profissional”. Através dele, é possível manter a lealdade de profissionais que são importantes para a empresa. Com efeito, a maior parte dos profissionais, diz Soloski, opta pela ascensão via escada profissional. Conforme o autor, é tal escada, e não a da hierarquia empresarial, que funciona como indicador de sucesso entre os jornalistas.

A viabilidade da escada profissional como medida de sucesso é o resultado da aprendizagem profissional dos jornalistas, e faz parte das tradições românticas da profissão. As escolas de jornalismo, as “estórias” acerca de cruzadas de jornalistas e os próprios jornalistas têm contribuído para a transformação da escada profissional num meio de sucesso. (Soloski, 1993, p. 99)

Soloski reduz as normas e padrões de comportamento que o profissionalismo estabelece à norma maior da objetividade jornalística. Aparece aqui a mesma questão que, conforme veremos em seguida, aparece em Breed: os jornalistas conseguirão de fato ser objetivos e imparciais? Aí, a imparcialidade aparece como o principal medidor da qualidade jornalística. Soloski responde que seria simplista pensar que as notícias, como elas são, têm motivações políticas.

A esta mesma pergunta, as teorias conspirativas respondem com a idéia de manipulação. A hipótese da distorção involuntária evoca as questões da cultura e da organização e é a ela que se alinha Soloski. Ele cita Tuchman, dizendo que a objetividade jornalística possui um extenso fundo pragmático. Conforme já vimos, com Tuchman, tais regras visariam eliminar riscos para os jornalistas. Soloski afirma assim que, ao elaborarem o que chamam de relatos objetivos dos fatos, os jornalistas estão protegidos de duas maneiras. Pela primeira maneira, transferem para as fontes a responsabilidade quanto à veracidade da informação transmitida, evitando desse modo acusações de estarem faltando

com a verdade. Pela segunda maneira, a organização jornalística consegue assegurar “a sua posição de monopólio no mercado”.

Esta última afirmação deve ser entendida nos seguintes termos: se o jornal não fosse objetivo - o que quer dizer neutro - mas sim abertamente político ou ideológico, a disputa de mercado pelos leitores, envolvendo outros veículos, se daria em função do fator político ou ideológico, e não em torno de outros fatores mais tangíveis, aos quais é possível ao jornal controlar, como a eficácia da cobertura jornalística, custos de assinaturas ou serviços de distribuição. Consideramos que tal fator é importante porque deixa visível que não pode ser procedente uma leitura pela qual apenas os jornalistas, enquanto grupo profissional autônomo, são interessados na objetividade. As empresas também o seriam. Contudo, conforme diz Breed, são constantes as acusações de que as organizações, pelas mãos de seus proprietários, tendem para a parcialidade. Aqui, poderíamos lembrarmo-nos também dos mitos da cultura profissional que coloca, com diz Traquina, o “barão da imprensa” no papel de vilão, inimigo da verdade, a ser derrotado pelo profissional, herói cuja missão é mostrar a verdade.

A afirmação principal de Soloski no item que se refere à objetividade é a de que, em consonância com a hipótese da distorção involuntária, os jornalistas colaboram, de fato, para manter o *status quo*. Entretanto, não fazem isso de modo consciente, mas em decorrência das próprias normas profissionais. Soloski, aqui, faz referência ao fato de que a escolha das fontes reflete a estrutura de poder da sociedade porque essa estrutura é dada como natural. “As fontes noticiosas surgem então da estrutura do poder existente; por isso as notícias tendem a defender o *status quo*”. Logo, o conservadorismo da imprensa seria mais decorrente deste fator do que de uma intenção política deliberada e consciente. Ao fim, Soloski conclui que o profissionalismo é um “meio eficiente e efetivo para controlar o comportamento profissional dos jornalistas”. E, esse meio, não parecendo ideológico - já que tem como principal elemento a objetividade jornalística - ajuda a manter “a posição econômica da organização jornalística individual” e o sistema político-econômico global em que tal organização opera. “Em última análise, o jornalismo distorce as notícias ao nível social”.

Neste ponto, contudo, a pergunta que fazemos ao texto de Soloski é: esse controle sobre o comportamento dos jornalistas, sendo funcional às organizações, decorre de uma

intenção deliberada das organizações para atender determinadas necessidades laborais e de mercado? Se isso for verdade, como avaliar o fato de que a objetividade cumpre preceitos éticos que são basilares ao jornalismo, como se demonstrou antes com Traquina? Soloski parece que responde a esta pergunta - é claro que não intencionalmente - ao ponderar que o profissionalismo dá uma parcela de autonomia aos jornalistas, que podem assim agir com maior liberdade e criatividade. Este autor menciona o fato, a nosso ver, determinante, de que representa um verdadeiro tabu a intervenção do *publisher* sobre as notícias. Veja-se:

Um *publisher* que intervenha continuamente na cobertura jornalística correrá o risco de minar o profissionalismo de seus jornalistas e, se a intervenção resultar numa reportagem tendenciosa, a reputação do jornal será atingida e a posição do jornal no mercado será potencialmente afetada. A continuada intervenção na produção jornalística pela direção torna-se um tabu devido ao profissionalismo jornalístico. (Soloski, 1993, p. 99)

Não estaria aqui, portanto, um confronto entre princípios éticos, de um lado, e interesses político-econômicos, de outro? O texto de Soloski, contudo, é francamente favorável à hipótese de que a autonomia dada aos jornalistas por seu profissionalismo é fragilizada por um profissionalismo que é, antes, um modo de controle. E, que, com a ajuda das políticas editoriais específicas, de cada organização, faz com que os jornalistas, mesmo mantendo uma margem de liberdade, ajam nos interesses da organização. O texto de Breed, creio, vem precisamente esclarecer melhor este ponto, porque a principal pergunta feita pelo autor é: considerando-se algumas condições empíricas, como o tabu representado pela interferência direta do *publisher* sobre as notícias, como é que as políticas editoriais estabelecidas pelo próprio *publisher* conseguem ser mantidas e respeitadas?

A partir de uma base de observação etnográfica, Breed fornece uma interessante resposta pela qual seria possível compreender o conformismo dos jornalistas. O autor começa seu artigo afirmando que a observação da política editorial, a qual o *publisher* tem o direito de estabelecer, deveria ser seguida pelos jornalistas, já que o *publisher*, como proprietário, teria o direito de esperar tal subserviência. Contudo, essa expectativa é colocada sob tensão, considerando, além do tabu já referido, a existência de normas éticas (as quais podem ser feridas pela política estabelecida pelo *publisher*) e o fato de os subordinados possuírem posições políticas diferentes do *publisher*, nomeadamente mais liberais.

Breed apresenta também uma definição do que vem a ser a política editorial. Ele diz que cada veículo possui uma, explícita ou implicitamente. Tais políticas envolveriam orientações ideológicas sobre “a política, os negócios e o trabalho”, muitas delas sendo “provenientes de considerações de classe”. Tais políticas, por ferirem normas éticas, diz Breed, possuem caráter dissimulado. Ditar regras que ferissem explicitamente, por exemplo, as normas de imparcialidade jornalística, causariam um constrangimento ao *publisher*, já que ele seria acusado de dar ordens para distorcer notícias, sendo que nenhum *publisher* estaria disposto a tanto, uma vez que tal evidenciação feriria a credibilidade de seu veículo. Apesar de dissimulada, a política editorial, conforme Breed, torna-se manifesta (ainda assim com extrema opacidade) através da parcialidade do veículo. Explica Breed:

A “parcialidade” não significa necessariamente prevaricação. Pelo contrário, envolve a omissão, a seleção diferencial, ou a colocação diferencial, tal como “destacar” um item favorável à orientação política do jornal, “enterrar” um item desfavorável numa página interior, etc. (Breed, 1993, p. 153)

Admitindo a existência de políticas editoriais próprias de cada veículo, Breed estará preocupado em saber como ela é transmitida pelos executivos (*publisher* e editores) aos membros do *staff* (*staffers*, que incluem repórteres, redatores, revisores etc). A principal marca desta transmissão advém do fato de tratar-se de uma política dissimulada. Ocorre então de sua transmissão nunca ser a explícita. As normas nunca são ditas propositivamente e seu modo de apreensão, conforme Breed, se dá do mesmo modo que o de um “neófito numa subcultura”, em um processo através do qual o novato descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as suas normas e valores. “Aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades.” Alguns mecanismos pelos quais as coisas se dão dessa forma são descritos por Breed, tais como : a leitura do próprio jornal, o veto (censura) de determinadas matérias que possam a vir ser escritas; repreensões indiretas que visam corrigir o rumo de um repórter que esteja desviando-se da política editorial; conversas informais com outros repórteres, onde se fica sabendo das “características, interesses e relações de seus executivos”; conversas durante o trabalho do repórter com o executivo a respeito do conteúdo e forma de uma notícia, que Breed chama de “conferência noticiosa”; e, por fim, canais de informação, a respeito do executivo, aos quais o *staffer* pode ter acesso, tais como “órgãos de informação internos, a

observação do executivo com outros dirigentes ou a emissão de uma opinião pelo executivo”.

Se esses são meios pelos quais a política editorial é apreendida, interessa ainda a Breed as razões do conformismo perante estes ensinamentos, ou seja, porque a política editorial é aceita por *staffers* que apresentam um potencial de agressão perante ela. O autor apresenta uma lista contendo seis dessas razões.

Autoridade institucional e sanções - O dono do jornal, do ponto de vista estritamente comercial, tem o direito de despedir funcionários transgressores. Breed constata, contudo, que as demissões não são freqüentes nos jornais americanos. Um dos motivos para isso seria justamente devido ao fato de o jornal não ser concebido puramente como uma empresa comercial devido à proteção da “primeira emenda” da constituição americana e a “tradição do serviço público profissional”. Mais do que o medo das demissões, diz Breed, o que ocorre é o temor de sanções, como a de ser rebaixado na função. Junto com isso, o editor pode simplesmente ignorar uma reportagem transgressora ou alterá-la.

Sentimentos de obrigação e estima para com os superiores - O *staffer* pode sentir-se comprometido com o jornal já que este o contratou, não se animando a transgredir sua política. Também pode sentir “respeito, admiração e agradecimento” para com certos editores, que o ajudaram ou o ensinaram. Trata-se, conforme Breed, de “sentimentos pessoais calorosos”, que possuem “papel estratégico no aliciamento para o conformismo”.

Aspirações de mobilidade - Conforme o autor, a ambição de “alcançar uma posição de relevo” faz com que os *staffers* optem por não ir contra a política editorial. Além disso, muitos dos entrevistados almejam trabalhos mais lucrativos na publicidade ou relações públicas, sendo que a fama de “aventureiros” prejudicaria tal proposta.

Ausência de grupos de lealdade em conflito - Refere-se à falta de entidades de classe que, em apoio aos jornalistas, se oponham às políticas editoriais.

O prazer da atividade - Primeiramente, há um clima de harmonia entre *staffers* e

executivos, sem uma formalização rígida da estrutura hierárquica. A sala de redação é um lugar amistoso, “onde todos se tratam pelo primeiro nome”, ilustra Breed. Depois, o fato de que os jornalistas gostam, tiram prazer das atividades que desempenham. Finalmente, Breed diz que para os jornalistas há uma série de gratificações não-financeiras, ligadas à natureza do trabalho, como o acesso privilegiado a informações e pessoas interessantes ou que ocupam o poder. Junto disso, o sentimento de fazer parte de uma empresa ativa dentro da comunidade. Devido a estes vários fatores, diz Breed, muitos jornalistas permanecem na profissão, mesmo podendo trocá-la por atividades melhor remuneradas.

A notícia torna-se um valor - Breed argumenta que a busca da notícia - procedimento considerado prioritário - capta a atenção e energia dos *staffers*. A eles nada é mais importante do que produzir notícias, elemento que é realçado pela concorrência e a velocidade da produção jornalística. Uma consequência disso é que as discussões sobre questões como ética, objetividade e política editorial caem para segundo plano. “Quando há que ir em busca de notícias, estas vêm em primeiro lugar, e há sempre que as ir procurar. Não são pagos para analisar a estrutura social mas sim para arranjar notícias.” Outra consequência, diz Breed, é que a harmonia entre *staffers* e executivos é cimentada pelos interesses comuns pela notícia. “Qualquer potencial conflito entre os dois grupos, tais como greves de zelo de grupos de trabalho na indústria, seria prontamente dissipado, dado que a notícia é um valor positivo. A solidariedade dentro da sala da redação é, assim, reforçada.” (Breed, 1999, p. 160)

Creio que aqui poderíamos identificar o ponto abordado por outros autores, Traquina, por exemplo, que destaca como elementos do *ethos* jornalístico a disposição para a ação e a não-reflexão. Breed junta a esses seis fatores mais um conceito que, segundo ele, é capaz de tornar mais claro o funcionamento do modo pelo qual a política editorial é aceita sem transgressões. Trata-se do conceito de grupo de referência. Tal grupo é formado pelos executivos e *staffers* mais velhos e a ele os *staffers* buscam adesão, procurando seguir seu comportamento. Assim, o *staffer* novato se conforma às normas desse grupo a fim de parecer-se com os *staffers* já estabilizados. No seguimento destas normas, deixa para segundo plano crenças pessoais ou ideais éticos. O comportamento do grupo de referência, diz Breed, é composto pelos seis fatores listados pelo autor. Destes seis fatores, Breed

considera que o referente à obrigação e estima pelos superiores é o mais importante e está relacionado à existência do grupo de referência e seu papel na manutenção da política editorial. O autor afirma que nos jornais onde observou-se um maior sentimento de obrigação, era maior também a adesão à política editorial, bem como a qualidade do trabalho desempenhado pelos *staffers*.

Em seguida a estas condições que facilitam a adesão à política editorial, Breed apresenta uma lista de situações que permitem desvio. Breed diz que esta listagem colabora para se ter o entendimento de que a política editorial não é algo absolutamente rígido. Diz:

O jornalista é responsável por uma série de práticas e juízos, que só são igualados nos campos profissionais e empresariais. As demasiadas simplificações sobre a rigidez da orientação política podem ser evitadas se fizermos a seguinte pergunta: “Em que condições é que o staffer a pode desafiar ou contornar?” (Breed, 1993, p. 162)

A lista de situações inclui: 1) a possibilidade de desvio devido à atureza dissimulada da política editorial que, por assim dizer, não pode formular e ditar regras de modo explícito; 2) uma série de decisões na elaboração das notícias encontra-se na mão do *staffer* - decisões minúsculas, em um nível inacessível aos executivos; nesse ponto, o *staffer* pode desviar-se com base em crenças pessoais e nos códigos profissionais; 3) a tática da prova forjada, pela qual o *staffer* consegue publicar em outro jornal, através de um *staffer* amigo, uma matéria que seu jornal havia recusado; assim, e diante a aparição da matéria na concorrência, consegue fazer com que seu jornal a publique; 4) a existência de uma certa autonomia na escolha dos assuntos cobertos e que podem ser levados adiante *pelo staffer* (Breed porém contrapõe que esta possibilidade é dificultada pela sobrecarga de trabalho decorrente das pautas atribuídas pelos editores); 5) é mais fácil transgredir a política editorial quando se é um *staffer* com estatuto de estrela.

Apesar destas possibilidades de desvio, o fenômeno preponderante, conforme Breed, é o da manutenção da política editorial, mesmo que ela implique em parcialidade jornalística. Breed aponta que este fato possui algumas conseqüências. A mais comum é a de, mantida a política editorial, o jornal continuar publicando, o que, na avaliação do autor, sob o ponto de vista do sistema democrático, não é “proeza pequena”. Porém, anota Breed, ao nível global da sociedade, “é mantido o sistema existente de relações de poder”, já que a

política editorial “protege os interesses de classe”. Logo, certas classes e grupos, por controlarem a comunicação social, estariam mais habilitados para promoverem a continuidade da prevalência dos seus interesses. Para a comunidade e o leitor individual, Breed admite que a maioria das notícias são apresentadas de forma objetiva, permitindo “a formação livre de opinião”, porém ressaltando que as “notícias que envolvem a política editorial podem ser ‘influenciadas’ ou ‘enterradas’, de modo que algumas informações importantes são negadas ao cidadão” (Breed, 1993, p. 164)

A conclusão final do autor nos parece decisiva. Ele afirma que o “padrão cultural” da sala de redação fornece explicações para o conformismo, com prejuízo “às mais vastas necessidades democráticas”, haja visto que o jornalista acaba não buscando sua recompensa entre os leitores, “que são manifestamente seus clientes”, mas entre seus colegas e superiores.

Em vez de aderir aos ideais sociais e profissionais, ele redefine os seus valores até o nível mais pragmático do grupo redatorial. Ele ganha, desse modo, não só recompensas ao nível do estatuto mas também a aceitação num grupo solidário empenhado num trabalho interessante, variado e, por vezes, importante. Assim, os padrões culturais da sala de redação produzem resultados insuficientes para as mais vastas necessidades democráticas. Qualquer mudança importante tendente a uma “imprensa mais livre e responsável” devem provir de várias possíveis pressões sobre o *publisher*, que incorpora o papel decisório e coordenador. (Breed, 1993, p. 166)

A resposta que Soloski dá a questão do profissionalismo nos parece dúbia. O autor afirma que o profissionalismo vem a ser uma faca de dois gumes: ao mesmo tempo em que é controle, oferece liberdade. As considerações que o autor faz quanto ao fato de que o capitalismo e profissionalismo guardam uma mesma origem histórica sugere que deve-se considerar o caráter controlador do profissionalismo, como se fosse este um artifício das organizações comerciais privadas na defesa de seus interesses.

Talvez este ponto seja melhor compreendido dentro do quadro que Habermas fornece para a compreensão da estruturação do espaço público burguês. Nele, ressalta o caráter essencialmente ambíguo desta esfera pública, ancorada na soberania das pessoas privadas, onde devem conviver burguês e homem, o proprietário de bens (o interesse das organizações privadas) e o meramente humano (onde poderíamos encaixar as aspirações altruístas do profissionalismo). Evidentemente, como diz o próprio Soloski, não se deve entender esses dois elementos na chave de uma oposição simplista. Apesar de serem

contraditórios, um não exclui o outro. Soloski, contudo, sobrepõe o interesse privado ao público, sem demonstrar com razões suficientes porque isso acontece. É verdade que o autor demonstra como a norma da objetividade favorece a manutenção do *status quo*. Ele atribui esta manutenção, de um lado, a razões da ordem da economia cognitiva dos jornalistas. E, de outro, a razões de mercado (manutenção de monopólio pela objetividade). Contudo, se esta última razão vincula-se a propósitos econômicos, a eles não devem estar totalmente restritos, pois, bem antes das necessidades de manutenção do monopólio comercial, encontra-se o estabelecimento daquilo que Traquina chamou de paradigma informativo, quando a imprensa deixou de orientar-se abertamente de modo político-ideológico para adotar os procedimentos referentes a relatos objetivos do real. Desse modo, a conclusão de Soloski de que as organizações podem confiar que possuem os jornalistas sob seu controle devido ao concurso do próprio profissionalismo e das políticas editoriais não nos parece ser suficientemente convincente.

Nesse sentido, afigura-se-nos mais pertinente confiar em Wolf, que vê no profissionalismo a origem de distorções, sem vinculá-las a propósitos de controle laboral tendo em vista os interesses privados de empresas comerciais. Ao mesmo tempo, Breed também nos convence. Este autor consegue achar razões complexas para uma queda na autonomia do profissionalismo e que não sugerem a imagem, como parece fazer Soloski, de que o profissionalismo é uma rede imobilizadora e cegante jogada sobre os profissionais pelas empresas jornalísticas. Em Breed, tal queda na autonomia se deveria a um certo abandono dos ideais éticos jornalísticos provocados por um padrão cultural formado nas redações e que conduz ao conformismo perante a política editorial. Assim o “controle” que talvez, cremos, nem devêssemos chamar de controle, fica estabelecido por um conjunto de fatores que não dizem respeito, estritamente, a uma intenção controladora. Ele é fruto de uma série de contingências que favorecem uma situação de conformismo. Aí dentro, estão motivos alheios às próprias organizações empresariais e que dizem respeito mais aquilo que definimos com Traquina como sendo ethos jornalístico, caso, por exemplo do valor que se dá à produção de notícias em detrimento da dedicação de tempo a reflexões éticas. Breed dá grande ênfase nesse processo ao que chama de grupo de referência. Aí, está claramente expresso o quanto a autonomia de fato cai, mas é por fatores que não se encontram na mão de um ente controlador. Trata-se da existência de caminhos bem mais sutis pelos quais são

estabelecidas certas ordens de coisas.

2.6 As representações sobre o público

As representações que os jornalistas fazem do público são parte do fenômeno compreendido pela organização produtiva dos meios noticiosos e de grande importância ao nosso objeto de pesquisa. Por isso lhe dedicamos agora um tópico especial. Wolf (2003) estabelece um marco importante sobre este ponto, ao dizer que os conhecimentos que os jornalistas possuem a respeito do público e o modo como encontram-se inscritos na organizações e no desempenho do trabalho são marcados por uma determinada ambigüidade. Por um lado, o público é colocado como fim supremo do trabalho realizado. De outro, a autonomia profissional, invólucro de um saber especializado, precisa ser afirmada, em detrimento da atenção às demandas deste mesmo público. Conforme Wolf, a formação dos conhecimentos a respeito do público não chega a ser uma prioridade nas rotinas de trabalho dos jornalistas, conforme uma das muitas constatações da pesquisa do *newsmaking*. Existem, diz o autor, “pesquisas sobre as características da audiência” que são promovidas pelos órgãos informativos e colocadas à disposição. Contudo, elas não se constituiriam em alvo de intensa atenção. “Os jornalistas raramente as conhecem e pouco desejam fazê-lo.” (Wolf, 2003, p. 213) Wolf cita aqui, com base em Gans, um aspecto das rotinas, qual seja, o de que as exigências de produtividade do trabalho jornalístico, o que envolve a busca interminável e sempre atualizadora da notícia, fazem com que procedimentos em busca de informações acerca do público não sejam considerados como prioritários. Além disso, e de modo complementar, haveria um descompromisso para com o público. A missão profissional envolve produzir informação, e não atender ao público.

Rieffel (2004) também cita Gans, dizendo que este autor constatou em suas pesquisas que os jornalistas “não desejam verdadeiramente adquirir maiores conhecimentos sobre esta questão”. Acrescenta:

Constatação confirmada no nosso próprio estudo da elite dos jornalistas em 1984: o correio dos leitores e as pesquisas estatísticas são apenas uma

contribuição, não um dogma; um meio, não um fim em si mesmo¹⁸. (Rieffel, 2004, p. 144)

Desse modo, pela leitura de Rieffel, valer-se de possibilidades que tornem o conhecimento acerca do leitor melhor embasado não constitui uma prioridade, o principal alvo a ser seguido. Pela proposição que citamos antes de Wolf, as notícias interessam mais - são elas a finalidade. E mais ainda, agora seguindo uma indicação de Rieffel, que Wolf não chega a mencionar: tal produção prioritária de notícias não teria como referência o público em geral, mas um público imediato, aquele com quem os jornalistas estão em contato de modo mais direto: colegas, superiores e fontes. Diz Rieffel:

De um modo geral, preferem apoiar-se na opinião dos seus pares e nas normas profissionais, em vez de numa qualquer representação das expectativas precisas dos leitores ou da audiência. (Rieffel, 2004, p. 144)

Citando Charron, Rieffel ainda fala: a própria credibilidade profissional, elemento fundamental do jornalismo, é extraída não do público, mas destes que pertencem a um entorno mais imediato. Veja-se:

Os jornalistas são, por vezes, mais sensíveis à aprovação dos seus pares, dos seus superiores hierárquicos ou das fontes de informação a que eles recorrem. O mesmo pensa Jean Charron (1994): a credibilidade dos jornalistas assenta prioritariamente naqueles que estão habilitados a conferir-lha, ou seja, uma vez mais, os seus colegas de trabalho, as personalidades com quem estão em contato permanente e que constituem, para eles, o público imediato. Pese embora as racionalizações e os discursos oficiais, os jornalistas têm, no seu conjunto, uma relação bastante distanciada com seu público. (Rieffel, 2004, p. 166)

Tais colocações coincidem com aquelas feitas por Breed, onde se diz que o jornalista, como decorrência da sua socialização na sala de redação, como que abandona o leitor como “como fonte de recompensa”, substituindo-o por colegas e superiores. Breed afirma: seria ao leitor o cliente mais manifesto do jornalismo. A utilização aqui da linguagem associada ao profissionalismo é clara, através do termo “cliente”. Ou seja, o leitor seria o beneficiário último dos serviços prestados pelos membros desta profissão.

¹⁸ Parece-se, podemos adiantar, com o que foi observado no Conselho do Leitor de Zero Hora, onde as críticas dos leitores são consideradas pelos jornalistas de modo secundário. Considero, no entanto, que ocorre um certo tom condenatório, da atitude dos jornalistas, nas afirmações de Rieffel, com o qual não compactuo.

Contudo, de acordo com as proposições de Breed, este cliente deixa de ser atendido, porque, nos termos do autor, “ideais sociais e profissionais” são substituídos por outros valores “até ao nível mais pragmático do grupo redatorial”.

Essa troca entre níveis diferentes de recompensas corresponde mais especificamente a deixar de opor-se a políticas intra-organizacionais que resultam em parcialidade jornalística, justamente a ele opondo princípios éticos como o da objetividade (o que significaria ter em conta prioritariamente o benefício do leitor, considerado alguém, conforme as regras democráticas, com direito a receber uma informação isenta). No lugar de um tal ganho, entram recompensas outras, conforme descrevemos anteriormente, que fazem com que o profissional abandone os propósitos maiores apregoados pelo cânone profissional. Seria essa uma das razões já apontadas por Breed para uma despriorização do leitor. Podemos a ela juntar outra, como quando Traquina faz a afirmação da existência de uma “insularidade” própria da profissão. É quando o grupo age tendo por referência os pares que se localizam em seu interior. Quando, por exemplo, os membros da imprensa monitoram-se uns aos outros.

Observações feitas por Tuchman (1993) também apontam para um pragmatismo que gera por consequência um afastamento do leitor do ponto de vista de tê-lo como referência para a elaboração das notícias. O autor, com base em observações etnográficas, explica a própria objetividade jornalística como decorrente de razões pragmáticas - ela seria adotada como um ritual estratégico entre os jornalistas para fins práticos de eliminação de riscos, não os epistemológicos, como citamos anteriormente, mas riscos como críticas externas que podem resultar em processos de difamação ou reprimendas de superiores. O raciocínio de Tuchman envolve considerar que o texto será escrito tendo por referência as expectativas de uma série de outros profissionais e superiores dispostos na hierarquia organizacional do veículo de comunicação. Trata-se aí, diz Tuchman, de um processo de conjecturas.

O repórter “faz conjecturas” sobre as preferências do editor da seção local e os seus assistentes, que fazem o mesmo gênero de conjecturas em relação aos editores da seção política, e esses em relação aos editores principais, que, por sua vez, fazem conjecturas sobre as preferências do diretor, e todos eles “conjecturam” a vontade do proprietário. Todos criticarão a notícia após a sua publicação. (Tuchman, 1993, p. 77)

Tuchman não diz isso, mas cremos que seja possível afirmá-lo. Estas conjecturações significam tomar por referência a pressuposição do que pensará um leitor do produto - mas não um leitor final e sim um co-responsável pela produção do texto. Logo, aqui estará a suposição de que o jornalista escreve para colegas e superiores, e não para os leitores finais. O autor, contudo, não faz esta afirmação. Tampouco sugere qual o lugar restaria para o leitor efetivo, enquanto referência para as produções noticiosas. O que Tuchman afirma é que as leituras ao longo da cadeia hierárquica têm o potencial de crítica e repreensão. Assim, ao conjecturar o que seu editor imediato deseja, um repórter poderá tanto errar quanto acertar. Em caso de erro, receberá a crítica e a reprimenda. Desse modo, na tentativa de acertar, sempre escreverá de acordo com a expectativa que se pressupõe ser a de seu superior, sendo que tal mecanismo se sucederá até o topo da cadeia hierárquica. Tuchman não refere que esta situação é a mesma encontrada por Breed. Com efeito, Breed salienta em seu texto que os membros do *staff* apreendem a política editorial aprendendo a adivinhar, conjecturando, portanto, o que seus superiores esperam dele. Tuchman argumenta que o cometimento de erros obriga a reescritura de textos. Como um jornal é feito de muitos textos, muitos textos errados perturbarão o andamento do processo industrial de produção do jornal, que é altamente constrangido por prazos. Isso, por sua vez, terá reflexos sobre os lucros da organização. Além disso, erros podem resultar em processos judiciais por difamação, impetrados por fontes citadas nas matérias. Em suma, “cada notícia acarreta perigos para o corpo redatorial e para a organização jornalística”. (Tuchman, 1993, p. 78)

Conforme Tuchman, é a luta contra estas pressões que fazem os jornalistas realçar a objetividade, “argumentando que os perigos podem ser minimizados se eles seguirem as estratégias de trabalho que eles identificam com as notícias objetivas”. Logo, a própria objetividade seria um meio de suprir necessidades de ordem organizacional e produtiva. Estariam aí razões distintas pelas quais os jornalistas tomam colegas, superiores e fontes como referência, onde, ao mesmo tempo, seriam escassas as referências aos leitores finais.

Ao mesmo tempo em que se dá tudo isso, ocorre ainda, e de modo relacionado, o que Traquina chamou de sentimento de autoridade do grupo profissional. Por ele, conforme já explicamos, o profissional coloca-se como detentor de um saber-especializado, no caso, saber definir o que é notícia, para o qual o cliente, ou seja, o leitor, encontra-se obrigatoriamente na condição de leigo - é o profissional que, com autonomia, define o que

é bom ou mal para o seu cliente.

Como também falamos anteriormente, Traquina identifica com Schudson a origem desta autoridade no surgimento da técnica da pirâmide invertida. Como diz Tuchman, a pirâmide invertida é o ponto mais sensível da objetividade, em que a materialidade se esvai e o repórter precisa recorrer ao seu *news judgment*. Torna-se inegável que há uma interpretação do fato, e não, simplesmente, o fato. Schudson estudou o surgimento da pirâmide invertida ao analisar como o relato jornalístico sobre a mensagem do “Estado da Nação” foi gradativamente se transformando até chegar em seu último estágio, o da pirâmide invertida, no início do século XX. Ai, o repórter surge como um condensador.

Um estudo da mensagem do “State of the Union” demonstra que estas convenções, entre outras, incorporam na estrutura da “estória” noticiosa hipóteses vitais acerca da natureza da política e do papel da imprensa. Eles tornam evidente que os jornalistas americanos consideram-se, não como partidários de causas políticas, mas como analistas experientes do mundo político. Eles evidenciam igualmente que, embora como jornalistas eles estejam ligados a princípios da reportagem objetiva, eles vêem, no entanto, o seu papel como compreendendo alguma interpretação de atos políticos para um público mal equipado para descobrir por si próprio o significado dos acontecimentos. (Schudson, 1993, p. 281)

A última frase do trecho citado é a que refere-se diretamente à relação com o leitor. Este é tido, na relação, essencialmente, como um leigo, um incapaz da especialidade que conduz à profissionalidade do outro. Nenhuma profissão conseguiria legitimar-se se não se propusesse a suprir algo que representa de fato uma lacuna. Conforme Wolf, é esse conhecimento, de saber avaliar o que é notícia, ou, por outras palavras, o que é importante e interessante para o público, o que faz, em determinada medida, com que os jornalistas interessem-se pouco por informações acerca deste mesmo público. Diz o autor, citando Schlesinger:

Os jornalistas explicam seu conhecimento (dos interesses do público) fazendo referência às noções correlativas de profissionalismo, empenho e experiência. Trata-se de um argumento circular: dada a sua capacidade de discriminação que deriva do fato de estar imerso no mundo das notícias, o jornalista encontra-se na melhor posição de discernir o que é interessante (para o público). (Schlesinger, 1978, *apud* Wolf, 2003, p. 213)

É semelhante ao que Schudson conclui: o jornalista é aquele que reúne condições

para saber o que é notícia, enquanto o leitor encontra-se em posição inversa. Citando Golding e Elliot, Wolf diz, contudo, que os profissionais precisam definir estratégias frente à “ambigüidade inerente” a este tipo de relação com o leitor : por uma lado, afirma-se que o interesse do público é, em última instância, o árbitro do que é incluído nos noticiários; por outro, pretende-se manter uma atitude de autonomia frente a este mesmo leitor. A solução para estas duas exigências opostas

tende a ser a afirmação de que as necessidades do público são bem compreendidas pelos jornalista em virtude da sua vasta experiência e dos contatos diários com um grande leque de pessoas que constituem este público. (Golding e Elliot, 1979, *apud* Wolf, 2003, p. 247)

Esta solução para a situação de ambigüidade, diz Wolf, e que é baseada na criação de um estereótipo, compreende o fato de que os profissionais possuem pouco *feedback* daquele que é o principal destinatário das mensagens, ou seja, o público, o que faz com que se crie *necessariamente* (grifo nosso) uma referência maciça aos conhecimentos ocupacionais e ao suporte cognitivo que vêm da organização. Isso, contudo, não significa necessariamente que não seja considerada a existência do público. Tal ocorre, entretanto, o que se dá pela existência de conhecimentos pressupostos e implícitos. Wolf cita Schlesinger:

Neste contexto, fazer uma avaliação da notícia é pensar no público porque se pressupõe que as seleções efetuadas por profissionais são aquelas que vão de encontro aos desejos dos destinatários. (Schlesinger, 1978, *apud* Wolf, 2003, p. 247)

Desse modo, tais pressuposições acerca do público encontram-se encravadas nas rotinas e nos critérios de noticiabilidade. O problema, contudo, diz Wolf, é que, como as condições de produção da comunicação impedem o contato, no dia-a-dia, entre comunicador e público, os referidos conhecimentos pressupostos só podem ser extraídos do “faro” jornalístico e de avaliações profissionais.

Desta forma, o não-saber realmente aquilo que o público conhece não constitui problema: resolve-se a questão, baseando-se em pressupostos, possivelmente plausíveis, acerca do estado dos seus conhecimentos. Os pressupostos - não demonstrados - acerca do público tornam-se parte das próprias rotinas produtivas estandardizadas e incidem, por vezes de forma relevante, não só sobre a seleção

das notícias mas também sobre a fase de apresentação. (Wolf, 2003, p. 248)

Wolf salienta que estes pressupostos, embora sejam plausíveis, nunca são demonstrados. O autor faz ainda uma observação que consideramos importante. Este estado de coisas quanto às imagens que o jornalista possui do público são relativas a períodos de rotina ou normalidade. A despeito deles, diz Wolf, pode haver momentos de “reestruturação forçada”, provocados por quedas de tiragem ou audiência, mudanças de linha editorial ou outros fatores traumáticos, onde se dá uma “modificação do equilíbrio global que regula o mecanismo produtivo”. Neste contexto, os pressupostos acerca do público “se precisam melhor, os conteúdos dessa imagem tornam-se mais empíricos e menos estereotipados e a necessidade de um confronto torna-se mais imediata” (2003, p. 249). Contudo, ao ser restabelecido o equilíbrio e solidificando-se as novas rotinas, a relação com o público “retoma o seu antigo lugar, entre lugares-comuns da profissão e a defesa da autonomia profissional”.

A literatura sobre o *newsmaking*, portanto, demonstra que a imagem que o jornalista faz do leitor é baseada em pressupostos que se encontram presentes nas rotinas e nos critérios de noticiabilidade. Portanto, pode-se afirmar que não há uma ausência completa do leitor.

Passaremos a enumerar alguns pontos em que se encontram tais pressupostos, todos mencionados por Wolf. Primeiramente, a fase produtiva da apresentação (que sucede a recolha e a seleção) encerra uma relação importante com os pressupostos acerca do público. Wolf explica que esta fase compreende um processo de recontextualização dos acontecimentos, que foram retirados do seu contexto original (a realidade). Este novo contexto é compreendido pelo formato do noticiário. Dentro deste formato, conforme Wolf, os pressupostos acerca do leitor

representam a parte (...) mais diretamente vinculada à exigência de manter aberta a ligação comunicativa, isto é, representam os elementos de composição, estilísticos e formais, voltados para a necessidade de respeitar, dentro do formato, as supostas exigências do público enquanto destinatário. (Wolf, 2003, p. 249)

Aí se inclui, por exemplo, a clareza de linguagem, “que pertence ao valor-notícia da

qualidade”. Ainda restringindo-se à fase de apresentação, Wolf fala do valor-notícia do “interesse” como relativo aos pressupostos sobre os leitores. O interesse como valor-notícia costuma ser o contrário do critério da importância. O interessante não é importante (e o contrário também pode ser verdadeiro - o importante não é interessante). Contudo, a inclusão do interessante no noticiário, que é procedida desde a fase da recolha até a apresentação, é feita com a intenção de captar a atenção do público. De acordo com Wolf, o interesse está relacionado a uma “capacidade de entretenimento” que estaria presente em determinados acontecimentos. Ele exemplifica:

São interessantes as notícias que procuram dar uma interpretação de um acontecimento baseada no aspecto do “interesse humano”, do ponto de vista insólito, das pequenas curiosidades que atraem a atenção. (Wolf, 2003, p. 205)

Outro valor-notícia, segundo Wolf, que remete aos pressupostos acerca do público, é o do equilíbrio. Ele entra em cena na fase de seleção, quando ocorre a triagem dos acontecimentos a serem incluídos no noticiário final. Um acontecimento mais importante pode ser excluído, em benefício de outro, menos importante, levando em conta “a necessidade de manter despertos a atenção e o interesse”. Wolf, citando McQuail, diz que esse desconhecimento acerca do público confirma “um certo grau de isolamento da realidade, da falta de interesse em saber como é realmente constituída a audiência, um certo fator de profecia que se auto-realiza e, por vezes, a intenção de regular o público para o ajustar às imagens que dele possui o comunicador” (McQuail, 1975, *apud* Wolf, 2003, p. 130). A consequência, ainda diz Wolf, junto com McQuail, é a criação de estereótipos de parte a parte.

Emissor e receptor têm, um do outro, uma imagem que eles próprios constroem, modificam e a que atribuem importância, “mas fazem-no de uma forma um tanto autista, sem grande referência ao outro e tendem a cair nos estereótipos, o destinador com um estereótipo do público e o destinatário com imagens estereotipadas daquilo que se deve esperar dos mass media (McQuail, 1975, *apud* Wolf, 2003, p. 130-131)

A autonomia jornalística, como se viu neste capítulo, possui uma estabilidade bastante frágil. As bases de sua segurança são constantemente colocadas em cheque. Se não são fatores externos, político-econômicos, são os internos, da ordem das determinações culturais e organizacionais do próprio universo jornalístico, que interferem sobre suas possibilidades de realização. O público, por isso mesmo, é chamado para ajudar a conferir legitimidade a esta autonomia, através dos mecanismos de participação e crítica da mídia - entre eles o ombudsman e o Conselho do Leitor. É o que se verá no próximo capítulo.

Capítulo 3

A participação do público

3.1 Imperativos éticos atualizados pela tecnologia

Rotinas produtivas que refletem um processo de autonomização do fazer jornalístico. O que seria capaz de abri-las? Como se viu, não há autonomia completa. Em alguma medida, nem sempre facilmente ponderável, o jornalismo leva em conta suas fontes e público para constituir-se. Mas poderia se dizer que contemporaneamente, e por consequência da evolução histórica do campo da comunicação social nas últimas décadas, ocorre algo mais. Olhe-se, inicialmente, para aquilo a que se chama de mudança de paradigma comunicacional. É o que está indicado no esquema de Verón (1997), para a análise da mediatização. As “duplas flechas”, representando a reciprocidade obrigatória entre os interagentes, sinalizam o fim de um entendimento a partir do qual se apostava em um poder unilateral de determinação da mídia.

Que movimento é esse? O que teria acontecido? Porque o campo midiático carrega em seu trajeto o traço de uma certa unilateralidade, sendo que ao mesmo tempo ele é fruto de uma grande re-organização civilizatória (o processo de instauração da modernidade) alavancada pela vontade de dissolução das ordens absolutas? Restrepo (2003) fala das dificuldades de um avanço inicial e de uma interrupção do que seria um curso “natural”. O direito de informar possui a sua obrigatória contraface, que atende pelo nome de *direito à informação*. Os anseios da Revolução Burguesa pretendiam essa concretização. Porém, ela ficou estancada. A igualdade da *polis* grega vista pelos revolucionários como modelo ideal de espaço público foi impedida pela concentração do poder da palavra nas mãos de novos soberanos. Como ilustra Restrepo:

Em uma edição recente de uma revista ilustrada, uma sucessão de fotografias de uma ou duas páginas mostrou os diretores dos grandes periódicos do continente (latino-americano). A postura, o cenário, os detalhes (...) davam a sensação ao leitor de se estar passando em revista os rostos do poder, como se tratasse de uma versão modernizada daquelas deslumbrantes galerias de retratos dos luíses: a palavra, potencializada pela mídia, segue nas mãos dos poderosos. Aos constituintes franceses surpreenderia ingratamente ver que sua conquista da liberdade de pensamento e expressão, como uma bandeira recuperada na guerra, hoje tremula como argumento protetor dos reinos de papel jornal. (Restrepo, 2003)¹⁹

Novamente se pergunta: o que houve? Porque esta mudança de curso? Porque não se distribuiu o direito à voz igualmente como propugnavam os revolucionários? O que houve com o espaço público que surgia? Esteves faz recurso ao entendimento de que a concretização de ideais, como, em nosso caso, a do espaço público moderno, só pode depender de lentos e gradativos processos de implantação. Portanto, pensando com Esteves, não é tanto o caso de querer que os critérios configuradores da opinião pública como um ideal-tipo se confirmem de modo imediato na realidade empírica. Antes, é questão de compreendê-los como capazes de influenciarem as “representações colectivas, funcionando deste modo como objectivos idealizados (e não ideais objectivados), que operam uma transformação lenta (mas sistemática) dos universos simbólicos” (Esteves, 1998, p. 205). A estrutura desta idéia é semelhante à da noção que já apresentamos antes, em Habermas, de que os ideais liberais configuradores do espaço público, mesmo não tendo se concretizado plenamente, serviram para a reprodução social do mundo burguês.

É neste contexto que compreendemos a movimentação observada em torno da participação dos públicos no processo de produção da mídia. Novamente, citando Esteves, iniciativas de democratização dos processos midiáticos dizem respeito a uma “exigência ética fundamental” evocada pela própria existência e funcionamento da mídia. A presença da mídia, portanto, é responsável por fazer ressoar seus princípios éticos basilares. No capítulo 1, citamos afirmação que também Esteves faz quanto à necessidade que a mídia tem de manter a “estrutura básica do diálogo” com o público, sob pena de perder sua própria legitimidade. É o que manteriam acesos os princípios éticos primordiais do espaço público moderno. Neste sentido, podemos adiantar que tanto o ombudsman quanto o

¹⁹Tradução do autor.

Conselho do Leitor são dispositivos adotados neste mesmo contexto de busca de legitimidade.

Restrepo coloca esta mesma questão, a da premência de um novo direito, que precisa ser estruturado, para atender aos ideais da revolução liberal burguesa. Se o direito da liberdade de imprensa, o direito *de* informar, encontra-se de certo modo já consagrado, é preciso agora concretizar sua contraface, a do direito *à* informação, que permanece em estado de semente. Como diz o próprio autor:

Não existem direitos jovens, e sim direitos que, ao serem reconhecidos, se reclamam; e direitos que, por serem desconhecidos, se mantêm em germe, como as sementes de trigo que os arqueólogos encontraram nas tumbas dos faraós. Nunca rebentarem, porém nunca morreram. Quando a constituição colombiana de 1886 consagrou a liberdade dos escravos, muitos deles protestaram porque iriam ficar sem o amô que lhes dera teto, trabalho, alimento e roupas. Estas vantagens, como correntes que os prendiam, os incapacitavam de reclamar o direito de serem livres. (Restrepo, 2003)²⁰

Pode-se dizer que o campo acadêmico, no que tange à comunicação social, tem parte significativa da sua produção voltada a empreender o diagnóstico crítico desta situação. É o que encontra-se expresso, por exemplo, no reconhecimento gradativo da importância da esfera da recepção para uma melhor compreensão do fenômeno da mídia. Dentro disso, muito se preconiza quanto à necessidade - por um imperativo ético - de redução da passividade daqueles que consomem o discurso midiático. Essa mesma exigência ética que se imiscui no discurso acadêmico se revela nas expectativas geradas em torno da comunicação pública em tempos de internet, presente seja nos discursos, seja nas práticas que vão se estabelecendo a partir desta potente possibilidade tecnológica.

A internet e suas possibilidades interativas são uma espécie de atualização do ideal traçado para o espaço público moderno, uma vez que o próprio princípio de atuação em rede baseia-se na descentralização e na dissolução hierárquica. Os apelos por uma maior atividade dos públicos da mídia, portanto, ganham o reforço desta possibilidade técnica, que vem demonstrando largamente seu grande poder de reconfiguração do espaço público.

Canavilhas (2001) trabalha pela distinção do jornalismo online. Ou melhor: lança a idéia de que o futuro do jornalismo na internet é produzir algo diferente da notícia que se produz pelos meios tradicionais (impressos, rádio e televisão). Esta diferencialidade geraria

²⁰ Tradução do autor.

a *webnotícia*, a cujo desenho corresponderia as peculiaridades do seu meio – caso das possibilidades multimídia que a rede de computadores fornece (a junção de palavra, som e imagens), além das possibilidades interativas entre produção e recepção.

Um nível desta interação se dá através de práticas que já se desenham, como a solicitação para que os leitores enviem comentários sobre as notícias, que participem de fóruns de discussão ou que atuem como entrevistadores de personalidades convidadas. Nos casos de todas estas ferramentas, o que parece prevalecer é a possibilidade aberta tecnologicamente de pronto-acesso, em tempo real. Ou seja, não existe mais o bloqueio das distâncias temporais e espaciais. O que passa a existir é uma simultaneidade, e uma certa horizontalização, portanto, da qual se julga que se deva tirar partido, em prol de um mais efetivo diálogo nas elaborações discursivas que acontecem entre produção e recepção. É o que diz Canavilhas:

A máxima ‘nós escrevemos, vocês lêem’ pertence ao passado. A própria natureza do meio (da internet) permite que o webleitor interaja no imediato. Para que tal seja possível o jornalista deve assinar a peça com o seu endereço electrónico. Dependendo do tempo, as notícias devem incluir um ‘faça o seu comentário’ de forma a poder funcionar como um fórum. No webjornalismo a notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria. Deve funcionar como o ‘tiro de partida’ para uma discussão com os leitores. (Canavilhas, 2001)

É, portanto, a possibilidade de a palavra do leitor estar presente. No caso, então, do webjornalismo, a participação do público faz parte da própria “cartilha de produção”, integra a operacionalização da notícia.

3.2 Os *Media Accountability Systems*

O universo desta cultura participativa, evidentemente, não é restrito à internet. Aliás, a colocação em prática do que podem ser considerados mecanismos de participação do público é anterior à eclosão da rede. Veja-se o caso de um mecanismo clássico, esse mesmo que estamos tomando por objeto, o ombudsman, que data do final dos anos 60 do século passado. Uma sistematização bem desenvolvida do conjunto destes mecanismos de participação – eivada, também, de uma proposta política - pode ser encontrada em Bertrand

(2002). A terminologia principal usada pelo autor, contudo, não fala em “participação do público”, mas sim em “responsabilização da mídia”. Para fundamentar sua proposta, Bertrand traça um panorama pouco promissor do estado atual do jornalismo, em nível mundial. É dentro disso que os “Sistemas de Responsabilização da Mídia” (*Media Accountability Systems – MAS*) surgem como percurso possível a uma melhoria de qualidade dos meios de comunicação, sendo que as características principais de tais sistemas estariam justamente na participação do público que, em colaboração com os profissionais do jornalismo, passam a executar um “controle de qualidade democrático” (2002, p. 32) sobre a produção da mídia jornalística.

O quadro a ser melhorado descrito por Bertrand inclui uma série de deficiências presentes no universo jornalístico, tais como: 1) predomínio da lógica do mercado, fazendo com que o conteúdo das mensagens jornalísticas priorize o entretenimento no lugar de dar espaço ao serviço de informações de interesse público; 2) a concentração da propriedade dos meios, gerando o risco do monopólio da informação e a conseqüente perda de pluralidade dos pontos de vista²¹; 3) uma “tradição” jornalística desatualizada, que prioriza temas e angulações não mais em acordo com as necessidades e interesses do público. Caso da preferência que o noticiário dá às polêmicas, aos “furos jornalísticos”, à política, além da carência de abordagens contextualizadoras e explicativas e do procedimento tácito de não dirigir as notícias “à grande maioria dos cidadãos”, mas antes às pessoas que tomam decisões, às elites e aos colegas jornalistas; 4) uma situação de “incompetência” dos profissionais do jornalismo na sua tarefa de narrar o cotidiano, que acaba sendo aguçada pela complexificação da realidade social; 5) uma má compreensão algo generalizada das funções éticas do jornalismo.

Bertrand refere que historicamente encontram-se estabelecidas três soluções distintas que buscam um mesmo resultado, qual seja, o de fomentar uma mídia jornalística que consiga cumprir com as funções éticas delegadas pela sociedade. Uma destas soluções é a regulação através do Estado e das suas ordenações jurídicas – “a lei”. Outra é o mercado e os seus princípios de livre-regulação e desregulamentação. A terceira, mais recente, é a que o autor preconiza e que vai buscar na colaboração entre público e profissionais uma

²¹ “Os conglomerados vão comprando meios de comunicação de todos os tipos e estão aptos a fazer com que seus jornais, revistas, redes e estações sirvam antes aos interesses das empresas do grupo que aos do público.” (Bertrand, 2002, p. 18)

forma de controle sobre a qualidade dos serviços que a mídia presta à sociedade. Seria como que uma terceira via, alternativa que se coloca para suprir as falhas constatadas no controles propostos tanto pelo mercado como pelo Estado.

A definição que Bertrand dá para os MAS é rápida e precisa:

São quaisquer meios de melhorar os serviços de mídia ao público, *totalmente independentes do governo* (grifo nosso). Espera-se que atinjam seu objetivo aumentando a competência dos jornalistas e descobrindo (por meio da observação e análise) o que a mídia faz e não faz, em comparação com o que deveria fazer. E, sobretudo, os MAS capacitam os veículos de comunicação a ouvir as opiniões dos consumidores, a saber do que gostam, não gostam ou podem vir a gostar. Graças a eles, a mídia consegue descobrir, corrigir, explicar seus erros e equívocos, desculpando-se por eles. Esses sistemas são um misto de controle de qualidade, serviço ao consumidor, educação contínua e muito mais – não apenas, decerto, auto-regulamentação. Aos cidadãos, os MAS devolvem o direitos humanos que a casta dos profissionais da mídia costuma confiscar. (Bertrand, 2002, p. 35)

O autor faz a catalogação de “perto de 60” desses mecanismos, dando o nome de “arsenal da democracia” a tal conjunto. Diz que todos já foram implantados – em alguma parte e em alguma época – e que podem ser criados novos MAS. Bertrand aponta que “a originalidade do conceito reside” justamente nesta grande diversidade de meios para perseguir um “único objetivo”.

De fato, a diversidade de mecanismos enumerados na lista do autor é grande, tornando o conceito de MAS bastante abrangente. Não vamos citar a totalidade destes mecanismos, mas mencionar alguns deles, que, a nosso julgamento, serviriam para ilustrar a diversidade pretendida pelo autor. Alguns exemplos de MAS, portanto, são: códigos de ética de jornalismo; espaços para cartas de leitores, monitoramento e crítica de mídia (pelos mais diferentes meios); espaços de correção nas publicações impressas ou programas difundidos; movimentos organizados da sociedade civil; orientadores de ética atuando diretamente nas redações; ombudsman de imprensa; enquetes com leitores, clubes de leitores/ouvintes/espectadores; conselhos de imprensa, entidades empresariais e profissionais que atuem em defesa da ética no jornalismo; formação universitária para os profissionais (não obrigatoriamente em Comunicação Social); educação para leitura crítica da mídia em escolas; auditoria ética nas empresas de comunicação; pesquisas de opinião

feitas pelos próprios veículos; pesquisas acadêmicas sobre a mídia; premiações; e até mesmo livros e filmes informativos/críticos sobre a atuação da mídia.

Como se vê, o conceito não se restringe a arrebanhar meios onde a tônica seja a participação do público – muito menos se limita a mecanismos de participação como os que estamos estudando, e que se caracterizam por serem iniciativas que conclamam à participação do público, incentivando-o a interferir de modo mais direto sobre as rotinas de produção jornalísticas. No lugar disso, o que nos parece ser o principal traço distintivo do que Bertrand define como MAS é a presença de intenção de controle sobre a qualidade das produções jornalísticas, definitivamente sem a presença governamental. É controle sem coação estatal.

Bertrand apresenta classificações que se prestariam a definir os diferentes tipos de MAS. A principal classificação usada pelo autor faz a divisão entre mecanismos que se encontram sob diferentes formas: “documentos impressos ou difundidos, por radioteledifusão; pessoas, indivíduos ou grupos; e processos, longos ou curtos”. Outra divisão proposta por Bertrand nos chama a atenção: é a que separa os MAS em internos, externos e cooperativos. Os internos funcionam “exclusivamente dentro do próprio jornal ou emissora, constituindo propriamente a auto-regulamentação”. Os externos escapam ao controle da empresa jornalística e “demonstram”, segundo o autor, que “a responsabilidade pode ser imposta aos meios a sua revelia”, já que seu objetivo (a dos MAS externos) “não é arrancar indenizações para pessoas ofendidas, mas beneficiar o público em geral” (Bertrand, 2002, p. 42). Por último, os cooperativos, “que exigem que pessoas ligadas e não-ligadas à mídia trabalhem juntas”. Conforme o autor, estes últimos são “sem dúvida os mais interessantes, pois implicam que a imprensa, os profissionais e o público se aliem para promover o controle de qualidade”.

Pela classificação de Bertrand, o ombudsman é um MAS cooperativo, por reunir pessoas ligadas e não-ligadas à mídia. É um dado interessante: a lista dos quase 60 MAS apresentada pelo autor não inclui nenhum mecanismo sob a designação de “conselho de leitores”. A indicação mais próxima do mecanismo que estamos analisando no jornal Zero Hora é a de “Clube de leitores” em que, segundo Bertrand, “o veículo (o mais das vezes uma revista) reúne leitores/ouvintes/espectadores com talentos variados, introduzindo-os ao diálogo sobre seus serviços”. Ao que o autor acrescenta em uma nota de rodapé: “Os

‘clubes de rádio’ são há muito tempo uma instituição no interior do Níger (país africano), onde ajudam radialistas a melhor servir à audiência e, esta, a utilizar o material divulgado” (Bertrand, 2002, p. 38). Note-se que, pela descrição do autor, não apenas o público ajuda a mídia, mas a mídia ajuda o público (na utilização das mensagens).

3.3 O sistema de resposta social

Há uma vontade política bastante acirrada em Bertrand. Por vezes, o seu falar é ferino, como quando denuncia a indecência dos interesses comerciais da mídia. Braga (2006) propõe uma abordagem algo diferente, embora sua proposta de entendimento sobre o tema - mais abrangente que a simples existência de mecanismos de participação dos públicos - não esconda intenções de melhoramento da mídia. Contudo, suas preocupações teóricas são evidentes e parecem soar mais alto²².

A idéia de Braga é arrojada e também original, o que são coisas relacionáveis. A partir de uma matriz sistêmica de compreensão da sociedade, este autor propõe o fim do dualismo entre mídia e sociedade, entre produção e recepção. Sendo sua visão sistêmica, produção e recepção formam sistemas, ou melhor, são subsistemas de um sistemas maior (a sociedade e a mídia em seu conjunto), porém do qual também faz parte um terceiro subsistema, o “sistema de interação social sobre a mídia”, ou, mais sinteticamente, como define o próprio autor, “sistema de resposta social”.

A idéia de um subsistema que englobaria a resposta social que se dá à mídia só pode ser abstrata e abrangente. Conforme Braga, há uma invisibilidade deste sistema, que chegou a ser confundido, pelo próprio autor, inicialmente, com os procedimentos/dispositivos mais nitidamente visualizáveis de resposta social à mídia. O sistema de resposta social não corresponderia a estas atividades e a pesquisa, desse modo, não deve se desenvolver em torno da catalogação dos dispositivos críticos (o que nos parece que é o caso das propostas sistematizadoras de Bertrand). Precisaria estar localizado num patamar acima, como diz

²² Conforme se adiantou na Introdução, utilizarei a conceituação desenvolvida por Braga de modo mais intenso, e isso decorre do fato de ela me socorrer com parâmetros já elaborados que permitam comparar ombudsman e conselho do leitor. É por este motivo que as idéias deste autor são as que mais longamente desenvolvo neste capítulo.

Braga, e este patamar encontra-se no próprio nível em que está localizada a categoria da “interação social sobre a mídia”.

A sociedade, então, responde à mídia através de uma ampla processualidade. O processo pontual de uma fala de crítica à mídia, por exemplo, não pode ser confundido com um âmbito maior, o da interação, onde nem tudo é retorno à mídia, mas sim *resposta*. A diferença envolve saber que retorno é o que se produz direcionadamente em relação à mídia, alimentando-a de resposta.

A diferenciação que faz Braga é no sentido de que nem toda resposta volta de imediato para a esfera da produção. No lugar disso, algumas respostas “ainda que possam resultar em noções de retorno, não são atividades expressamente com este objetivo, sendo voltadas antes para o desenvolvimento de competências usuárias”. A resposta, diz Braga, também não é o que este autor chama de “interatividade estrita”: “ações de retorno direto e pontual do receptor para o emissor” (Braga, 2006, p. 23), como talvez seja o caso da interação entre webjornalista e webleitor que descrevemos logo acima com Canavilhas. Essa interatividade estrita, conforme definição do autor, é do tipo “conversacional” e pode ocorrer por rede informática, por correspondência, por escrito, por telefone ou por conversação pessoal. Ela comporta “casos particulares (certamente importantes e produtivos) dos processos gerais de interação midiática da sociedade” (p. 23). Braga contrapõe a esta noção justamente o conceito de uma “interatividade social ampla” para falar da circulação com retorno *diferido e difuso*, “ou seja, aquela na qual as informações circulam na sociedade, tornando-se domínio comum (em determinado âmbito) e, *nesse nível* (grifo no original), podendo chegar ao emissor como retorno”.

Circular, portanto, é importante. O envio direto, mesmo que seja importante e produtivo, como diz Braga, não teria a mesma relevância, do ponto de vista do comportamento sistêmico desses processos, do que essa circulação que engendra algo mais. O que se constitui é um “sistema de circulação difusa e diferida”. “Os sentidos midiaticamente produzidos chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura.” (Braga, 2006, p. 27). É diferente da mera circulação econômica de bens. Importa que se converse a respeito de um bem cultural que foi consumido.

Quando se trata de valores simbólicos e da produção e recepção de sentidos, o que importa mais é a circulação *posterior à recepção* (grifo no original). O jornal pode virar papel de embrulho e lixo, no dia seguinte, mas as informações e estímulos continuam a circular. O *sistema de circulação interacional* (grifo no original) é essa movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia. (Braga, 2006, p. 28)

Braga relata que postulava, inicialmente, a condição de sistema para o conjunto de objetos e ações concretas de resposta à mídia que ele chama de “dispositivos crítico-interpretativos” e que formariam então um sistema crítico-interpretativo. O problema, contudo, esteve em descrever as articulações existentes entre os componentes de um sistema assim, uma vez que tais componentes não vinculavam-se entre si através de estruturas concretas formalizadoras de tais vínculos, o que lhes permitiria formar com isso um sistema material. Não havendo vínculos materiais, estes dispositivos precisariam estar encaixados entre si através de vínculos no plano conceitual, das idéias. Fazer sistema, conceitualmente, envolve basear atividades em idéias comuns.

Não se trata de ações sociais formalmente concertadas, e sim de processos que, independentemente de sua origem, autoria e instituição, realizam no contexto social uma mesma funcionalidade sistêmica, com similaridades básicas de comportamento e resultados. Nesse patamar de abstração, “fazem sistema” mais conceptual do que físico. (Braga, 2006, p. 30)

Braga, portanto, propõe a existência de um comportamento sistêmico, no caso das atividades correspondentes a uma interação social sobre a mídia, a partir do plano conceitual abrangente. A totalização destas ações, permitindo a visualização de uma classe de atividades, se dá conforme parâmetros outros, “que não o da existência de vínculos institucionais organizados”. No lugar disso, age-se em comum conforme “um mesmo padrão cultural de hábitos, tendências e ‘lógicas’, e por objetivos comuns ainda que não conscientemente pré-negociados”.

Não há - e é isso que quer dizer Braga - interações formalizadas instituidoras dos diferentes dispositivos de resposta entre si, o que corresponderia a um nível estrutural de relacionamento. O que ocorre é que se tratam de dispositivos diferentes, oriundos de setores sociais diferentes que se relacionam com ações e produtos também diferenciados da mídia. Apesar de toda esta diferenciação, constata-se sempre entre diferentes modos de resposta, e diferentes modos de produção, relações de “contigüidades e tensionamento” que permitem

assim a “observação empírica racional e a reflexão comparativa”. Dentro disso, interessaria um fazer crítico como modo de constranger a qualidade na produção midiática.

Sempre houve no transcurso da história, diz Braga, o aprimoramento da qualidade dos produtos culturais por meio de dispositivos de interação crítica próprios da sociedade. Assim teria evoluído o teatro e a literatura, bem como, mais recentemente, o cinema. No caso da mídia de um modo geral, trata-se, diz o autor, do mesmo processo, que precisaria então ser reproduzido.

Braga fala da evidência de três modalidades de crítica midiática: a crítica acadêmica, que, conforme o autor, é excessivamente generalizadora em sua análise, esquecendo as especificidades dos produtos. A análise jornalística voltada, esta sim, para tais especificidades, porém por um viés, ele próprio, midiático, submetido às lógicas de comercialização. E, por fim, uma crítica oriunda da sociedade civil, ou de setores educacionais preocupados com a valorização de produtos, como no caso da televisão, um dos principais alvos destas formulações. Tal crítica careceria, no entanto, de “instrumentos adequados a algum tipo de efetivação” (Braga, 2006, p. 59).

Tomando o audiovisual como eixo da produção midiática, Braga usa o caso do cinema, que teria conseguido evoluir graças ao desenvolvimento de uma crítica competente, relacionada à análise de produtos específicos (e não à generalidade do meio). Os acertos devem ser repetidos, é o que parece querer dizer o autor. Mesmo havendo, no caso do cinema, interesses comerciais envolvidos, se teria conseguido desenvolver uma gama de bons produtos, o que atestaria não uma incapacidade estrutural para o desempenho cultural das organizações midiáticas em questão, mas sim o próprio potencial de desenvolvimento desta indústria com base na qualidade da crítica.

A razão, portanto, do insucesso da mídia, de um modo geral, enquanto produtora cultural, poderia estar, conforme as especulações deste autor, em um trinômio de forte recorrência, composto por “produção de baixo valor - dispositivos crítico-interpretativos limitados - interações sociais pobres”. Cumpriria então, ao se especular sobre a existência de um terceiro subsistema, criticar os próprios dispositivos crítico-interpretativos existentes, já que seriam eles os responsáveis pela elevação de qualidade da mídia.

A força de um dispositivo crítico-interpretativo viria do contraste, diz Braga. É preciso haver o choque. A contigüidade de um setor social em relação à mídia se gera

porque a mídia adentrou nos domínios deste setor. A tensão decorre justamente do fato de que lógicas anteriores, estabelecidas a partir de um antigo chão, já bem consolidado, estão se intercambiando com as lógicas da mídia. Logo, há interesse - pelo compartilhar de um pertencimento, uma contigüidade - em dirimir tensões. A análise dos dispositivos crítico-interpretativos deve evidenciar estas contigüidades e tensionamentos, tornando assim os diferentes dispositivos crítico-interpretativos comparáveis.

O que fará a validade de um dispositivo? Braga fala de estimular relações: que o sistema usuário desenvolva competências, que o sistema produtor possa ser atingido pelo que o sistema de resposta, com seus dispositivos críticos, produzirá. O que é boa crítica de mídia? Braga encosta então em um ponto fulcral: não se trata de entender, ou explicar a mídia, exteriormente, ou melhor, de uma crítica que se produza com a pretensão de ensinar usuários a compreender a mídia (a partir de um viés acadêmico, por exemplo). É preciso, então, fornecer critérios para não-escolados, que, com esses critérios, em termos ideais, não apenas procurarão entender a mídia, mas também buscarão estabelecer relações de um possível significado da mídia com seus próprios interesses e percepções sobre o mundo (o que significa uma ampliação de suas “competências de autonomia interpretativa e de autonomia de escolha”).

Efetivamente, Braga traça uma definição do que seriam os processos de geração destas instâncias autônomas, vinculando-as aos processos de percepção sobre a atividade de recepção. Assim, a definição de um usuário competente passa por definir as competências usuárias de seleção e de interpretação dos conteúdos da mídia. Selecionar abrange orientar suas próprias escolhas. Já as interpretações não estão separadas das ações de seleção. Envolve, para que emirjam noções acerca de sua competência, que se coloque, diz Braga, “a questão das possibilidades interacionais dos meios e de seus produtos”.

Como, em que condições, através de que processos (midiáticos e extramidiáticos), os usuários são (ou podem se tornar) competentes para fazer boas “edições” sobre a profusão de materiais informativos, estéticos e de entretenimento, de modo que os utilize em seu melhor interesse. (Braga, 2006, p. 62)

Braga conclui que uma necessária autonomia interpretativa decorre desta capacidade de fazer boas edições, que será, por sua vez, muito mais consequência de

determinações culturais do que individuais. As mediações de Martín-Barbero, diz Braga, ponto de possibilidade de autonomização dos indivíduos frente às mídias, vinculam-se a contextos extra-midiáticos, onde o midiático não penetrou completamente. A pergunta que o autor faz, então, é como se pode gerar tal autonomia onde a midiatização cultural é mais forte. A resposta é justamente a existência de um “bom subsistema de interações sociais sobre a mídia, incluindo a variedade e penetração social de dispositivos *críticos* (grifo no original)”.

A qualidade deste sistema de resposta requer, conforme Braga, que vários “dispositivos sejam socialmente gerados e que estes sejam produtivos”. Tal conceito de produtividade dependeria de dois fatores: 1) que o dispositivo seja “variadamente utilizado para (em diferentes processos de autoria) elaborar comentários pontuais”; 2) que o dispositivo

seja de forte disseminação na sociedade, isto é, que diferentes usuários da mídia desenvolvam competências para interagir com tais dispositivos e por meio deles - *reconhecendo* (grifo no original) as críticas e comentários pontuais que no seu âmbito se elaborem. (Braga, 2006, p. 73)

Cumprida essa obrigação, diz Braga, ocorre uma efetiva circulação do dispositivo, que pode ser cotejado com outros dispositivos e, especialmente “fornecer padrões de fala e apreciações pela sociedade”. Dispositivos críticos: a sua produtividade requereria especialmente uma possibilidade de alastrar-se socialmente, ou seja, efetivamente gerar reais interações. Como sabê-lo? A pesquisa empírica se encarregaria de prospectar as lógicas de funcionamento de cada dispositivo, avaliadas conforme um conjunto de parâmetros, que Braga trata de fornecer:

1) *Ponto de vista e relação entre crítica e objeto criticado*

É a relação, o jogo relacional entre sujeito a criticar e objeto a ser criticado. O que faz com que se estabeleça a ação crítica? Surge aí o ponto de vista, o que envolve saber a inscrição social do dispositivo crítico. Que reunião de interesses este dispositivo concerta em si? Jogo relacional, conforme Braga, envolve, no entremeio de crítica e objeto criticado, contigüidades e tensionamentos.

2) *Objetivos e motivações*

Pode haver aí, diz Braga, grande variabilidade de projetos. Por isso que os processos engendrados pelo sistema de resposta seriam diferidos e difusos, o que também se relaciona à questão do ponto de vista e das relações entre crítica e objeto criticado. Tal variabilidade corresponderia ao próprio conjunto de setores afetados pela mídia. “Gera-se assim uma série de clivagens relacionadas a perspectivas políticas, sociais, culturais, de defesa de reivindicações e questões sentidas como relevantes pela sociedade ou setores organizados desta” (Braga, 2006, p. 79). Tais perspectivas poderiam possuir ainda interesses e preocupações variadas, tais como valores éticos, estéticos e informacionais, qualidade de entretenimento, processos narrativos, defesa de interesses de usuários e valores profissionais. Também se inclui entre as motivações preocupações com o papel de formação informalmente exercido pela mídia.

3) *Interlocução, âmbitos de circulação*

Braga fala de uma variabilidade a quem a crítica se dirige. Isso estaria relacionado à própria angulação a partir da qual a crítica é proferida. A crítica será válida apenas se dirigida a especialistas, ou quer alcançar também leigos? O âmbito de circulação engloba esta definição mesma de um círculo restrito e exerce influência na construção da ação crítico-interpretativa que alimenta “a interlocução ampla na sociedade” (Braga, 2006, p. 81).

O livro em que Braga apresenta sua hipótese prospectiva contém a análise de dez casos empíricos²³, envolvendo dispositivos crítico-interpretativos diferenciados, a partir da qual o autor coteja suas pretensões de formulação conceitual sobre o sistema de resposta. Um destes casos, que Braga nomina como “autocrítica em jornais”, contém exatamente os dois dispositivos que são nosso objeto de pesquisa, ombudsman e conselho de leitores. Desse modo, o livro de Braga apresenta, com base nos parâmetros que mencionamos acima, uma análise comparativa entre um e outro mecanismo. A esta análise faremos

²³ Os casos são: autocrítica em jornais (ombudsman da Folha de São Paulo e Conselho do Leitor de Zero Hora); o site Observatório de Imprensa; cartas de leitores; a publicação de notícias, em jornais, sobre a própria mídia; os livros dos jornalistas Ricardo Noblat e Luís Nassif, e do acadêmico Arlindo Machado, que tematizam a mídia, a partir de diferentes pontos de vista; a crítica jornalística de cinema; o site Ética na TV; e a crítica jornalística de televisão.

referência logo abaixo, de modo a retomar seu conteúdo na etapa conclusiva do trabalho, quando então daremos consecução ao objetivo que definimos de, a partir de nossa própria pesquisa, também comparar tais dispositivos.

3.3.1 *A comparação entre ombudsman e Conselho do Leitor conforme o sistema de resposta social*²⁴

A quem pertence o ombudsman? Braga fala em contigüidades e tensionamentos. É porque há uma vinculação entre o sujeito crítico e o produto ou ação de mídia criticados, e uma diferença a ser cobrada, que se elabora a crítica. A contigüidade é a vinculação social. Neste caso, do ombudsman, se trata de uma relação da imprensa consigo mesma. Não é outro sujeito, com outra inscrição social, que critica a imprensa. Mas sim a própria imprensa. Produz-se assim uma “continuidade básica”,

uma vez que as práticas e os padrões referentes à produção jornalística são compartilhados entre jornalistas e ombudsman: o ‘olhar’ sobre o mundo da atualidade e sobre como apurar e expor acontecimentos é da mesma ordem. Não há distanciamento de origem que produza estranhamento de critérios ou prevalência oposta de parâmetros. (Braga, 2006, p. 102)

Dentro disso, afirma Braga, o “tensionamento possível” decorreria do fato de que há um objetivo expresso de que se proceda a uma avaliação entre pares. “Embora valores consensuais da profissão se ponham, no nível geral, como elemento articulador entre julgador e julgados, é a própria diferença de posições que tende a gerar distância no âmbito do específico”.

Braga acrescenta que sua análise da coluna do ombudsman da Folha evidenciara um caráter mais negociado que polemizador, como fruto deste pertencimento a um mesmo local sócio-institucional. O fato de o ombudsman, em sua crítica, dar voz aos profissionais responsáveis pela ação ou produto, “a simples possibilidade dessa negociação”, “gera uma crítica compreensiva e matizada, que funciona mais na sutileza que no embate frontal”. Além disso, o “grau de cobrança” é variado: com mais severidade em alguns casos e

²⁴ A análise que Braga faz toma por material empírico as colunas do ombudsman da Folha de São Paulo publicadas em 2003, bem como as colunas do Conselho do Leitor de Zero Hora, publicadas no mesmo ano.

voltado para uma ampliação do entendimento em outros (a maior severidade recairia sobre os jornalistas mais experientes).

Braga também fala da existência de um trabalho de “remissão mútua entre as práticas (concretizadas nas matérias) e os padrões jornalísticos que podem ser referidos a essas práticas. Os padrões estabelecem critérios de avaliação, mas as práticas também fazem refletir os padrões”. Esta, segundo Braga, pareceria ser uma característica do “processo profissional da crítica”, onde respeita-se a “posição pragmática do trabalho”, em contraste a uma crítica acadêmica, que tende a sobrevalorizar o conceito.

Há, afirma o autor, uma variedade de objetivos a serem cumpridos através da crítica, nomeadamente desempenhar uma sistemática de acompanhamento e avaliação do produto jornalístico; uma defesa do leitor, devido ao traço que caracteriza o dispositivo como ouvidoria; o aperfeiçoamento a longo prazo e a manutenção de boas relações com os leitores; uma melhoria da imagem do jornal, configurado a partir da receptividade ao público e da instituição de um processo crítico que é “escolado” e independente.

Dentro disso, quem exerceria controle sobre o trabalho do ombudsman? A conclusão a que o autor chega, a partir da leitura das colunas, é a de que o ombudsman legitima-se devido ao parecer de competência conferido pelos pares, que avaliarão o teor de justiça de suas críticas a partir de um parâmetro em comum, que é a própria capacidade de ser justo à maneira jornalística, através do padrão de objetividade pertencente a este campo (onde inclui-se, por exemplo, o procedimento de ouvir o “outro lado”).

As contigüidades e tensões específicas do ombudsman nascem então desse campo de relações. Há uma inscrição social: é o ombudsman entre pares, ou seja, tal inscrição é o próprio jornalismo. E há um conjunto de propósitos. Trata-se de cuidar, diz Braga, da boa aplicação de valores consagrados do jornalismo. O ombudsman prende-se à verdade do chão jornalístico, incluindo nisso o chão de uma mesma organização jornalística concreta. O tipo de distância forjada modula o teor da crítica.

Em termos de pontos de vista, e de contigüidades e tensões, a diferença básica do Conselho do Leitor em relação ao ombudsman é a de que o ponto de vista crítico remete-se ao trabalho de avaliação dos leitores. Estes leitores, contudo, em sua avaliação, não conseguiriam ultrapassar a mera manifestação de opiniões subjetivas sobre o produto.

A relação entre produtores e consumidores é então a base principal do processo. A continuidade seria dada pelos hábitos de leitura cotidiana (nesse sentido somos, os leitores de jornais, *conhecedores* (grifo no original) do objeto na posição peculiar de usuário). O distanciamento observacional (e provável elemento de tensão crítica) seria construído pela existência de dois lados entre os participantes das reuniões – as posições de oferta e de consumo – em que se ofereceria ao lado consumidor a possibilidade de avaliar expressamente o lado da oferta.

O ponto de vista das análises elaboradas é então o da defesa dos interesses dos usuários. Esse ponto, porém, pode ser construído segundo diferentes perspectivas e objetivos. É fácil imaginar, por exemplo, do lado do consumidor, uma posição em que se assumiriam “representantes” da sociedade enquanto leitores de jornal, ou pelo menos do jornal em análise. (Braga, 2006, p. 103)

Não haveria, portanto, a efetivação de um ponto de vista usuário enquanto representação coletiva. Os leitores, com isso, seriam apenas representantes de si mesmos. O que Braga depreende é que o conselho funcionaria segundo uma lógica de grupo focal, onde “os responsáveis por um produto de sentido sintonizam reações de usuários para uma percepção qualitativa com finalidades analíticas e corretivas do produto”, alertando que não se deveria tomar esta afirmação como conclusiva, já que a análise é limitada pelo fato de não se observar o conselho em si, mas apenas as colunas publicadas no jornal. O autor chega a comentar: “Insisto: esta impressão (quanto à semelhança com um processo de grupo focal) é produzida pela exposição textual rápida. É forte a possibilidade de que a reunião seja mais rica em sutileza, argumentos, percepções.”

É devido a esta limitação que Braga fica perguntando-se quanto ao modo de participação dos jornalistas neste dispositivo crítico, reconhecendo que, apenas a partir da observação da coluna seria impossível formular respostas minimamente conclusivas. A coluna, conforme Braga, permite inferir que as falas dos jornalistas assumem uma conotação de fala perita, que esclarece e ilumina o ponto de vista leigo. A pergunta que Braga deixa sem respostas procura especular quanto aos motivos desta conformação de falas, manifestada na coluna.

São as posições individuais dos leitores do Conselho que geram o tom pedagógico dos editores ou é o agenciamento “explicador” dos editores que determina um acantonamento dos conselheiros nas reações apenas impressionísticas? E ainda: as reuniões já funcionam com a tonalidade “pedagógica” ou é apenas a síntese exposta em coluna que passa essa impressão? Para dirimir, seria necessário fazer uma pequena pesquisa junto aos próprios conselheiros e editores, o que ultrapassaria os objetivos do presente estudo. Assim apenas constatamos, *na coluna* (grifo no original), essa específica construção de duas posições.

Em consequência dessa disposição, o que parece prevalecer, na coluna, é o ponto de vista dos editores com o ponto de vista dos usuários sendo objeto de referência dos editores para organizar suas falas. (Braga, 2006, p. 104)

A coluna, diz Braga, possui um objetivo explícito: “funcionar como exposição da crítica aos processos e produtos do jornal realizados pelos leitores”. Comparativamente em relação à coluna do ombudsman, também “deve marcar a imagem do jornal como preocupado em atender seus leitores e corrigir desvios” (105). Porém, no âmbito desta comparação, existem diferenças na maneira como se busca atingir tais objetivos. Enquanto o ombudsman orienta-se na sua crítica por padrões e critérios jornalísticos, as apreciações dos leitores, manifestadas na coluna do Conselho do Leitor, se conduziriam, antes, por critérios subjetivos.

Essa apreciação não parece (pela síntese publicada) particularmente dirigida para uma defesa dos interesses do leitorado em geral ou de conceitos expressos de cidadania, direito à informação ou valores de interesse público. Essas perspectivas eventualmente aparecem em falas de leitores, mas não de forma sistemática e sim tipicamente filtrada como “preferências”.

Assim, o objetivo de que o Conselho funcione como uma espécie de “voz do leitorado”, representando o público leitor como categoria usuária, se existe, não parece se realizar plenamente. (Braga, 2006, p. 105)

Outro objetivo do conselho, independente da coluna, seria funcionar como “informador qualitativo do jornal, um pouco como se fosse um grupo focal”. “Esse funcionamento corresponderia a um aporte para decisões internas de aperfeiçoamento - sobre temas para cobertura e sobre ângulos a serem trabalhados.” Braga salienta que não se trata de objetivo “menor nem criticável”. Porém faz um reparo: o de que “esse objetivo não corresponde exatamente à imagem passada pela publicação de uma coluna como se fosse um verdadeiro ‘controle’ pelos leitores”.

A coluna do ombudsman, conforme Braga, possui um interlocutor “básico”, o leitor. Dentro desse quadro, contudo, de uma interlocução geral, seria possível fazer especificações. A primeira corresponderia à existência de um leitor “crítico”, “já interessado”, “que busca os olhos esquadrinhador da coluna para cotejar sua própria percepção e/ou para aprender critérios de linhas de apreciação”. Braga afirma que a coluna guarda um potencial de estimular novas relações com leitores, propondo modelos

diversificados de interlocução. “É na oferta de um olhar diversificado de leitura que a coluna promete ter um alcance pedagógico a longo prazo, no que se refere ao sistema de resposta social.”

Além dos leitores, a coluna e o próprio ombudsman possuem uma interlocução prévia com os produtores do jornal. A avaliação proposta pelo autor sobre âmbito de circulação é a de que, apesar de quantitativamente restrito, se “promete um alcance direto sobre a própria produção (o que, como sabemos é um dos propósitos amplos das críticas, como processo de retorno e elemento modificador)”.

No caso do Conselho do Leitor, também há um circuito interno e outro externo. Em ambos, diz Braga, “os controles editoriais do jornal são maiores sobre o que seria a voz crítica, a dos leitores”, onde “tanto o alcance interno como o externo são condicionados por uma pauta”. No circuito interno, sobre o qual o autor pode apenas especular, porque é impossível ter acesso a ele apenas através da leitura da coluna, Braga diz parecer haver uma ausência de propriamente “negociações sobre critérios”, mas antes a exposição “pessoal de preferências, críticas e apreciações” dos leitores, que seriam então aceitas ou receberiam do jornal um “retorno explicativo-didático a modos de funcionamento do jornal que justificam posições adotadas”. No circuito externo, ou seja, a coluna, esta relação didática é “expandida para o leitorado em geral”. Diz Braga que ocorre então

um alcance pedagógico: não exatamente sobre padrões e critérios de avaliação/apreciação, mas sobre “técnicas” da produção jornalística. Embora tenha menos alcance crítico-interpretativo que o debate de critérios analíticos e de qualidade, é ainda assim informação relevante. (Braga, 2006, p. 108)

3.4 Conselhos de leitores: escassez de dados

Antes de entrar propriamente nos capítulos sobre o ombudsman e o Conselho do Leitor de Zero Hora, vale mencionar uma referência importante sobre os conselhos de leitores, único estudo que encontramos sobre o funcionamento deste mecanismo, afora o de Braga, o que ilustra a escassez de dados científicos sobre tal objeto e ajuda a argumentar em favor da importância de nossa pesquisa.

O estudo é o que Maia *et al* (2004) realizou, como parte de um estudo mais abrangente sobre a participação do leitor no processo de produção das notícias, junto ao jornal Correio Braziliense, da Brasília/DF, entre junho e julho de 2004, levando em conta a existência neste veículo de quatro conselhos de leitores, pertencentes a quatro diferentes editorias (Cultura, Revista D, Mundo e Cidades). A coleta de dados envolveu entrevistas com editores e repórteres.

Vale ressaltar que a problematização formulada por Maia envolve descobrir como os conselhos interferem sobre as representações que os jornalistas possuem a respeito do leitor. Com base em Wolf, Maia afirma que estas representações costumam ser altamente abstratas. Estariam já prontas e de certo modo cristalizadas, achando-se implícitas no conjunto do saber profissional dos jornalistas, formado nas escolas de jornalismo e na prática das redações. Dentro disso, a autora aponta um baixo interesse dos profissionais por tornar tais representações menos abstratas - o que poderia se dar através de um contato mais concreto com os leitores -, além de os jornalistas resistirem a tal contato em nome da preservação da sua autonomia profissional.

O relatório da pesquisa, segundo a própria autora, contém apenas resultados preliminares, já que as entrevistas realizadas corresponderam a somente um procedimento inicial de pesquisa²⁵. Neste contexto, a sua conclusão principal é de que “a constituição dos conselhos altera pouco o caráter fluido do leitor”. Esta é a resposta que a autora consegue obter para aquilo que, como se referiu acima, se nos afigura como sendo a principal preocupação de pesquisa de Maia, qual seja, a de saber como mecanismos de contato com um leitor empírico interferem sobre a representação altamente abstrata que os jornalistas tem do público. Veja-se os tópicos demonstrativos dos resultados arrolados por Maia:

Conselheiros e leitor-médio – Os editores e repórteres entrevistados emitem uma opinião generalizada de que os conselheiros se distanciam do perfil do leitor-médio do jornal. Isso porque se trata de leitores com um nível de interesse acima do comum com relação aos assuntos específicos de cada editoria. Além disso, o compromisso da leitura do jornal os

²⁵ Em contato pessoal com a autora, por e-mail, recebi a informação de que a pesquisa fora interrompida neste estágio, não tendo sido elaborado nenhum novo relatório, nem coletados mais dados.

torna leitores mais atentos, diferente do leitor que se encontra em uma situação normal de leitura.

Repercussões – Segundo a autora, os jornalistas entrevistados não conseguem elencar repercussões significativas das opiniões emitidas pelos conselheiros sobre as rotinas produtivas do jornal.

Modificações do conhecimento dos jornalistas sobre o público – Constatou-se que os conselhos não modificaram o grau de conhecimento que os jornalistas têm sobre os leitores. Parte dos entrevistados apontaram os conselhos como mecanismos, de fato, de “retorno” à produção jornalística. Mas a autora percebeu uma situação contraditória a essas afirmações, ao notar que as reuniões dos conselhos carecem de uma presença mais maciça dos jornalistas de cada editoria.

Nada mais resta, agora, do que passar aos capítulos de análise dos dois mecanismos distintos: ombudsman e conselho de leitores, o que se faz nos dois próximos capítulos. Primeiro, o ombudsman, em um texto que mistura pesquisa bibliográfica com entrevistas de fontes informadoras em primeira mão (os “provedores do leitor” com quem conversei em Portugal). Depois, o capítulo mais importante da tese, resultado da observação direta junto ao Conselho do Leitor do jornal Zero Hora.

Capítulo 4

O ombudsman de imprensa

O ombudsman de imprensa não chega a ser uma figura consensual. E a literatura que existe a seu respeito alimenta-se justamente desta falta de consenso. Basicamente, o que se discute é a capacidade de o ombudsman de imprensa assumir efetivamente a autonomia que ele chama para si. Tal autonomia, com efeito, seria o ponto sensível no conjunto das características que formam o perfil do ouvidor de imprensa. Sem ela, é como se a função perdesse sua razão de ser. Deste modo, a discussão que se organiza a seguir procura responder se o ombudsman consegue ou não ser autônomo. Procura-se mostrar, dentro disso, as condições que dificultariam ou que, por outro lado, beneficiariam sua autonomia. Acredita-se que este é o melhor procedimento com vistas à montar um painel amplo sobre a função do ombudsman. Precisamente o painel que precisamos face ao nosso objetivo de estabelecer um paralelismo entre o ombudsman e conselhos de leitores.

4.1 Um pouco da história

O ombudsman é uma função antiga, quando pensamos que não exclusiva à imprensa. Segundo Costa (1991), o termo “ombudsman” pode ser substituído por “ouvidor”, sem prejuízo de significado. Surgiu na Suécia, no século XVIII, para designar o ouvidor-geral. Diz o autor: “Definia o funcionário nomeado pelo governo para ouvir as queixas dos cidadãos contra os servidores ineptos e os desmandos da burocracia” (Costa, 1991, p. 15). Dissecando-se etimologicamente o termo, tem-se também que se trata de um “representante” (do sueco, *ombud*, representante; e *man*, homem, como no inglês). Esta

mesma figura, do ouvidor, que se atualizou na Europa em vias de ingresso na modernidade, existia na Antiguidade, mais precisamente no Império Romano, também vinculada às funções estatais.

Do Estado, ela salta para a imprensa, já no século XX. A definição precisa deste começo envolve alguma polêmica. Por anos, a imprensa americana teve-se como inauguradora (no final dos anos 60) da atividade no contexto da comunicação social, o que foi contestado por jornais japoneses, que diziam desempenhá-la desde a década de 20. Maia (2003) faz um relato de como a discussão em torno desta origem, travada no âmbito da entidade internacional que congrega os ombudsmen de imprensa - *Organization of News Ombudsmen* (ONO) - envolveu a defesa da manutenção do paradigma forjado pela imprensa norte-americana para orientar a definição do ofício. Ao final, prevaleceu o reconhecimento de que o conceito de ombudsman de imprensa teve sua origem no Japão, contudo não sem que se deprecie a qualidade do modelo fundado nesse país, em favor do reconhecimento de uma maior qualidade que seria inerente ao paradigma norte-americano.

A diferença de um modelo a outro se refere ao fato de que, nos Estados Unidos, os ombudsmen somente são entendidos enquanto tais se procederem à publicação das avaliações que fazem do jornal em que trabalham, sendo este o dispositivo fundamental o que lhes permite granjear a tão requerida autonomia - ao passo que no Japão não existe tal prescrição. Mais adiante retornaremos a este ponto.

A primeira experiência japonesa data de 1922, no diário *Asahi Shimbun*. O conceito japonês envolve não um ombudsman, mas um comitê de ombudsmen - grupo de pessoas designado para receber e investigar queixas de leitores. Outra diferença é que tais comitês tornaram-se uma prática comum na imprensa japonesa. Maia (2003) cita um levantamento de 1997, da Associação de Editores e Redatores de Joansi (*Nihon Shinbun Koykai*), informando que 56 de 94 diários japoneses pesquisados (de um universo total de 116 diários) tinham um comitê de verificação de leitores. A maioria desses comitês, diz Maia, tinha (em 2003) mais de 30 anos, “sendo que alguns são anteriores à Segunda Guerra Mundial”.

Tal disseminação não se verifica no resto do mundo, onde a figura do ombudsman de imprensa surge a partir das primeiras experiências nos Estados Unidos. Com efeito, o primeiro ombudsman de imprensa americano surge em 1967, para atuar em favor dos

leitores de dois jornais da cidade de Louisville, no estado do Kentucky, o *Louisville Courier Journal* e o *Louisville Times*. Seu nome era John Herchenroeder. O relato das circunstâncias que provocaram sua nomeação é constantemente evocado em textos que buscam dar conta da história da ouvidoria de imprensa, elaborados tanto por colegas de profissão como por acadêmicos. Em 1967, conforme este relato, dois artigos escritos por jornalistas²⁶ abordaram os problemas enfrentados pela imprensa norte-americana e prescrevem, segundo Maia (2003), a adoção de “alguns remédios”, entre eles a instalação “de uma instância crítica nos jornais que se empregaria na defesa (sic) e na investigação de erros cometidos por jornalistas”. Oito dias após a publicação do segundo artigo, na *New York Magazine* (o primeiro havia sido na revista *Esquire*), o diretor dos dois jornais de Louisville decide adotar a função do ombudsman em seus veículos, convidando o experimentado jornalista John Herchenroeder para assumi-la.

Empenhada em analisar o processo de “escrita e reescrita” da história do ombudsman de imprensa, Maia anota que o primeiro ombudsman não tinha a atribuição de publicar uma coluna com suas críticas. Tarefa, a propósito, que não chegou a ser prescrita pelos autores dos artigos na *Esquire* e *New York Magazine*. É somente em 1970 que surge o primeiro ombudsman a adotar tal procedimento, R. Harwood, do *Washington Post*. A criação do cargo neste jornal é considerada um divisor de águas. A noção do recebimento e análise das queixas de leitores é ampliada. O ombudsman é agora um conceito onde torna-se fator distintivo a publicação de uma coluna onde se faz a exposição crítica do próprio jornal e ao conjunto da mídia informativa. O modelo surge em contraste com a experiência dos jornais de Louisville que, segundo a direção do *Washington Post*, não era “verdadeiramente nada mais do que um esforço promocional um pouco maior. Ele não é cortante para penetrar no coração do problema da credibilidade (Foisie *apud* Maia, 2003). Ao mesmo tempo, a iniciativa do diário de Washington significava um extrapolamento, com a chegada do ombudsman, antes restrito a dois jornais de âmbito regional, a um veículo da grande imprensa americana, transformando-se assim em modelo para outros jornais. Maia sintetiza assim o significado da implantação do cargo no *Washington Post*:

Estabelecida no *Washington Post*, a função de ombudsman consegue preencher dois critérios de grandeza que estavam

²⁶

Ben Bagdikian e A. H. Raskin.

ausentes na configuração do *Courier Journal*. A ouvidoria de imprensa se encontra engrandecida pela posição do *Post* no espaço jornalístico estadunidense e, em seguida, internacional, em virtude da repercussão do caso *Watergate*, e pela publicação de colunas, atribuição que constitui o dispositivo principal da retórica de legitimação da função de ombudsman. (Maia, 2003)

Antes do *Washington Post*, contudo, o ombudsman de imprensa também já havia sido implantado na Suécia, no ano de 1969 (Mendes, 2002). Tratava-se de uma iniciativa do Conselho de Imprensa deste país, conforme o autor, não estando vinculada a nenhum jornal específico. Em 1972, aparece o primeiro ombudsman de imprensa do Canadá, no jornal *The Toronto Star*, de Toronto (Mendes, 2002, p. 30). Maia (2003) registra que a função chega à Europa, em 1986, através da instituição do cargo de *Defensor del Lector* no diário madrileno *El País*. O prestigioso *Le Monde*, na França, implantará a função, rebatizada de *médiateur*, somente em 1998. Portugal havia dado início à sua experiência com o “provedor do leitor” um ano antes, nos diários lisboetas Público e Diário de Notícias. Na América Latina, o ombudsman surge pela primeira vez no Brasil, com a Folha de São Paulo, em 1989.

É correto dizer que a função aparece em quase todos os quadrantes do planeta. Mas seria um equívoco pensar que foi larga a sua disseminação. A *Organização of News Ombudsmen* (ONO), criada em 1980, com sede em Sacramento, Califórnia, Estados Unidos, reúne associados de vários países. Contudo, o total de seus membros nunca alcançou uma centena. Em seu livro “O Relógio de Pascal”, onde Caio Túlio Costa faz o relato da sua experiência como o primeiro ombudsman da América Latina, a ONO é apresentada como o “mais restrito clube internacional de jornalistas” (com 51 membros, em 1990), sugerindo-se que os jornais que haviam integrado o ombudsman de imprensa à sua rotina faziam parte de uma espécie de elite do jornalismo mundial – os poucos, em todo o mundo, que haviam dado o positivo passo de implementar a função. Ao mesmo tempo, não é difícil encontrar na literatura (acadêmica ou não) sobre o tema a afirmação de que o baixo número de jornais com ombudsman ao redor do planeta poderia se ancorar na justificativa da falta de coragem que os jornais teriam para expor seus próprios erros.

Porém, ao mesmo tempo ocorre ainda registros como o de Blongren (1999), dando conta de que na reunião anual da ONO, em 1996, o principal tema do encontro envolveu a extinção do cargo de ombudsman em uma grande quantidade de jornais sob o argumento da

contenção de custos. Maia (2003), ao analisar o processo de constituição da história do ombusman de imprensa, assinala que um dos motivos pelos quais a ONO passou a reconhecer a anterioridade da existência do ombudsman nos jornais japoneses, em um “trabalho de deslocamento” (que permitiu enquadrar os japoneses como agentes legítimos do ofício) foi a necessidade de ampliar a quantidade de ombudsmen em atuação no mundo.

A especificidade japonesa não foi (...) uma razão para repelir e não aceitar os representantes desse grupo no seio da associação de ombudsmans. Como a função de ombudsman de imprensa permanece em dificuldade de progressão numérica – nos Estados Unidos, num universo de 1500 diários, 44 ombudsmans são associados à ONO, sendo que três desses cargos estão vagos – a associação de ombudsmans de imprensa não pode se autorizar a rejeição de candidaturas de pessoas exercendo funções que não correspondem à representação paradigmática. (Maia, 2003)

Em 1996, o número de membros ativos da ONO chegava a 49, sendo 31 nos Estados Unidos, 5 no Canadá, quatro no Brasil, três na Espanha, e um na Colômbia, Equador, Japão, Inglaterra, Israel e Paraguai, além de 34 membros associados e honorários (Mendes, 2002).

4. 2 O que faz o ombudsman

Como se referiu acima, o conceito de ouvidoria nunca esteve restrito à imprensa. Espalhando-se por diferentes áreas, a partir da sua aplicação estatal, tal conceito granjeou ampla difusão geográfica. Deste modo, o universo por ele constituído é bem mais amplo do que aquele formado exclusivamente pelos ombudsmen de imprensa.

Blongren (1999) anota que o conceito de ouvidoria, a partir da Suécia, evoluiu lentamente, “o que acabou por lhe garantir respeitabilidade, já que foi se aprimorando aos poucos”. No século XX, expande-se para outros países escandinavos, como Finlândia e Dinamarca. “E, apesar da fama do ombudsman sueco, o dinamarquês foi responsável pela difusão dessa instituição. A partir dos anos 50, a instituição ganha dezenas de países, estando hoje (1999) presente em mais de 70 nações, das quais doze na América Latina e Caribe” (Blongre, 1999).

O conceito de ouvidoria (não restrito à imprensa) sempre esteve ligado à apresentação de queixas pelos indivíduos usuários dos serviços ou produtos de uma determinada organização pública ou privada. Ou seja - diz Blongren -, “desde que surgiu está associado à proteção dos direitos individuais”. A definição usada pela Associação Brasileira de Ouvidores (ABO) ajuda a delinear melhor a função. De acordo com esta definição, descrita por Blongren, a ouvidoria

“É um serviço oferecido à população para receber críticas ou sugestões referentes ao desempenho de órgãos públicos ou empresas privadas”. E um ouvidor “é um funcionário de um órgão público ou privado que tem a função de acolher e analisar rapidamente as reclamações e sugestões do público usuário que se sente preterido ou prejudicado nos seus legítimos interesses”. Essa pessoa deverá “garantir o equilíbrio na relação entre fornecedores e clientes na solução de divergências, buscando a satisfação do cidadão”. Ainda de acordo com a ABO, uma ouvidoria “recebe e analisa as reclamações e sugestões dos usuários, encaminhando as informações aos setores competentes para atendimento. Acompanha, também, as providências adotadas, cobra soluções e mantém o cliente informado. Ela deve funcionar como um canal permanente de comunicação rápida e eficiente”. (Blongren, 1999)

Evidentemente, a implantação do conceito de ouvidoria no contexto da imprensa gera características específicas para a função. Na condição de um dos vários tipos de ouvidor que foram criados, o ombudsman de imprensa tem sua função primordial vinculada ao recebimento de queixas em nome da proteção de direitos dos usuários da imprensa (não apenas jornais, mas também de emissoras de rádios e televisão). Conforme Restrepo (2003), o que se encontra em questão, neste caso, é o “direito à informação de qualidade”.

O ponto de vista de Barber (2003) parece corroborar esta postura. Tal autor apresenta uma pergunta básica para falar sobre o ombudsman: “Qual é o motivo verdadeiro e último que faz com que um meio de comunicação estabeleça um ombudsman para si?”. A que ele responde com a afirmação de que, a par da diversidade de respostas existentes, haveria uma espécie de consenso em torno de um “ponto crucial”: o fato de que “a atividade jornalística não é perfeita, é melhorável”. Sendo que esta vontade de aperfeiçoamento concorre para a consecução de dois objetivos “indissolivelmente unidos”. O primeiro, alcançar a excelência profissional. O segundo, servir com eficácia ao cidadão. No caso do primeiro objetivo, o autor arrola objetivos específicos, onde estão: fomentar o respeito à ética

jornalística no exercício da profissão; prevenir o corporativismo entre os profissionais; melhorar a comunicação interna da empresa jornalística; estimular a autocrítica do jornal; aumentar sua credibilidade; prevenir e corrigir erros de ortografia e informação. Já no caso do objetivo de o jornal prestar serviço eficaz ao cidadão através do ombudsman, os objetivos específicos são: formar o cidadão como consumidor da informação (numa atuação pedagógica); e impulsionar a participação ativa dos públicos. Ou seja, considerar o jornal melhorável significa preocupar-se com sua qualidade. Ao fim, Barber aponta “o amparo e a proteção do conjunto de direitos que possuem os públicos como cidadãos destinatários da informação” como “ a justificação mais última e transcendente” para a adoção a figura do ombudsman.

Costa dá a entender, em “O Relógio de Pascal”, que este serviço de melhoria de qualidade encontra-se estreitamente vinculado à exatidão da informação. Como quando ele se reporta às pulsões iniciais que fizeram surgir a função nos Estados Unidos:

Desde o começo do século (XX) a imprensa americana ensaiou passos no sentido de institucionalizar uma tarefa (do ombudsman) a cada dia mais útil – tanto para o leitor, que deixa de consumir informação errônea, quanto para as vítimas da própria imprensa. De sobra, os jornais vêm crescer sua credibilidade (Costa, 1991, p. 19).

Como veremos mais adiante, as atividades do ombudsman (que compõem o perfil do seu trabalho) são extremamente variados. As práticas foram se diversificando ao longo do tempo e também na medida em que iam sendo instituídas em diferentes países. Maia relata que a entidade internacional surgida em 1980 para aglutinar a função – a ONO – “entrem voluntariamente as fronteiras da ouvidoria de imprensa, o que torna possível o alargamento das fronteiras do grupo” (2004). Ou seja, a diversidade foi aceita, o que acabou por se refletir em uma flexibilidade de definições em torno do perfil do trabalho do ombudsman de imprensa.

É em 1982 que a ONO divulga suas *guidelines*, ou diretrizes, dando conta deste perfil, em termos de objetivos a perseguir e os meios utilizados para tanto:

Os objetivos de um ombudsman de jornal devem ser:

1. Aperfeiçoar a equidade, exatidão e responsabilidade do jornal.
2. Aumentar sua credibilidade.

3. Investigar todas as queixas e recomendar ação corretiva quando for o caso.
4. Alertar o diretor de redação sobre todas as queixas.
5. Fazer conferências ou escrever para o público sobre as linhas, as posições e as atividades do jornal.
6. Defender o jornal, publicamente ou em particular, quando for o caso.

Alguns dos meios de que o ombudsman dispõe para chegar a seus objetivos e cumprir suas tarefas incluem:

1. Uma coluna.
2. Memorandos internos.
3. Reuniões com as equipes.
4. Questionários.
5. Conferências

O ombudsman deve ser independente e esta independência deve ser real. Ele deve responder apenas à pessoa com a mais alta autoridade na redação. (Costa, 1991, p. 34)

Em 1999, a ONO publica um texto em que, conforme Maia, estão explicitados “os pontos definidos pelas diretrizes (estas que citamos acima), enquanto as múltiplas maneiras de trabalhar do ombudsman são salientadas, sem nenhum caráter obrigatório”. Segue um trecho desta publicação da ONO, pinçado por Maia:

Dois ombudsmans não trabalham exatamente da mesma maneira. Entretanto, eles examinam geralmente a imparcialidade, a imprecisão e o equilíbrio das informações, dos *features*, das fotografias e de outros elementos gráficos. Eles fazem relatórios para os responsáveis na redação sobre os artigos publicados que não satisfazem tais critérios.

Eles investigam e respondem aos comentários e às queixas relativas às informações e aos *features* publicados ou difundidos. Eles obtêm explicações dos editores e de outros membros da redação para os leitores, os ouvintes ou os telespectadores.

Alguns acompanham a preparação de correções. Outros redigem os boletins internos sobre as opiniões e as queixas dos leitores. Vários ombudsmans de imprensa escrevem colunas regulares que tratam de assuntos de interesse público e de agravos específicos. Quando necessário, as colunas podem criticar, explicar ou elogiar.

Outros ombudsmans lançam ou animam fóruns públicos ou comitês consultivos de leitores no esforço de se conectar mais estreitamente com os leitores. Muitos dão conferências para diversos grupos públicos ou privados para explicar as práticas midiáticas. Alguns expedem questionários de exatidão para as pessoas citadas nos artigos de informação e solicitam comentários.

Em empresas jornalísticas de pequeno porte, os ombudsmans de imprensa estimam necessário assumir outras obrigações relativas às informações. Mas em todos os casos, os ombudsmans de imprensa têm geralmente funções consultivas e não disciplinares. (ONO, 1999, *apud* Maia, 2004)

Deste apanhado talvez seja possível extrair algumas orientações gerais do trabalho do ombudsman, que ultrapassem a especificidade de cada tarefa, sempre formatada de acordo com os contextos específicos e evidentemente complexos. Em primeiro lugar, encontra-se o aspecto receptivo, inerente à *audição de queixas provenientes do público*. É o que se vê em meios e ações como “animar fóruns ou públicos ou comitês coletivos de leitores”, e “expedir questionários de exatidão para as pessoas citadas nos artigos”. Ainda sobre este aspecto, deve-se dizer que o ombudsman não apenas age a partir de queixas externas mas também acionado por sua própria percepção e leitura crítica do jornal.

Em seguida, o aspecto referente ao *processamento interno das informações*. O ombudsman investiga queixas efetuadas pelo público e delas dá conhecimento tanto à direção do jornal quanto à redação. É o que está presente em ações, ou meios descritos nos textos acima, como “fazem relatórios para os responsáveis da redação”, “investigam e respondem aos comentários e às queixas”, “redigem boletins internos sobre as opiniões e as queixas dos leitores”, “obtem explicações dos editores e da redação”, “memorandos internos”, “reuniões com as equipes” e “questionários”. Por fim, o ombudsman dá retorno, *exterioriza a informação que foi processada internamente*, seja de modo individualizado para cada leitor, seja para a opinião pública em geral. É o que se vê em ações ou meios de ação como “escrevem colunas regulares” e “investigam e respondem aos formulários e queixas”.

Deve-se salientar que em nenhum dos textos fala-se explicitamente da atividade de ouvir leitores, provavelmente por tal atividade já estar subentendida no próprio exercício da função. Aproveitamos, no entanto, para citar Mendes, que encosta neste ponto, ao afirmar que são “oferecidos vários canais de comunicação aos leitores, como cartas, fax, e-mail, telefonemas e, até mesmo, visitas ao escritório do ombudsman” (2002, p. 17).

A propósito deste último aspecto, deve-se lembrar que o ombudsman não defende os leitores, mas também o próprio jornal, procedimento este que é exteriorizado através do retorno individualizado aos leitores, das colunas e do que no texto da ONO aparece como dar “conferências para diversos grupos públicos ou privados para explicar as práticas midiáticas”. É importante também mencionar que muitas vezes, conforme o modelo adotado, o ombudsman atua como um crítico de mídia, analisando não apenas o veículo em

que atua, mas a imprensa de um modo geral. Para tanto, não pode prescindir de um espaço de publicação, como as colunas veiculadas nos jornais. Quando o ombudsman assim procede, se dirá que ele é mais um dos atores presentes no espectro midiático a praticar o *media criticism*.

É importante apresentar ainda a sistematização feita por Mesquita sobre este mesmo ponto. Tal autor definiu assim o que chamou de “sete níveis de ação do ombudsman de imprensa”:

1. Ele discute o jornal em suas próprias páginas, prolongando no espaço público o debate sobre as decisões editoriais que tradicionalmente não saíam das redações e do meio jornalístico (função *crítica* e *simbólica*);
2. Estabelece uma ponte com os leitores, respondendo às reclamações e às críticas (função *mediadora*);
3. Cuida da retificação dos dados inexatos e incompletos, apelando se necessário, para peritos (função *corretiva*);
4. Recomenda à hierarquia medidas destinadas a reparar atos susceptíveis de lesar os direitos dos leitores (função *persuasiva*);
5. Explica aos leitores os mecanismos de produção jornalística, desde a relação com as fontes até a seleção das informações (função *pedagógica*);
6. Ele pode, por sua crítica, influenciar (eventuais) decisões dos editores e jornalistas (função *dissuasiva*);
7. Pode favorecer o debate sobre temas políticos, econômicos e sociais (função *cívica*). (Mesquita, 2002, p. 236-237)

4.3 Domínios de controvérsia

Como adiantamos no início deste capítulo, a questão do ombudsman de imprensa organiza-se em torno de uma polêmica em especial: discute-se, acima de tudo a possibilidade de sua autonomia. A crítica mais freqüente que se lhe faz é a de que, ao fim e ao cabo, o ombudsman não conseguirá produzir a crítica incisiva a que se propõe, uma vez que encontraria limites como seu pertencimento à profissão jornalística, de um modo geral, e a alguma empresa jornalística, de modo específico. É esta uma situação que costuma produzir uma acusação, ou suspeita, bastante recorrente: a de que a adoção do ombudsman pela empresa jornalística não passa de uma estratégia de marketing ou relações públicas. Esta crítica é como um ato de desmoralização do ombudsman - é como atingi-lo em seu ponto fraco. A raiz de boa parte de tal polêmica estaria justamente no fato de tratar-se, o

ombudsman, de um mecanismo de auto-regulação. E o que vale salientar: a acusação de que o ombudsman não reúne condições suficientes para ser um verdadeiro crítico parte tanto da academia, como do meio profissional, como também dos usuários não especializados. Tem-se, portanto, que a instituição do ombudsman de imprensa nasce e desenvolve-se com um problema constante a ser solucionado: o de forjar sua própria credibilidade. Os formatos que ele se esforçará por assumir decorrem em grande parte das suas tentativas de responder a esta demanda.

Uma sistematização bem apanhada das polêmicas que o ombudsman gera é a procedida por Fidalgo (2002). Este autor organiza a discussão sobre o ombudsman em “cinco domínios básicos de controvérsia”, que teriam surgido no bojo de um debate protagonizado por “defensores e opositores desta ‘instituição’, entre entusiastas e críticos, entre mais otimistas e mais pessimistas”. Os cinco domínios são: “a sua (do ombudsman) independência, o seu espaço de autonomia, o seu papel primordial dentro de um leque de opções possíveis, o(s) seu(s) poder(es) e, enfim, o seu grau de utilidade e eficácia para os diversos atores implicados no processo de recolha, tratamento, edição, difusão e recepção de informação”. Será importante especificar cada tópico, tendo por auxílio o roteiro proposto pelo autor.

Independência – Na categorização proposta por Fidalgo, corresponde à questão quanto à possibilidade de o ombudsman transcender os vínculos laborais que o prende à empresa que o contrata, conseguindo assim produzir uma crítica incisiva.

O problema que se coloca é saber se esta contradição é insanável, deixando o Provedor²⁷ refém de um duplo e tendencialmente conflituante “dever de lealdade” – tanto para o exterior como para o interior – ou se, apesar disto, as pessoas chamadas a desempenhar este cargo conseguem conciliar as diferentes lealdades e atuar de modo efetivamente independente. (Fidalgo, 2002)

²⁷ O autor, português, emprega a terminologia adotada em seu país para a função da ouvidoria de imprensa, “provedor do leitor”. Cumpre esclarecer que este autor é também um dos provedores que entrevistei em Portugal. As referências às entrevistas com os provedores portugueses aparecem a partir da segunda metade deste capítulo.

Autonomia – Se avizinha à questão da independência. Neste caso, contudo, envolve a capacidade que o ombudsman teria ou não de superar seu vínculo não com a organização jornalística que lhe paga o salário, mas com a instituição do jornalismo, com os padrões culturais da profissão. Como diz Fidalgo, o saber jornalístico é “muito recomendável para a função em causa”, o que faz com que comumente a pessoa que ocupa o lugar do ombudsman, sendo jornalista, carregue tal contradição para o exercício da função. Fidalgo frisa que esta contradição se localiza no âmbito da subjetividade do ombudsman, na maioria das vezes um jornalista com longa experiência, “profundamente” enredado no *‘ethos da profissão’*. “E a dúvida está em saber se um grande conhecimento das práticas e dos valores profissionais do jornalismo, muito recomendável para a função em causa, não arrasta consigo, nestes casos, uma efectiva incapacidade de ‘quebrar’ com eles quando seja imperioso.”

A diversidade de papéis – Aqui, a questão é basicamente formulada pelo autor nos termos de uma certa ambigüidade dentro da qual o ombudsman parece situar-se, e que corresponde a uma divisão básica entre voltar-se para o interior, a redação do jornal, ou para o exterior, “o universo de leitores e, mais globalmente, a opinião pública”. Ou, como ainda explica Fidalgo, os ombudsmen

(...) parecem ir buscando e encontrando seu papel sempre algures entre dois pólos uns mais conflituantes, outros mais complementares: entre o pólo dos leitores e o pólo dos jornalistas (ou constituindo-se, eles, na própria ponte que os liga, e favorecendo percursos nos seus dois sentidos), entre o pólo da exposição/condenação dos erros praticados e o da explicação (quando não justificação...) dos constrangimentos que podem estar na sua origem, entre o pólo de “relações públicas” do jornal/da empresa e de “crítico de imprensa”. (Fidalgo, 2002)

Ou seja, há uma ambigüidade que é inerente à função e que poderia ser explicada pela natureza da constituição do cargo: o ombudsman é providenciado pela própria empresa jornalística para atuar como se fosse um agente externo. Neste contexto, ele nunca é unilateral. Ele deve tanto atacar como defender a empresa e a instituição, no sentido de aperfeiçoá-las. Ao mesmo tempo, deve defender os leitores, mas nunca de modo incondicional, podendo voltar-se contra eles, tirando-lhes a razão. E é nesse ir e vir, diz

Fidalgo, que o papel desempenhado por aquele que ocupa o cargo vai se constituindo. A polêmica estaria em saber qual seria o papel prioritário.

O poder – A polêmica reside na limitação dos poderes que são concedidos ao ombudsman. Fidalgo lembra que esse poder, limitado, concentra-se especialmente na possibilidade de fazer a exposição pública de sua reflexão crítica, utilizando para isso as páginas de seu próprio jornal. Trata-se, conforme uma definição de Mesquita citada por Fidalgo, “de um poder de influência e de palavra”. Tal poder, apesar de representar “uma nada desprezível força simbólica”, acaba não satisfazendo “todos os observadores do universo mediático”, diz Fidalgo.

A eficácia – Corresponde a saber, frente a tal limitação de poderes, qual o tipo de resultado concreto ou utilidade deve-se esperar do ombudsman. As posições basicamente se dividem entre aquelas que consideram o estabelecimento da reflexão crítica, e seu estímulo entre jornalistas e leitores, como um ganho e um avanço no processo de responsabilização da mídia, e os que consideram tal ganho insuficiente para justificar a implementação do cargo.

Ao longo do restante deste capítulo, os cinco domínios de controvérsia definidos por Fidalgo se tornarão visíveis nos tópicos desenvolvidos, apesar de não seguirmos o roteiro de polêmicas exatamente como este autor propôs.

4. 4 Diversidade de definições

A diversidade de definições sobre o papel do ombudsman, com efeito, é um ponto de polêmica facilmente detectável na literatura, o que coincide prontamente com um dos cinco domínios de controvérsia definidos por Fidalgo. Logo acima, havíamos traçado, em linhas gerais, as funções da ouvidoria de imprensa. No presente tópico, a intenção é aprofundar este ponto, procurando explicitar as polêmicas existentes em torno das definições sobre o papel do ombudsman.

O ofício da ouvidoria de imprensa foi se fazendo ao longo das últimas quatro décadas e o que muitos autores apontam é a insistência, de fato, de uma grande diversidade de perfis para o ofício, ao mesmo tempo em que se consolidaram uma série de semelhanças. Um primeiro dado difícil de ser negado refere-se às diferenças entre culturas. Fidalgo assinala que

o simples fato de o Provedor do Leitor assumir diferentes designações em diferentes latitudes (desde o original sueco “*ombudsman*” até o francês “*médiateur*”, passando pelo americano “*reader’s representative*” ou pelo espanhol “*defensor del lector*”) é já, por si, expressivo sinal de como lhe são atribuídos, direta ou implicitamente, papéis razoavelmente diversos. Ou de como são diversas as expectativas que sobre a sua função se depositam. (Fidalgo, 2002)

Os textos de Maia dão conta de dois perfis básicos, facilmente relacionáveis, dentro disso que Fidalgo aponta, a diferenças culturais: os modelos norte-americano e japonês. O modelo japonês não comporta o decisivo *go public* incorporado à função pelos americanos. Conforme Maia, a construção do ombudsman nos Estados Unidos determina fortemente a “representação paradigmática” do ofício defendida pela ONO. Do ponto de vista desta representação, diz Maia (2003), “se o ombudsman não publica colunas, ele arrisca a ser apenas um simulacro da função e tomar a forma de um serviço de atendimento ao cliente”. Contudo, conforme foi apontado acima, e de acordo ainda com Maia, a ONO optou por alargar as fronteiras desta representação, de modo a que os ombudsmen japoneses fossem aí incluídos.

Restrepo (2003) dá um sinal de como a entidade ONO dá margem para a existência da diversidade, não congelando a função. No trecho abaixo, ele menciona as diferentes figuras a que pode recorrer o ombudsman para compor sua identidade.

No hay un modelo único de defensor, no puede haberlo. Entre los cerca de 50 defensores de todo el mundo que nos reunimos en San Diego, convocados por la Organization of News Ombudsman, había el ombudsman pedagogo, el ombudsman magistrado, el investigador e incluso el ombudsman reportero. (Restrepo, 2003)

Com efeito, Aznar (1998) anota a existência de uma dimensão individual no exercício da função, onde “la labor del ombudsman depende en gran medida de sus cualidades personales y profesionales y del grado de compromiso ético de cada medio”. Um texto de Alba (2003) começa tentando refletir esta situação. Traz a imagem de dois “defensores del lector” de importantes jornais espanhóis, José Maria Casasús, do *La Vanguardia*, de Barcelona, e Malén Aznárez, do *El País*. Casasús está ao final de seu mandato, ao passo que Aznárez, apenas o começando. Nisso, o que os une, na perspectiva traçada por Alba, é o aspecto solitário e empírico da atividade, cujo aprendizado se dá no dia-a-dia. É o caso de Aznárez, que ao assumir o cargo em um dos principais jornais da Europa, encontra-se, conforme o relato de Alba, em alguma medida sem referências para começar seu trabalho. Não há transmissão de saberes do ombudsman que a antecedeu. Precisar aprender sozinha. Diz o autor:

“Estas son dos estampas de defensores del lector en España – una que empieza apenas, otro que ya se acerca al final de su periodo – que reflejan la naturaleza solitaria e empírica de una actividad que se construye a sí misma a partir de la acumulación de experiencia diaria.” (Alba, 2003)

Alba chama a atenção, contudo, para o fato de que tais experiências se desenvolvem em “contextos jurídicos, deontológicos, políticos y sociales de los que no son ajenos y que, de país en país, marcan los derroteros por los que deberán ajustar su actuación, aun cuando no lo saben”.

Maia (2003) indica explicitamente que a estratégia da ONO envolve não constranger esta diversidade. Tal estratégia cumpriria diferentes funções, ligadas especialmente à necessidade de construir uma certa imagem da ONO, junto a um público externo, constituído pelas empresas jornalísticas e a sociedade em geral, como uma entidade pluralista, que não busca uma excessiva padronização da atividade de ombudsman de imprensa. Leia-se:

A falta de delimitação das fronteiras da ouvidoria preenche (...) uma grande função estratégica no discurso de justificação e de legitimação da função. A extensão do título serve para responder às denúncias de que a ONO participa da uniformização das atividades profissionais dos ombudsmans, o que é contrário à concepção liberal de imprensa, e, em último caso, dos jornalistas.

Trata-se de um argumento utilizado pelos opositores da criação da ONO (Jacoby, sem data). A diversidade das atribuições e das rotinas de trabalho dos ombudsmans de imprensa responde também aos que poderiam distinguir na associação de ombudsman um dispositivo de homogeneização do grupo e de restrição da sua autonomia de ação. No mais, a extensão do título permite contrabalançar certos obstáculos na mídia. Mostrar a elasticidade da função de ombudsman serve ainda para escamotear as reservas dos diretores das empresas jornalísticas, porque ela deixa aos próprios atores a missão de juntar as atribuições para forjar o seu ombudsman. (Maia, 2004)

Maia anota, contudo, a existência de um outro trabalho discursivo de legitimação, por parte da ONO, que tem como alvo um público interno, ou seja, os próprios ombudsmen, já associados da entidade. Para esses, o “modelo paradigmático” é aquele que dispõe de maior autonomia no tratamento da informação. E o ombudsman do *Washington Post* aparece como “modelo ideal”. Assim, o que a autora detecta é a existência de duas grandes ênfases distintas no exercício da atividade. Uma, baseada na crítica, e que, para funcionar como tal, não consegue prescindir de uma série de dispositivos de obtenção de autonomia. E outra, que se afasta “um pouco” desta perspectiva, para concentrar-se “no papel de melhorar a relação mídia-público”. Ambas, contudo, são prescritas, autorizadas, pela ONO.

É exatamente esta mesma distinção que a Maia (2002) diz encontrar quando analisa o desempenho de dois ombudsmen diferentes, atuando em jornais diferentes e em contextos sócio-culturais também distintos: o ombudsman de Folha de São Paulo e o *médiateur* do diário parisiense *Le Monde*. Tomando por base as colunas semanais publicadas nestes jornais, a autora constata que, no caso da Folha, tais colunas “se caracterizam pela primazia da crítica no tratamento da informação”, “em detrimento da tarefa de responder reclamações formuladas por leitores”. Sua análise engloba 254 colunas, publicadas de janeiro de 1994 a junho de 1999. Neste universo, 63 textos (24,8%) não continham manifestações dos leitores. Já no *Le Monde*, de 195 leitores colunas publicadas entre abril de 1994 e junho de 1999, apenas seis colunas (3,17%), “deixam de citar as comunicações de leitores”.

No total, o ombudsman da *Folha de S. Paulo* é modelizado como uma instância de crítica do noticiário que procede a apreciação do tratamento da informação sem necessariamente responder às reclamações dos leitores, enquanto o *médiateur* do *Le Monde* se constitui como um mecanismo de relação entre os leitores e o

jornal que justifica as escolhas editoriais e redacionais, incluindo constantemente nas suas colunas as reclamações dos leitores. (Maia, 2002)

Mendes (2002), tendo por base a pesquisa de Maia, propõe que se entenda a ouvidoria do jornal francês como algo bastante diverso do modelo norte-americano, no caso adotado pela Folha de São Paulo. A grande diferença, diz ele, é que o “mediador francês não provoca a separação” em relação à redação do jornal, uma das características do modo autônomo do exercício da função que o modelo americano tanto apregoa. Diz Mendes:

A grande diferença (entre os ouvidores francês e norte-americano) é que o mediador não se coloca distante ou independente da redação. Quando ele fala da redação utiliza o pronome “nous” (nós, em francês). Ele, inclusive, apresenta-se como um porta-voz dos jornalistas. Em vez de criticar a conduta dos jornalistas, ele procura explicar como ocorre o processo jornalístico. (Mendes, 2002, p. 58)

Não apenas mais próximo dos jornalistas, o *médiateur* seria também mais próximo dos leitores. Escreve sua coluna com base nas reclamações que recebe. Além disso, conforme Mendes, no *Le Monde* ele tem a função de selecionar o material que será publicado na sessão de cartas do jornal. Porém, cuida apenas das cartas de leitores, e não de “fontes jornalísticas, ou de grupos organizados, que pleiteiam direito de resposta”.

Um texto de Aznar (1998) procura sistematizar semelhanças e diferenças na prática do ombudsman de imprensa. As semelhanças, diz ele, começam por uma função consensual: receber, investigar e dar respostas às queixas do público. Depois, é comum entre os ombudsmen, diz este autor, os limites da sua capacidade sancionadora. E, por fim, a abstenção que fazem de julgar páginas editoriais e de opinião (com a exceção de erros ou ofensas graves). A partir daí, diz Aznar, o que há são variações. Ele menciona as seguintes: a procedência do ombudsman (se de dentro ou de fora do próprio jornal e mesmo do próprio meio jornalístico); o tempo de duração dos mandatos; e a publicação ou não da coluna semanal.

Rey (2003) oferece uma sistematização semelhante, porém mais detalhada. Sua base de conhecimento é uma pesquisa com 21 casos de ombudsman de imprensa na América Latina. Entre as semelhanças, também anota em primeiro lugar, como Aznar, a mediação entre o público e o veículo de comunicação. Depois aparecem a “completa autonomia” do

ofício; as limitações temporais; os materiais primários com que trabalha (basicamente conformados pelas reclamações dos leitores); a “coluna dominical”; a localização na hierarquia do veículo jornalístico que resguarde a posição de independência; a existência de um referente normativo para a orientação da tarefa; como os manuais de estilo e redação. A lista de Rey inclui ainda, entre as semelhanças itens mais subjetivos, como a condição solitária do ombudsman e “una cierta austeridad para realizar un trabajo que requiere distancias, equilibrios complejos e afirmaciones de independencia”.

No caso das diferenças, Rey aponta para a existência de distintos mecanismos de distância ou aproximação com a redação; diferentes modos de levar adiante as funções pedagógicas do ombudsman; os sistemas de nomeação da pessoa que ocupará o cargo²⁸; o pagamento de honorários pelas próprias empresas jornalísticas; a procedência do ombudsman (se de dentro ou de fora da empresa jornalística). Rey também afirma que as diferenças mostram “matizes” e, sobretudo, formas de adaptação de um “ofício em construção” às realidades de um entorno que transforma-se com rapidez.

Como é perceptível, as sistematizações de Aznar e de Rey respondem a critérios diferentes, e por isso terminam com resultados tão diferentes entre si. Podemos discorrer um pouco sobre tais disparidades. Em primeiro lugar, há uma base diferente de observação. Aznar não especifica qual sua base (ao longo de seu texto, apenas faz referências a jornais espanhóis como *La Vanguardia* e *El País*, que possuem ombudsman). Já Rey tem por base a observação empírica de 21 casos de ombudsman de América Latina. Talvez por isso mesmo sua sistematização resulte mais pormenorizada. Essa riqueza de detalhes, no entanto, por vezes, dá a impressão de na realidade tratar-se de tópicos elaborados sem maior rigor. Vide a situação em que o autor arrola como item de diversidade a adesão voluntária dos veículos à adoção do ombudsman (apenas com a exceção dos canais colombianos de televisão, que o adotam por força de lei). Ora, havendo apenas uma exceção, tal característica deveria figurar no campo das semelhanças e não das diferenças.

De igual maneira, chama a atenção como dois itens, que representam diferenças na lista de Rey, encontram-se como semelhanças na relação de Aznar, nomeadamente, a publicação das colunas semanais e a adoção de limites temporais para a duração do mandato. Neste

²⁸ Rey dá o exemplo do jornal mexicano *Público*, de Guadalajara, México, onde o nome apontado pela direção do jornal é submetido à apreciação de um conselho de leitores (ou conselho editorial, o autor não deixa claro).

último caso, enquanto a existência de uma variedade de limites é considerada por Aznar como um fator de diversidade, Rey considera a existência em si do fato de haver um limite como fator de unificação. No caso da publicação das colunas, Aznar vê a existência de dois tipos diferentes de atuação: o ombudsman que publica; e o que não publica. Já Rey, provavelmente de acordo com sua base empírica, diz que “a coluna dominical é outra coincidência do ofício”. Tais listas de semelhanças e diferenças foram produzidas sob condições diferentes, o que provavelmente nos ajuda a tornar um pouco mais claro o quanto os conhecimentos sobre a atuação do ombudsman de imprensa ainda carecem de uma melhor organização.

Há um dado, contudo, que colabora com uma sistematização mais eficaz. É a coincidência ente os dois autores de que a função de mediação entre público e veículo jornalístico é um fator de semelhança entre as diferentes experiências de ouvidoria de imprensa. E, no caso dos dois autores, também coincide a ênfase ao se dizer que tal função mediadora é a função primordial do ombudsman.

Veja-se agora o quanto esta ênfase na função mediadora coincide com o resultado de uma pesquisa realizado pela ONO entre seus afiliados em final de 1996, citada por Maia (2004). Tal sondagem procurou “identificar as atividades profissionais” dos ombudsmen. Como resultado, aparece que a “única atribuição unânime” “é a recepção de reclamações e sugestões dos leitores”. Já a publicação de colunas para externalização da crítica (ou de programas de rádio/televisão) era desempenhada por um bom número de ouvidores (93%, ou 26 de 28 entrevistados). Maia acrescenta:

Se ela constituía um ato profissional bem habitual, a coluna não era unanimemente considerada a parte do trabalho mais significativa. Quando perguntados sobre a parte de trabalho considerada mais importante, o acesso dos leitores aos editores e à instituição recebeu 9 respostas. Em seguida, vieram as colunas (7) e investigar e responder as queixas (4). (Maia, 2004)

Com efeito, essas atribuições encabeçam a lista organizada por Mesquita (2002) onde se encontram os “sete níveis de ação” do ombudsman de imprensa. O autor não especifica uma hierarquia para estes sete níveis. Contudo, a função que Mesquita define como “crítica e simbólica” (exercida com base na publicação da coluna) é a primeira da lista, sendo seguida da função “mediadora”. No conjunto de seus textos, contudo, Mesquita deixa claro

que considera a função crítica e simbólica como a principal atribuição do ombudsman imprensa.

Em Fidalgo (2003), é possível obter um dado corroborador da preferência que recebem essas duas funções (crítica e mediação) em um inquérito que esse autor realizou com membros da direção e da redação de três jornais portugueses que possuíam ombudsman. Foram 255 inquiridos de um universo de 457 pessoas (ou seja, uma amostragem de 55%), através de um questionário com 25 perguntas fechadas, onde se fez a pergunta sobre como poderia ser definida a função do ouvidor. Conforme Fidalgo, foram fornecidas várias hipóteses, pedindo-se que fossem selecionadas até três, de modo hierarquizado. A hipótese “boa ligação do jornal com leitores” (função de mediação) ganha 82% de citações no total, somadas as respostas nas três diferentes colocações, enquanto a hipótese “instância de reflexão para jornalistas” (função crítica) alcançou 78% das citações (foi citada em 78% das respostas, seja em primeiro, segundo ou terceiro lugar).

Todos esses dados talvez nos permitam voltar a Maia, que em seus textos permite que se estabeleça uma divisão básica quando se trata de pensar no perfil de atuação do ombudsman de imprensa. De um lado, está o privilégio à crítica. De outro, o privilégio à mediação. O que a autora nota, contudo, é que, apesar de ocorrerem divisões de preferência (e aqui pode ser visto um dos cinco domínios básicos de controvérsia arrolados por Fidalgo, o que discute “o papel primordial (do ombudsman) dentro de um leque de opções possíveis”), ambos são legitimados pela ONO. Para além desta situação de reconhecimento institucional, também é possível afirmar que tais funções não se excluem completamente. Ou será diferente? Se não, vejamos.

A prática da crítica conseguiria prescindir da sua função mediadora? Mesmo que, nas colunas, não se faça a crítica prioritariamente com base nas reclamações dos leitores, não há como um ombudsman deixar de estabelecer a mediação jornal/leitor que, de certo modo, é como que um pré-requisito para que a função da ouvidoria seja entendida como tal. Contudo, é possível ao ombudsman não exercer a pleno a função crítica do modo como a ONO a define – basta, para tanto, não fazer uso da coluna. Mesmo assim, deve-se lembrar, por exemplo, do *médiateur* do *Le Monde*, pesquisado por Maia, que, a par de priorizar a função mediadora, faz uso de uma coluna.

4.5 Dispositivos de autonomia

Como já se afirmou, a autonomia é o grande ponto sensível nas polêmicas que se estabelecem sobre o trabalho do ombudsman. A ouvidoria de imprensa despende uma significativa quantidade de energia no sentido de dar mostras ao exterior da sua capacidade de ser autônoma. Tal é uma das principais constatações de Rey (2003), a partir da sua observação de casos em jornais latino-americanos. Diz este autor que o trabalho do ouvidor é claramente um “exercício de independência”. Há no ombudsman, afirma Rey, um movimento constante de afirmação desta independência, de demonstrações ao exterior que sinalizam para tal disposição, e que acabam por se traduzir na criação de diferentes mecanismos de independência.

Maia (2004) dá a estes mecanismos o nome de “dispositivos de autonomia profissional”. Tal autora afirma que estes mecanismos “são empregados para distinguir as divisões internas da função e para colocar em circulação uma definição ‘forte’ da ouvidoria de imprensa, divulgada para os públicos interno e externo desse espaço profissional”. No caso do público interno, ou seja, os próprios ombudsmen, Maia defende a tese de que se cumpre uma função específica: a de estabelecer a diferença entre um ouvidor efetivamente autônomo e mais próximo da “representação paradigmática da função” e aqueles que não ultrapassaram o limite de apenas constituir “serviço de atendimento ao cliente”.

Se tais demonstrações ao exterior existem, não significa que consigam cumprir sempre de modo satisfatório sua função de convencimento. Apesar de se buscar a independência, e de se tornar clara esta busca, ocorre a persistência da incredulidade ou do ceticismo, ou seja, nem todos se deixam convencer. Com efeito, repete-se, este seria o grande ponto sensível a mover a polêmica em torno do ombudsman. É o que atesta Aznar (1998), ao apontar para o que considera “a mais séria objeção” que se tem levantado perante o ombudsman: a de que é difícil realizar uma crítica competente e rigorosa de dentro do mesmo veículo jornalístico em que se trabalha e de quem se recebe o salário.

Fidalgo organiza os domínios básicos de controvérsia em torno do ombudsman, mas não os hierarquiza explicitamente, apenas começando sua lista de cinco tópicos justamente com o item da independência. A lista do autor português coloca como segundo item, logo

abaixo do domínio da independência, a questão da autonomia. Como já dissemos, tal lista não é explicitamente hierarquizada. O autor, contudo, afirma que as questões da independência e autonomia em “alguma medida” se relacionam. Conforme já abordamos anteriormente, pela terminologia do autor, “independência” se refere à liberdade necessária, do ombudsman, em relação à organização jornalística concreta. Ao passo que “autonomia” diz respeito à liberdade necessária para o ouvidor se desprender da sua subjetividade jornalística, formada ao longo de seus muitos anos de experiência profissional.

Efetivamente, trata-se de um campo fértil para a polêmica. A seguir, pretendemos mostrar como ela se desenrola a partir da menção dos diferentes “dispositivos da autonomia profissional”, nos termos de Maia, e das desconfianças que estes dispositivos suscitam.

4.5.1 A coluna

Tal dispositivo evoca os basilares princípios da publicidade e da crítica, os mesmos a partir dos quais se fundam uma série de instituições que compõem a esfera pública moderna, entre eles a própria imprensa. No caso dos jornais, consiste na publicação de uma coluna (geralmente de periodicidade semanal), que surge como possibilidade de proceder a *meas culpas* em público. É o definitivo poder do ombudsman. Se o jornal não quiser admitir aquilo que o ouvidor, após investigar e avaliar, considerar ter sido um erro, resta a possibilidade de tornar estas circunstâncias de conhecimento público, para juízo de leitores. É onde o mecanismo de funcionamento deste mecanismo bate em seu fim. É o máximo que ele pode fazer. Não pode ir adiante. O sistema de acordos existente em seu interior não permite.

Maia (2004) relata que nos Estados Unidos formou-se um consenso sobre a necessidade de uso da coluna. É o que se chama de um definitivo “*go public*”, conforme a autora. Sem ele, o ombudsman não alcançaria resultados desejáveis. Constituiu-se, assim, um modelo norte-americano, difundido em vários outros países, sendo que sua invenção remontaria ao estabelecimento do ombudsman do *Washington Post*. Aos poucos, foi se espalhando para outras publicações. Al Jacoby (2002) relata como passou a escrever sua coluna enquanto ombudsman do *San Diego Union*, na segunda metade da década de 70. A narrativa é um

testemunho das idas e vindas da função. Conta como a coluna apareceu no jornal, não sem antes envolver um intenso processo de negociação com o editor-chefe do jornal, Gerald Warren.

Warren queria (...) uma crônica semanal dirigida aos leitores pelo mediador. Certos ombudsmen no país escreviam uma crônica e outros não. Hesitei no início, pois queria instruções claras quanto ao que poderia, ou não poderia, escrever – e queria saber quem teria o direito de rever, ou de censurar, minha prosa. Embora nunca se tenha chegado a uma declaração de princípios escrita sobre essas questões, Warren e eu pusemo-nos finalmente de acordo sobre algumas regras oficiosas: eu podia escrever sobre qualquer assunto sem ser censurado; a crônica não seria modificada, nem uma palavra trocada sem minha permissão. Só Warren teria o direito de suprimir uma crônica; eu compreendia que podiam ocorrer circunstâncias, por mim ignoradas, podendo levar Warren a recusar um de meus artigos. Por seu lado, Warren compreendia que eu pudesse decidir não escrever mais crônicas se uma delas fosse censurada. (...) Na prática, esse entendimento foi perfeito. Minha liberdade de escrever jamais foi, uma vez sequer, restringida. Nenhuma crônica foi emendada ou proibida. O apoio de Warren nunca me faltou. (Jacoby, 2002, p. 225-226)

O relato dá justamente conta de como se estabeleceu uma independência da qual Jacoby, como ombudsman, não admitia abrir mão. Não bastava ter a coluna, cuja proposta de criação partia do editor-chefe. Era preciso ter a garantia de que haveria liberdade de expressão em um terreno melindroso – as falhas do próprio jornal. Ao final do relato, é como se Jacoby precisasse fornecer ainda um novo atestado quanto ao cumprimento do acordo que havia sido estabelecido. Ele precisa reforçar, perante uma audiência externa (no caso, os leitores do seu relato), que nunca foi cerceado em sua liberdade de exposição. Como se quisesse dar um último golpe na persistente suspeita de que o jornal esconderá seus erros.

Sim, como saber se não haverá, ainda no fundo dos dispositivos de independência, ostensivamente tornado visíveis, algum acordo remanescente entre as partes, em nome do segredo; um resíduo de resistência à admissão do erro? Pode-se dizer, então, que o ombudsman *vive sob suspeita*. O depoimento de um distinguido ombudsman norte-americano, Arthur Naumann, relatado por Aznar, torna-se capaz de ilustrar a constância de tal peso e o modo como esse ouvidor procede para lhe fornecer alguma resposta.

Cuando a Arthur C. Nauman le planteaban la cuestión de su independencia respondía: “Por supuesto que recibo mi paga cada dos semanas, igual que todo el mundo. Todo lo que por favor le pido es que lea mi columna. No tan sólo una, sino durante un mes o dos y entonces podrá juzgar si soy independiente”. (Aznar, 1998)

Conforme Maia (2004), a coluna representa o principal dispositivo de autonomia do ombudsman. Mesquita refere-se a ele como a “principal força” do ouvidor de imprensa, localizada em um quadro institucional que estabelece limites claros para o desempenho da função. Tal força estaria justamente na possibilidade de “influenciar e de falar”, em contraponto à perspectiva de dotar o ombudsman de poderes reais sobre as definições dos rumos da política editorial. Falando - ou seja, escrevendo - publicamente, o ombudsman desempenha um papel simbólico que seria capaz de influenciar tanto o jornal, internamente, quanto o público. Sobre o jornal, recai o peso de ver suas falhas expostas. Como demonstra um depoimento de Benjamin Bradlee, então redator-chefe do *Washington Post*, jornal que ela primeira vez usou tal dispositivo

É dirigindo-se ao público que o ombudsman do *Post* adquire a influência de que precisa. Isso impede que os diversos responsáveis pela redação deixem cair no esquecimento que quer que seja. Você tem lá um representante que diz “não façam isso, rapazes, vocês erraram o golpe. Não estiveram à altura das suas ambições”. (Bradlee *apud* Glasser, 2002, p. 215-216)

Para os leitores, ainda conforme Mesquita, a coluna do ombudsman significa o desempenho de um importante papel pedagógico. Ele cita Carlos Chaparro nesse sentido:

O que o mediador faz de mais importante (...) é oferecer aos leitores sua reflexão semanal (...) O mediador é um observador privilegiado e um analista das ações jornalísticas com enorme potencial educativo. Ele incomoda os repórteres, os redatores e os editores arrogantes porque pode ensinar muito aos leitores, fazendo deles participantes críticos do processo jornalístico. (Chaparro *apud* Mesquita, 2002, p. 236)

Desta situação, conforme Mesquita, não se obteria apenas um valor pedagógico, mas também um valor de transparência, perturbando uma circunstância que seria comum ao mundo da mídia jornalística, pela qual seus agentes lutam pela visibilização das demais

instituições – baseando nisso seu ofício – enquanto manteriam uma certa opacidade em torno das suas próprias práticas. Mendes anota uma percepção semelhante: a de que uma das principais funções do ombudsman, para a qual conta com o recurso decisivo da coluna, é “desvelar o processo jornalístico” (2002, p. 89). Para tanto, este autor coloca como frutífera a ação de ombudsmen que realizam investigações sobre problemas no processo de produção das notícias e que haviam resultado em falhas editoriais (detectadas preliminarmente pelos leitores ou pelos próprios ouvidores). Mendes sustenta que procedimentos dessa ordem transcendem o mero interesse do leitor individualizado e alcançam os “interesses públicos”, funcionando como uma contribuição do ouvidor de imprensa a essa ordem de valores.

Mendes salienta, contudo, que não é raro as colunas se preocuparem com questões que aponta como “negativas”, ou que não contribuiriam para a consecução de tal objetivo, mais elevado. Seria o caso, por exemplo, da utilização intensiva das manifestações de leitores sob a forma de uma “prestação de contas” das queixas recebidas pelo ombudsman. Mendes avalia que esta situação permite que se perca a oportunidade “de afrontar o processo midiático” (2002, p. 86). Outro procedimento infrutífero, segundo ele, compreenderia estabelecer análises comparativas entre diferentes veículos de imprensa. Apesar de essas comparações trazerem informações relevantes, diz o autor, “elas apresentam algo de conhecimento público e valorizam a concorrência entre as empresas” (2002, p. 87). Como se vê, tal autor coloca sua ênfase na importância de o ombudsman trazer a público aquilo que, sem a sua intervenção (e sem o recurso da coluna), espontaneamente permaneceria oculto²⁹.

Também valeria destacar que, nas colocações de Mendes, é possível encontrarmos-nos, novamente, com a diversidade de perfis de atuação do ombudsmen. E, mais ainda, com a indicação de que, mesmo publicando a coluna, o ombudsman não obrigatoriamente estará

²⁹ Ao apresentar, no texto citado, sua demanda pelo “desvelamento do processo jornalístico”, Mendes fornece exemplos de episódios vividos por ombudsmen que seriam exemplares da consecução deste objetivo. Tais exemplos se referem aos seguintes episódios: o desmascaramento de “uma reportagem inverídica”; a apuração de “dois casos sérios de plágio”; a revelação do que seria o baixo índice de credibilidade das previsões meteorológicas publicadas nos jornais (de cada três previsões, uma seria falha) . Em todos estes casos, conforme o relato de Mendes, os ombudsmen empreenderam investigações cujos resultados foram relatados em suas colunas. Os exemplos são retirados da atuação de ombudsmen na Folha de São Paulo e n’O Povo (Fortaleza/CE).

cumprindo o ideal traçado pela “representação paradigmática da função” (Maia, 2003) recomendado pela ONO a seus ombudsmen associados.

Talvez Glasser vá ainda um pouco mais fundo na questão. Para este autor, a diversidade de definições do papel a ser cumprido pelo ombudsman pode gerar qualquer coisa, menos o desempenho de uma função com um perfil tal, como havia sido prevista pelos dois de seus principais idealizadores nos Estados Unidos, Ben Bagdikian, e A. H. Raskin, que em 1967 publicaram os artigos que serviram de estopim para surgimento do primeiro ombudsman de imprensa no país. Diz Glasser:

Quer sejam chamados “ombudsmen”, “representantes dos leitores” ou outra coisa, raramente preenchem o papel que Raskin e Bagdikian haviam previsto. Nenhum participa do conselho de administração de um jornal, como desejava Bagdikian; e nenhum tem realmente o poder de “passar à ação após queixas justificadas”, como propunha Raskin. É certo que a maioria dos ombudsmen não possui a independência e a autoridade que sua função parece implicar. Não representam os leitores senão no sentido em que qualquer empregado na loja de departamentos representa os clientes. Podem, é certo, tentar servir às necessidades e aos interesses da comunidade local, mas no fim das contas precisam agradar à direção do jornal (Glasser, 2002, p. 217).

No caso das colunas, o que este autor aponta é algo parecido: podem ser muitos os ombudsmen que as empreguem (2/3 dos afiliados da ONO em 1994, é o dado apresentado pelo autor), mas raramente com a capacidade crítica que se deveria esperar. A principal afirmação de Glasser – autor bastante crítico, deve-se dizer, com relação aos resultados que vêm sendo obtidos pelo ombudsman de imprensa – é que não se consegue ultrapassar a barreira posta pelo fato de que os ouvidores são também jornalistas que, habituados com a profissão, dão os leitores apenas justificativas para o que se apontou como erro. Encontra-se aí, precisamente, o problema da autonomia face ao saber jornalístico, como o define Fidalgo. Diz Glasser:

Sendo *experts*, com anos, frequentemente dezenas de anos, de experiência dentro da sala de redação, os ombudsmen têm tendência a explicar, e no fim das contas a justificar (mais do que questionar e criticar) as tradições e os valores do jornalismo dos grandes veículos de comunicação. (2002, p. 219)

Tal situação, conforme o autor, faz com que, “com algumas exceções notáveis, essas crônicas preenchem uma função de relações públicas para o jornal”. Glasser cita, para ilustrar o que diz, um já bastante divulgado estudo, publicado na *Columbia Journalism Review*, que afirmou constatar nesses textos, após a análise de 800 crônicas escritas por ombudsmen, “que a desculpa é mais corrente do que a crítica incisiva”. Desde a realização desse estudo (em 1984³⁰), afirma o autor, “poucas coisas mudaram”. Vale a pena reproduzir quase na íntegra um longo trecho em que Glasser aborda a questão:

Certamente, os ombudsmen usam muito suas crônicas para repreender seus jornais, se violaram princípios do jornalismo profissional. Mas seu comentário visa comumente o erro de julgamento de um indivíduo. Eles aceitam implicitamente e citam as normas institucionais e os valores da redação (sobre os quais estão fundadas as regras profissionais)³¹: raramente os questionam. Além disso, usando suas crônicas para responder às perguntas e queixas dos leitores, os ombudsmen renunciam ainda mais a sua distância crítica e a sua independência de ponto de vista. Muitos leitores querem saber por que o jornal deixou de publicar seus quadrinhos preferidos: poucos são os que levantam o problema da estrutura e do controle da sala de redação.

Em suma, as crônicas do ombudsmen, embora sejam às vezes interessantes e instrutivas, fornecem raramente um mínimo do que o ideal de uma imprensa socialmente responsável exige: uma “tradição crítica da imprensa, sistemática, persistente e intelectualmente robusta”. Por essas palavras, Jim Carey, atualmente professor de jornalismo na Columbia University, quer dizer crítica de imprensa, na imprensa, mas certamente não pela imprensa: “Não queremos que a imprensa nos eduque sobre a imprensa assim como não queremos que o Departamento de Estado nos ensine Relações Exteriores”.

Quando a imprensa volta-se para si mesma, o que faz freqüentemente quando suas práticas provocam a indignação do público, reportagens e comentários (incluindo os comentários dos ombudsmen) tendem a restringir o debate e a limitar a crítica circunscrevendo a discussão aos jornalistas e a outros peritos internos ao mundo da mídia. Esta “contemplação narcisista”, para retomar a fórmula maldosa mas justa de Barbie Zelizer, isola a imprensa dos observadores externos cuja crítica poderia colocar a controvérsia num nível completamente diferente. “Criando um fórum que é estruturalmente protegido da crítica externa, o jornalismo apresenta-se como uma das raras instituições em nossa sociedade que, simultaneamente, tem o direito de se autocorriger e nenhuma obrigação de apelar para

³⁰ Costa, 1991, p. 20.

³¹ Seria uma evidência desta situação o fato de que os ombudsmen costumam usar como referenciais escritos para sua atuação os códigos jornalísticos e os manuais de redação e estilo de suas próprias publicações.

representantes de outras instituições para fazer essa correção.”
(Glasser, 2002, p. 220-221)

Como se vê, Glasser é bastante incisivo. Salientemos alguns pontos de seu texto. Primeiro, levanta a questão da evocação pelo ombudsman em sua coluna, das queixas de leitores, abdicando do que seria sua “independência de ponto de vista”. É o mesmo ponto tocado por Mendes, a que nos referimos acima. Glasser, contudo, especifica melhor o que Mendes designa, dentro do que seria a função primordial do ouvidor, “desvelar o processo jornalístico”. Tal especificação corresponde a levantar “o problema da estrutura e do controle da sala de redação”. Chega, portanto, ao sensível ponto dos poderes internos ao mundo jornalístico. Ao fazer esta defesa, Glasser se aproxima de uma certa posição acerca do perfil de atuação do ombudsman, pela qual ultrapassa-se a simples condição de representação de leitores, para assumir o papel de crítico independente (desse modo, o ombudsman coloca-se acima dos leitores em termos de capacidade crítica para avaliar a imprensa).

Em seguida, Glasser faz uma espécie de redução daquela função pedagógica salientada por Mesquita e Chaparro. Sim, concede Glasser, “embora sejam às vezes interessantes e instrutivas”, as colunas forneceriam “raramente um mínimo do que o ideal de uma imprensa socialmente responsável exige: uma tradição de crítica da imprensa, na imprensa, mas certamente não pela imprensa”.

E aqui chega-se, creio, ao ponto central da crítica de Glasser: tal tradição de crítica da imprensa deveria envolver de modo decisivo uma externalidade que não se encontraria presente no ombudsman. De nada adianta essa educação - é o que ao fundo quer dizer Glasser - porque a autocrítica possuiria um limite. Com isso, este autor chega ao fundo da sua crítica, praticamente desacreditando, ao que nos parece, a instituição do ombudsman. O contraponto a esta perspectiva costuma ser apresentado pelos defensores da ouvidoria de imprensa nos termos de um reconhecimento de seus limites, que dá origem ao apelo por uma noção de complementariedade, ou seja, a idéia de que o ombudsman não é, nem deve ser, o único mecanismo de responsabilização social da mídia, mesmo em se tratando de mecanismos de auto-regulação. Mais adiante, voltaremos a este ponto.

4.5.2 *Insider/outsider*

Existem fórmulas variadas que definem a procedência do ombudsman, estabelecendo a distância em que ele se encontrará, tanto em relação à empresa jornalística como em relação à cultura profissional. Desse modo, tais fórmulas adentram nos domínios de controvérsia nomeados por Fidalgo e relativos à “independência” e “autonomia” do ombudsman. Na terminologia de Maia, podem ser considerados também “dispositivos de autonomia”. O tratamento acerca destes dispositivos é organizado de diferentes modos por diferentes autores. Para uns, falar em *insider/outsider* refere-se principalmente às diferentes possibilidades de procedência do ombudsman – de dentro ou de fora da redação do próprio veículo de imprensa em que se atua –, porém sem atentar de modo especial à questão da procedência profissional (se de dentro ou de fora do jornalismo). Para outros, falar em *insider/outsider* refere-se a este último ponto (o da procedência profissional).

Esta diferença, mais uma vez, acreditamos que demonstra o nível de dispersão de que carece a discussão sobre o tema. Independentemente disso, é possível discorrer sobre o assunto, mesmo sem a pretensão de buscar a unidade que lhe falta. Uma afirmação recorrente nesta zona da discussão sobre a ouvidoria de imprensa é a de que a opção mais comum feita pelos veículos que adotam o ombudsman é pelo ouvidor *insider* (ou seja, de dentro da profissão e também de dentro da própria empresa jornalística).

O tratamento deste ponto, pelos autores que estamos empregando nesta revisão, contudo, não chega ser uniforme. Aznar e Rey dizem que ombudsman *insider* é aquele de dentro da própria empresa jornalística – e, por consequência, um jornalista. Já o *outsider* não apenas vem de fora da empresa como também da própria profissão. Define Rey (2003): “Há os que tem sido colaboradores do periódico ou acadêmicos que conhecem a atividade jornalística”. Ou então Aznar (1998): “Suele tratarse de profesionales de actividades distintas al periodismo, como escritores, jueces, profesores de universidad, etc”. Já Maia coloca que

nos debates sobre as medidas para assegurar a autonomia da ouvidoria de imprensa, as empresas podem adotar posicionamentos diferentes sobre a origem dos ombudsmans. A diferença estaria entre um jornalista da própria empresa, ou de fora – assim, sempre os jornalistas, que seriam considerados os únicos competentes para levar um controle técnico e ético das práticas profissionais. (Maia, 2004)

Mesquita (2002) coloca a questão de modo diverso. Diz que, “regra geral”, os “observadores” (ou seja, aqueles que se colocam como analistas e críticos da função), consideram o ombudsman sempre como “alguém da casa”, um *insider*, portanto, “pois se trata de uma pessoa escolhida e contratada pela hierarquia empresarial”, independente de ser um jornalista de dentro ou fora da empresa, ou de alguém de outra profissão que não o jornalismo. Dentro disso, ocorrem as diferentes opções (jornalista ou não), de acordo com a perspectiva da cada organização jornalística.

Fazendo-se uma síntese destes autores, temos que se mencionam três possibilidades de posicionamento para o ombudsman: 1) a de jornalista da casa; 2) a de jornalista externo; 3) a de profissional externo à atividade jornalística. E ocorre ainda a perspectiva crítica evocada por Mesquita, dando conta de que, abstraídas tais situações concretas, resta a percepção de que a condição de *insider* é permanente e indelével.

Dentro disso, podemos dizer que as três opções são adotadas e, entre elas, algumas questões são levantadas. Vejamos primeiro a polêmica que surge entre escolher ou não um jornalista. O exemplo mais rotável de opção por alguém externo ao mundo da mídia, é, novamente, o do *Washington Post*. Este jornal, segundo Aznar, várias vezes nomeou funcionários governamentais para o cargo. Mesquita menciona, contudo, que em alguns momentos a função foi exercida por jornalistas “da casa”. Aznar lembra que, em situações de um ombudsman *outsider*, “el único requisito(...) es que no se den incompatibilidades – con magistrados, funcionarios, etc. – o conflictos de interés – con políticos”. Mesquita afirma que as contratações de ouvidores *outsiders* visam justamente a conferir “um estatuto à empresa jornalística” frente à inegável condição do ombudsman como *insider* (já que estará sempre vinculado à empresa por um contrato e o pagamento de um salário).

O ente externo ao jornalismo, contudo, não é o caso mais comum. A regularidade maior está com os jornalistas – e não apenas jornalistas, mas jornalistas da própria “casa”. Nestes casos, o que para alguns críticos da função pode representar um mecanismo de auto-proteção (vide a posição explicitada por Glasser), para outros pode ser tratado como uma

vantagem, dentro do raciocínio de que é imperioso para o ombudsman conhecer bem os meandros da profissão.

Tal é a opinião manifestada por Mesquita, por exemplo. Este autor baseia-se principalmente no argumento de que a proximidade do ouvidor com a redação, quer seja através da identidade profissional (jornalística), quer seja através do seu pertencimento aos quadros da empresa, gera uma maior possibilidade de legitimação daquele que irá desempenhar o incômodo papel de crítico. Ele cita Bertrand, que afirmou tratar-se, o ombudsman, de o “menos ameaçador” dos MAS perante os jornalistas, já que se “trata de um colega, bem conhecido na redação”, e que pode ser considerado como “um treinador de deontologia dentro da equipe”.

A argumentação de Bertrand é a de que essa face amigável do ombudsman *insider* pode induzir à adoção da ouvidoria de imprensa por um maior número de veículos. Diz Mesquita:

Evidentemente, alguns suspeitam de que ele não é senão um instrumento estratégico da empresa, ou mesmo “o defensor da linha do jornal”. Mas outros insistem sobre o lugar privilegiado do qual ele fala: com efeito, o mediador-jornalista conhece bem os mecanismos de produção das informações e de controle interno das redações, o que lhe permite analisar com pleno conhecimento de causa situações complexas. Efetivamente, a produção jornalística efetua-se sob múltiplas coerções, que vão da urgência constante às pressões das fontes. A probabilidade de erro e o grau de incerteza são elevados. (Mesquita, p. 235, 2002)

Note-se o quanto as perspectivas conseguem ser diametralmente opostas, apesar de se referirem a um mesmo ponto. Aquilo que em Glasser é auto-proteção e isolamento (para não permitir avaliações provenientes de outras instituições) em Mesquita corresponde a um importante trunfo (o conhecimento de causa sobre o ofício com vistas ao aperfeiçoamento da própria crítica).

Glasser é incisivo na maneira como recusa a possibilidade de que os experientes jornalistas nomeados para a função consigam se despir do saber que lhes contaminaria o olhar. “Sendo experts”, diz, “os ombudmen têm a tendência a explicar e no fim das contas justificar (mais do que questionar e criticar) as tradições e os valores do jornalismo” (Glasser, p. 219, 2002). Diz ainda: “Poucos são os que levantam o problema da estrutura e do controle na sala de redação” (Glasser, p. 220, 2002). Já para Mesquita, conhecer facilita

a compreensão. Ele evoca as circunstâncias “complexas” que envolvem a produção jornalística, como as coerções das fontes e do ritmo de produção industrial, bem como os “mecanismos de controle interno nas redações”.

A perspectiva de Mesquita nos lembra os apelos por empatia feitos pelos metodólogos etnográficos. É preciso estar no lugar do outro para compreender seu modo de ser (agir e pensar). Wolf (2003) lembra, contudo, que há um ponto em que o observador externo, no seu esforço de compreender a condição do outro, precisa quebrar a aproximação para que a diferença da proximidade produza um conhecimento original, ou seja, o que também pode ser entendido por um conhecimento crítico. Mesquita concede a um ponto indicado por Glasser, concordando que “existem muitos mediadores que são puros agentes de relações públicas” (Mesquita, p. 235, 2002). Mas não se trataria da maior parte dos casos, como diz com todas as letras Glasser, porque “regra geral, o mediador desenvolve uma ação crítica, o que inevitavelmente provoca tensões na sala de redação” (Mesquita, p. 235, 2002).

Mais adiante, veremos que a posição completa de Mesquita inclui uma visão clara sobre os limites da atuação do ouvidor, onde a “ação crítica” acima mencionada funciona dentro de certos parâmetros e de acordo com a perspectiva de uma necessária “modéstia” dos resultados esperados da ação do ombudsman. Ou seja, Mesquita parece-nos confiar numa ação do ouvidor, e na utilidade e eficiência desta ação, mesmo que para ela ocorram limites. Tratar-se-ia da construção de um lugar próprio e específico, diferente do lugar de jornalista (do qual Glasser diz que os ouvidores, via de regra, não conseguem afastar-se). A descrição deste lugar Mesquita fornece no seguinte trecho:

O mediador enriquece a polifonia onde se mistura a voz institucional do diretor e do editorialista, a voz em surdina do comentarista, a voz anônima do jornalista. Ao lado das outras assinaturas do jornal, a fala do mediador caracteriza-se pela distância crítica. Ele produz um discurso sobre o discurso. (Mesquita, p. 235, 2002)

Glasser, por sua vez, sustenta a crítica que faz em dados de pesquisa (o caso da análise das 800 crônicas). Mas, para além disso, parece que fundamenta suas afirmações em posições de teor epistemológico-abstrato. Mais precisamente, quando manifesta claramente o quanto seria infrutífera uma atividade crítica ensimesmada (no caso, um olhar da mídia

sobre a própria mídia) e que faz reservas à exterioridade de outros olhares. Logo, se poderia julgar que para tal autor é preciso, por princípio, um choque maior, produzido entre diferenças mais efetivas (entre duas instituições claramente distintas, por exemplo), do que contentar-se com os procedimentos suspeitos de autocritica que a imprensa se permitiria dar ao restante da sociedade.

É interessante pensar em como a questão dos choques de alteridade se espalha dentro do próprio mecanismo de autocritica gerado pela ouvidoria. Poderíamos pensar: Glasser aponta para a necessidade de uma tensão maior, geradora de uma crítica de intensidade considerada conveniente e provocada por uma diferença maior entre sujeitos. Se Glasser, com isso, demonstra reclamar um certo abandono do lugar do ombudsman, cremos que torna-se possível dizer que, dentro deste próprio lugar, existem gradações que regulam a obtenção de maior ou menor diferença, maior ou menor distância.

É o caso, por exemplo, da distinção de mecanismos apontada por Rey (2003), onde se procura tornar o ombudsman mais ou menos estranho no interior do próprio jornal. Um primeiro mecanismo, diz este autor, busca manter o ombudsman o mais distante possível dos jornalistas. Caso, por exemplo, da Folha de São Paulo, onde a sala do ombudsman é inclusive localizada em um prédio diferente do da redação. Diz Rey: “En esta opción, el Defensor no interactúa con los periodistas, que se enteran de sus determinaciones a través de la revelación pública de sus puntos de vista en su columna, en sus informes, o en los análisis que entrega a la radación”.

Ou seja, é barrado até mesmo o encontro físico, para que o ombudsman seja um “corpo estranho”. É a lógica do choque e da diferença. A criação de laços, de identificações, de solidariedades, minimizaria o poder de tal choque (o que corresponde a dizer o poder da crítica). Já o outro mecanismo detectado por Rey, para dar cabo do mesmo problema - a distância mais conveniente com que se deve separar o ombudsman da redação -, aposta em algo diverso: uma lógica de aproximação. Não é barrado o acesso dos jornalistas ao ombudsman. Pelo contrário, o ouvidor dirige-se deliberadamente à redação. Em alguns casos, para realizar seminários com os jornalistas; em outros, para resolver dúvidas e investigar diretamente as implicações dos jornalistas nas questões que se encontram sob a análise da ouvidoria. Esta opção, resume Rey, envolve a “necesidad de establecer

relaciones con los periodistas como una oportunidad para realizar adecuadamente la tarea, pero sobre todo para lograr efectos pedagógicos en la radacción”.

Creemos que fica clara a distinção: uma lógica de aumentar a distância (jornalista e ombudsman literalmente não se vêem, não se conhecem); outra, de promover o encontro e, portanto, o dar-se a conhecer. Duas lógicas colocadas a serviço de um mesmo propósito. Podemos nos perguntar: não estaria aqui algo semelhante à diferença que se constata entre as posições de Glasser e Mesquita? Glasser tende para um agravamento da separação e da distância que proporciona a crítica. Mesquita chama para o conhecimento e sua importância mediante a proximidade. Não que ele aposte na interiorização enquanto arma (caso dos ombudsmen de Rey, que buscam estar entre os jornalistas para conseguir efeitos pedagógicos). Mas Mesquita não demonstra exacerbar a necessidade de exteriorização como faz Glasser, e como demonstram também fazer os mecanismos que radicalizam na falta de contato entre ombudsman e redação.

No que respeita à questão *insider/outsider*, nos parece que Mesquita toca em um ponto fundamental. O ombudsman será sempre um *insider*, tendo-se em vista o fato de que quem o contrata é a empresa jornalística. Logo, torna-se sempre impossível desfazer tal vínculo. Maia (2004) comenta a posição manifestada por Mesquita: “O que é colocado em dúvida não é o percurso profissional do ombudsman, mas a maneira de designar os novos ombudsmans de imprensa”. Geralmente, afirma Rey (2003), a nomeação é feita pela direção da empresa. Mas existem variações, em direção a formatos onde o nome escolhido pela direção é submetido a instâncias outras, formadas por colegas integrados por jornalistas ou leitores.

Para além da simples nomeação, os diretores das empresas jornalísticas também acabam se constituindo na peça básica de outro mecanismo comumente usado para regular a independência/autonomia do ombudsman. Trata-se do modo como o ocupante do cargo é disposto na hierarquia organizacional da empresa. Nos casos que analisou, Rey (2003) diz que “casi siempre las relaciones del Defensor se establecen con los directivos de los diarios”. Glasser, ao montar um quadro sobre a diversidade de perfis dos ouvidores - sugerindo que as diferenças fragilizam a instituição e as expectativas que se podem ter em torno dela - menciona que “alguns (ombudsmen) são responsáveis perante o redator-chefe,

outros perante o diretor editorial” (Glasser, p. 217, 2002). Logo, a postos diferentes, com diferentes poderes, o que também modularia o poder conferido ao ombudsman.

De qualquer modo, o que parece ser comum é este compromisso apenas com autoridades no topo da hierarquia organizacional. A função disso, aponta Rey, seria estabelecer a independência em relação à redação do jornal. Desta forma, o ombudsman é de algum modo mantido sem vínculos com os jornalistas. A descrição que Rey faz de tal processo, contudo, busca salientar que a posição de independência que se constrói para ser ocupada pelo ouvidor dentro da empresa consegue manter-se com autonomia tanto acima quanto abaixo, ou seja, em relação tanto à redação como aos diretores.

El Defensor está ubicado en un lugar organizacional que protege su independencia. No tiene – como señala el Manual de Redacción de El Tiempo, en Bogotá – independencia hacia arriba ni autoridad hacia abajo. No depende, en efecto, de ninguna estructura jerárquica – sean dueños, directores o editores – ni se involucra directamente en actividades que tengan que ver con el proceso de elaboración previa de la información. (Rey, 2003)

Fica colocado, portanto, que importaria ao ombudsman não estar implicado com o processo de elaboração da notícia. Nos casos, então, em que o ombudsman é jornalista, e jornalista da própria casa (o que, conforme as recorrências verificadas na literatura, vem a ser a situação mais comum), o ombudsman é como que mantido numa posição de quarentena com respeito à sua própria profissão. Nos chamou a atenção a este respeito depoimentos em que ouvidores permitiam entender que, pelo exercício do cargo, haviam conseguido obter um distanciamento crítico em relação à própria profissão.

Ao mesmo tempo, Rey é enfático no que diz respeito a afirmar que é obtida independência também em relação à direção da empresa jornalística. Diz ele: “No hay obligaciones explícitas en ninguna de las experiencias analizadas sobre lazos de dependencia u obligaciones específicas de rendición de cuentas”.

“Não existem obrigações explícitas”, afirma Rey. Ao que se poderia perguntar: e o que dizer das implícitas? O ponto não nos parece pouco importante. A única referência que encontrei em relação a fatores implícitos atuando sobre a ouvidoria de imprensa é a que Fidalgo e Glasser fazem em relação à questão da capacidade que o ombudsman teria, ou não, de superar sua subjetividade jornalística.

Trata-se de saber se, independentemente da sua boa vontade e do seu genuíno esforço de distanciação reflexiva face ao universo que pretende analisar e criticar, um Provedor - oriundo do próprio meio jornalístico, como na maior parte das vezes acontece - tem condições subjetivas de o fazer. (Fidalgo, 2002)

Mas, e com relação aos acordos entre ombudsman e direção do jornal, estes fatores implícitos são passíveis de existência? E, em caso positivo, não seriam comprometedores da autonomia do ouvidor? Como já se afirmou anteriormente, esta autonomia/independência se constrói grandemente com base em afirmações ao exterior. O ombudsman é confrontado longamente com a necessidade de exhibir ostensivamente suas garantias de credibilidade.

Neste sentido, poderia-se dizer: o ombudsman é uma exposição pura. Ou haverá, nisso, um limite? Talvez o que nos parece mais certo afirmar é que se estabelece um jogo de acordos e tensões onde o que sempre estará em causa é a capacidade de o jornal ser absolutamente transparente, conforme e própria instituição da ouvidoria propõe. Com efeito, outra afirmação encontrada com regularidade na literatura é a de que o bom funcionamento da ouvidoria depende, precisa e fundamentalmente, dos acordos feitos com a direção.

El apoyo irreticido de los dueños y los directivos es otro elemento común y fundamental para la tarea del Defensor. Sólo si existe una voluntad política que resalte la conveniencia e importancia de la tarea, se garantiza la solidez de la figura y la efectividad de sus propósitos. (Rey, 2003)

Seria esse uma espécie de ponto ultra-sensível - o mais sensível de todos. O ponto ao qual, com efeito, sempre se retorna e que demonstra nos remeter àquilo que se coloca como princípio de tudo na polêmica instaurada sobre o ombudsman: o fato de que é o próprio jornal quem implanta o mecanismo de crítica e revisão. Se é o jornal que o implanta, deveria haver como que, nele, no jornal, um voto de confiança necessário, proveniente do entorno, tão ou mais inevitável que a própria desconfiança que é devotada ao ombudsman e que lhe obriga ostentar seus artifícios de garantia de independência. Esta, na verdade, seria a instância onde não é possível forjar mecanismos de independência para serem mostrados. Resta, ao entorno, confiar. Enquanto que, aos partícipes do acordo entre ombudsman e direção do jornal, resta estar perante apenas sua própria consciência, como coercedora

moral, no caso de se ocultar algum fato que atente contra a promessa de transparência assumida publicamente. Ou seja, a verdade jaz isolada neste pequeno conjunto de indivíduos.

E se o ombudsman é, essencialmente, um mecanismo de auto-controle que, ao mesmo tempo em que precisa lidar com a desconfiança que esta situação gera, depende da confiança externa para colocar-se de pé, deve-se ter em conta também seu caráter voluntário. Ninguém é obrigado a adotá-lo. E, o que importa dizer: encontra-se aí visível, na ordem da auto-regulação – onde também se encontra a voluntariedade - os princípios liberais que concorrem para formatar a instituição da ouvidoria de imprensa. O que obrigaria a reconhecer que, para estar de acordo com ombudsman, é preciso estar de acordo com tais princípios. Eles fazem parte da mesma coerência. São princípios que se relacionam ao depósito de fé que se faz na liberdade de ação do indivíduo como moto da regulação social.

Na última instância de verificação da credibilidade do ombudsman, portanto, é preciso ter fé. É o próprio ato de adoção do mecanismo pelo jornal, mecanismo que, de certo modo, se fecha em rigor e recebe o atestado de uma entidade internacional que lhe ajudaria a garantir a necessária confiança provinda do exterior. Neste sentido, pode-se dizer que a ONO já funciona como um sinal ao exterior, uma declaração de que o jornal está disposto a comprometer-se com sua própria transparência³².

É neste ponto que entraria o dispositivo decisivo de publicação das colunas. Porque, em havendo falha no acordo de transparência por parte da direção, o ombudsman pode denunciá-la na coluna. Cremos que o relato de tensões surgidas neste nível dão conta do quanto a disposição crítica do ombudsman, em muitos casos, pode ser tida como algo verdadeiro. São casos, por exemplo, resultantes daquilo que o ouvidor, usando seu poder de voz, relatou e gerou discordâncias internas. Sempre descrente do poder do ombudsman, Glasser faz o relato de quanto o risco da demissão se faz evidente quando o ouvidor faz uso da independência que lhe foi conferida:

³² Fica claro no livro de Costa, que relata a experiência da primeira ouvidoria de imprensa no Brasil, o quanto o autor procura demonstrar o funcionamento “sério” da instituição do ombudsman, incluindo nestas condições de seriedade a existência da ONO, à qual seriam associados apenas um seleto grupo de jornais, precisamente aqueles que concordariam em se submeter às regras de funcionamento da ouvidoria.

A precariedade do emprego torna-se evidente quando um ombudsman ofende, quase sempre involuntariamente, um redator-chefe ou um diretor editorial. No *Times* de St. Petersburg (Flórida) em 1980, por exemplo, o ombudsman, Dorothy Smiljanich, criticou publicamente o *Times* por ter enviado unicamente repórteres brancos para cobrir os motins raciais de Miami. O redator-chefe Robert Haiman julgou sua crítica injusta e exigiu desculpas. Smiljanich recusou e pediu demissão. Haiman decidiu não nomear nenhum sucessor. (Glasser, p. 218, 2002)

Daí que resulte desta situação, conforme já mencionamos no início deste tópico, outro mecanismo com fins de salvaguardar a tão requerida independência, o da estabilidade de emprego. Rey afirma que, em “alguns” contratos do ombudsman com a empresa, existe “una cláusula en que se garantiza la estabilidad del Defensor, de tal manera que su cargo no esté al vaivén a las opiniones de los dueños o los directivos de los medios” (Rey, 2003). O contrato do ombudsman da Folha de São Paulo é emblemático neste sentido. Prevê que o ombudsman ao mesmo tempo não pode ser demitido durante o período do seu mandato, bem como tem garantia de um ano de emprego na redação do jornal depois que abandonar a função.

Note-se que, simultaneamente, em muitos casos, o tempo de permanência na função é limitado. Tomando-se ainda o exemplo da Folha de São Paulo, o mandato dura apenas um ano, renovável por mais um. Porém, poderia-se imaginar que um dispositivo assim, inserido em um contexto de disputas como o da ouvidoria, poderia servir (sempre veladamente) para manter ou afastar ombudsmen mais ou menos inconvenientes. O modo como ele é referido pode até sugerir esta possibilidade. Mas não totalmente isso. Tratar-se-ia, antes, de um mecanismo de renovação, uma maneira de oxigenar a instância crítica constituída pela ouvidoria, inevitavelmente desgastável com a passagem do tempo, devido às pressões a que está submetida.

Mas, novamente aqui, não deveria haver intenção oculta (a de afastar um ombudsman demasiadamente incômodo). Trata-se de mais uma regra explícita do jogo, que, como se verá adiante, busca salvaguardar não a figura do ombudsman (basicamente, na sua independência) mas, antes, proteger o próprio veículo jornalístico, já que a função do crítico carrega consigo o risco de representar uma certa inversão do jogo de forças, tornando o ombudsman uma espécie de déspota ou algoz. Devido à sua importância, voltaremos a este ponto adiante.

Um outro dispositivo de autonomia apenas encontrado em Maia (2004) é o que refere-se à idade do ombudsman. A referência que a autora faz a este dispositivo permite entender que não se trata de um mecanismo construído, como os que citamos anteriormente, e que passam, por exemplo, a figurar como cláusulas do contrato ou do estatuto do ouvidor. Antes, é um argumento, usado, segundo Maia, para responder às afirmações de que o ombudsman não possui autonomia perante a empresa para criticá-la, já que é dela um funcionário (conforme costuma acontecer). Tal argumento retorque que, devido ao fato de os ouvidores serem jornalistas já avançados na carreira, com uma média de idade elevada, isso faz com que não se preocupem com seu futuro, tendo portanto liberdade de crítica.

É com esses argumentos, por exemplo, que os ombudsmans do *Le Monde* respondem as críticas dos leitores em relação das apreciações consideradas favoráveis e/ou benevolentes ao diário. A justificação resulta em afirmar que “o médiateur estando, em regra geral, bem avançado na carreira para não se preocupar com o seu futuro” (Ferenczi, *Le Monde*, 10/03/1997). É estabelecida então uma correlação entre a estada na empresa jornalística e o engajamento efetivo, o que conduziria a uma tendência a defender as escolhas redacionais do jornal. (Maia, 2004)

Mais uma vez, nos chama a atenção o modo como Glasser, abordando o mesmo ponto, consegue apontar para uma conclusão exatamente oposta, ou seja, a de que os ombudsmen, como se encontrariam já satisfeitos com sua trajetória, seriam de algum modo mais conservadores, mantendo-se, por isso, longe de posturas de enfrentamento, como a de ouvidores que pediram demissão por entenderem que a sua independência havia sido ferida. Diz Glasser:

(...) A aposentadoria é (...) mais provável do que a demissão. Os ombudsmen comumente subiram os degraus da hierarquia dentro do jornal e assumiram a função de ombudsman como último posto na sala de redação. Assim, os mediadores são os mais velhos entre os diversos grupos de jornalistas e de executivos - sendo em média mais velhos do que os diretores editoriais, os redatores-chefes e os repórteres. Além disso, a maioria dos ombudsmen acha seu trabalho importante e satisfatório. Nada de surpreendente portanto em que poucos ombudsmen se encontrem na crise em que ficaram Smiljanich e Bagdikian³³. (Glasser, p. 218, 2002)

³³ Nomes que o autor cita como exemplos ilustrativos da situação de que restaria a auto-demissão em casos de afronta da independência.

Para Glasser, portanto, a iminência do fim da carreira seria uma espécie de antídoto forjado pela circunstância de o cargo do ombudsman ser ocupado comumente por um jornalista já em estágio adiantado da sua carreira. Provocaria como que uma sonolência da função crítica, uma acomodação. Trata-se, possivelmente, de uma inferência do autor. Já Maia faz o relato de que os próprios ombudsmen usam o argumento da idade avançada, e portanto, da também iminência do fim da carreira, para se defenderem de acusações de que não possuem independência. Em uma interpretação, futuro garantido é fator de acomodação. Em outra, surge a constatação de que serve para reivindicar o contrário disso, uma disposição de quem não tem nada a temer (como se fosse uma variação, talvez, do dispositivo de estabilidade no emprego).

4.6 O leitor

Mas, afinal, que é esse a quem o ombudsman é colocado à disposição, ou seja, o leitor? Trata-se de um tema sensível. Envolve perguntas como: quem é o leitor que procura o ombudsman; que assuntos ele leva à ouvidoria; como com ele relacionar-se e estabelecer a ligação entre o que diz e as possibilidades deste dito introduzir mudanças nas rotinas produtivas do jornal.

Um primeiro aspecto, que perpassa todas estas questões, envolve ter em conta a condição de anonimato, isolamento e heterogeneidade, condição esta comum, de um modo geral, aos públicos midiáticos. É esta condição de heterogeneidade, por exemplo, que faz com que o discurso jornalístico adote como interlocutor, para constituir-se, um ente altamente abstrato. É porque precisa escrever para muitos que o jornalismo apaga a face concreta dos diferentes leitores, em sua individualidade. Daí a abstração que emerge: um leitor que não é concretamente ninguém, mas um médio denominador comum. Conforme Maia (2003b), o uso desta abstração deixa o jornalista longe do leitor real.

A problemática do leitor face ao ombudsman começa logo por esta diversidade. A ouvidoria abre a porta para que o leitor entre – entre e se revele. E o que assoma é uma

incontrolável diversidade de interesses e pontos de vista, característicos de uma sociedade complexa. Costa anota mais de uma vez em seu livro “O Relógio de Pascal”, provavelmente muito com base em sua própria experiência como ombudsman, que uma das virtudes que mais se faz necessária para o exercício da função é a paciência e a disposição para a escuta atenta.

A paciência, antes de tudo, é a qualidade fundamental requerida para esse difícil posto de representante de um ente tão à mão (ao alcance do telefone) e ao mesmo tempo tão distinto, diferenciado e mitificado – leitor. (Costa, p. 20, 1991)

Mais adiante, Costa volta a caracterizar o leitor. Além de distinto e diferenciado, ele porta “desejos em geral contraditórios e múltiplos” (Costa, p. 32, 1991).

Tratar-se-ia, portanto, de um choque de realidade, no sentido que os leitores reais passam a ser conhecidos? É possível que sim. Evidentemente, não são todos (os leitores) que batem à porta do ombudsman. Por consequência, as abstrações ainda se fazem necessárias, através dos cálculos de representatividade. Costa relata em seu livro que, no início da década de 90, o ombudsman processava “em torno de 30 queixas por dia”, em um universo de 400 mil exemplares da Folha de São Paulo impressos diariamente. Média de uma queixa para cada 13 mil exemplares. O autor afirma que, à época, tal média encontrava-se “um pouco acima” das constatadas nas ouvidorias de jornais de outros países, incluindo os norte-americanos (no *Washington Post*, a média era de uma queixa para cada 36 mil exemplares, ou seja, 25 queixas diárias para uma tiragem de 900 mil). Todos esses números mostravam-se inferiores ao caso do japonês *Yomiuri Shimbun*, que era então o jornal diário de maior circulação do mundo, com 14 milhões de exemplares. Nele, funcionava um comitê de 21 ombudsmen, sendo que cada qual recebia em média, 110 queixas por dia. Wemans³⁴ (*apud* Nunes, 2005) faz o registro de que, na virada do século, uma média considerando os jornais americanos e europeus apontava para entre 20 e 48 mil leitores para cada contato semanal feito por leitores.

Não me arrisco a fazer uma interpretação destes números. Mas o fato é que, independente deles, uma porta do jornal, que antes nunca existira, se abre para que o leitor real (assim como Costa o descreve, diverso e com desejos múltiplos e contraditórios) entre.

³⁴

Provedor do Leitor do diário lisboeta Público, entre 23 de fevereiro de 1997 e 1 de março de 1998.

Entre e fale, pois justamente a disposição da escuta da sua fala é que faz com que tal complexidade acabe se manifestando.

Quem são estes leitores, como divisar sua heterogeneidade? Ainda Costa apresenta um levantamento quantitativo do público que o procurava no escritório do ombudsman da Folha de São Paulo. A lista era encabeçada por estudantes (médio e superior) 12%; industriários e comerciários, 11%; jornalistas, escritores e assessores de imprensa, 9,5%; professores universitários, 7%; comerciantes, 6,5%³⁵. Na divisão por sexo, aparece uma clara maioria masculina (69%). Costa relata que, dos contatos telefônicos recebidos, 84% eram queixas. “O restante era quase equanimemente dividido entre sugestões, elogios, convites para entrevistas ou palestras ou críticas a outros órgãos de imprensa” (Costa, p. 29, 1991). Entre as queixas, 40% “eram protestos específicos contra determinada notícia ou enfoque editorial”.

Durante seu período de ombudsman, Costa dedicou-se a elaborar informações sobre o ofício da ouvidoria. Fez isso enviando questionários a colegas espalhados por jornais de todo o mundo. No que respeita ao objeto das queixas apresentadas pelos leitores, ele comenta: “as questões apresentadas pelos leitores são semelhantes. Erros factuais, declarações distorcidas e problemas éticos estão presentes em qualquer jornal do mundo – com mais ou menos gravidade” (Costa, p. 35, 1991). Mais adiante, ele acrescenta informação relativa ao caso específico do diário japonês *Yomiuri Shimbun*, onde o coordenador do comitê de ombudsmen afirmava que as maiores queixas seriam relativas, via de regra, à “exatidão, imparcialidade e decência” do jornal (Costa, p. 36, 1991).

A partir do seu estudo da presença do ombudsman na América Latina, Rey (2003) apresenta um quadro mais detalhado sobre o perfil de questões levantadas pelos leitores, que o autor divide em quatro categorias. A primeira corresponde à qualidade da informação. Dentro dela, diz, se incluem

los treslapes entre información e opinón, el centralismo de la información, los errores en la información e los servicios, la omisión de temas importantes dentro de la agenda, las fallas de precisión e inexactitudes. Pero también las deficiencias de

³⁵ O restante da lista inclui: executivos, consultores, 6%; aposentados, 6%; advogados, 4,5%; donas-de-casa, 4,5%; empresários, industriais, 4%; professores (ensinos básico e médio), 3,5%; funcionários públicos, 3,5%; políticos, ministros, governantes, 3,5%; médicos, dentistas, 3%; micro-empresários, 3%; engenheiros, 3%; publicitários, 2,5%; bancários, 2%; artistas, 2%; outros, 2% (Costa, p. 28, 1991).

pluralismo, las distorsiones e interpretaciones sesgadas de las noticias y el inadecuado manejo de las fuentes. (Rey, 2003)

Rey assinala que a questão da qualidade da informação se apresenta como um dos problemas centrais do jornalismo, e que, para alguns ombudsmen, as questões que se apresentam à ouvidoria, em seu conjunto, correspondem mais a este aspecto do que a “problemas especificamente éticos”. Lembra, no entanto, que para outros ouvidores, trata-se de duas ordens de questões indissociáveis.

A segunda categoria elaborada por Rey refere-se à “relación entre el derecho a la información y otros derechos fundamentales”, como “las crecientes exigencias de los lectores sobre los derechos de las minorías, desde las étnicas hasta las sexuales, las ofensas a la honra y al buen nombre das personas”. Na categoria seguinte estão as queixas referentes à (falta de) independência jornalística. E, por fim, uma categoria que seria composta “por temas que son muy sensibles y a los que aluden los lectores en sus cartas e sus demandas”. Rey cita como exemplos ilustrativos (talvez principais) destes temas a política (em especial nos períodos eleitorais) e a sexualidade, entre outros “temas que inciden directamente sobre la vida cotidiana”.

Talvez seja possível afirmar que, entre todos os pontos destacados por estes dois autores, podem-se divisar duas grandes vertentes de problemas levantados pelos leitores: a qualidade da informação (aproveitando o termo usado por Rey), onde se incluiriam questões referentes a erros, imprecisões, falhas no uso das fontes; e as questões de natureza ética, onde pode ser incluído o problema da imparcialidade e também do uso das fontes). Porém, como mencionou Rey, não dificilmente as fronteiras entre estes dois campos se apresentam imprecisas.

Esse quadro temático, no entanto, ainda permanece algo abstrato. Não ajuda em muito na tarefa de divisar com maior precisão aquilo a que nos referimos logo acima - a variabilidade de interesses e pontos de vista que os leitores fazem chegar aos ouvidos do jornal. Talvez nos possa auxiliar nesse sentido algumas colocações elaboradas por Mesquita (2002). De modo geral, diz este autor, os leitores que procuram o ombudsman o fazem para manifestar questões que lhe dizem respeito do modo particular. Seria como um agir em função de si próprio, o que teria por contrário e contraste não o interesse particular, mas sim o coletivo. Tal situação, afirma Mesquita, pode ser lida como naturalmente decorrente da

função da ouvidoria, do modo como ela é apresentada e compreendida pelo público. Veja-se:

A maioria dos leitores que se dirigem ao ombudsman se expressa sobre assuntos que a tocam diretamente: isso corresponde à função manifesta de todo mediador. A instituição do ombudsman visa antes de tudo corrigir a assimetria existente entre um indivíduo isolado, o leitor, e o poder da empresa midiática, jornal e jornalistas. (Mesquita, p. 238, 2002)

“Corrigir a assimetria”, como se houvesse uma espécie de balanceamento a ser feito. Por aqui podemos chegar à afirmação, portanto, de que a tal diversidade relaciona-se ao estado de isolamento dos indivíduos. Enquanto leitor, ele jaz sozinho e anônimo. E este seu isolamento, que corresponde a uma debilidade institucional, faz com que suas opiniões sejam, antes de qualquer coisa, opiniões pulverizadas, perdidas em um conjunto de outras opiniões também isoladas.

Uma categorização - igualmente estabelecida por Mesquita - acerca dos diferentes tipos de leitores que fariam uso da ouvidoria de imprensa dá conta de caracterizar melhor essa qualidade de leitores, chamados de “leitor-tipo”, e que é predominante. Sua descrição corresponde a de um sujeito “que se expressa em causa própria, porque foi objeto de um tratamento de informação que julga inexato ou incorreto” (Mesquita, p. 237, 2002). Seria esta pulverização de interesses o fator determinante da característica da variabilidade que marca o universo de leitores? Por ora, talvez possamos nos contentar com essa afirmação. A categorização de Mesquita inclui outros três grupos distintos.

O *leitor-cidadão*, que deseja discutir seu jornal, numa perspectiva de exigência de qualidade da informação; o *leitor-especialista*: trata-se de um pequeno grupo composto de jornalistas (de outros órgãos), de professores e ou de personalidades ligadas ao meio da imprensa, que se dirigem ao ombudsman informados por uma leitura especializada da imprensa; o *leitor-fonte*, que, nesta qualidade, intervém na elaboração da informação. (Mesquita, p. 237, 2002)

Parece-nos correto afirmar, de início, que a característica do anonimato pertence especialmente às duas categorias primeiras (*tipo* e *cidadão*). Ou então: mesmo que o leitor cidadão diferencie-se por sua motivação de interesse coletivo, ele ainda assim é um anônimo. A distinção que aqui surge é a que a própria categorização de Mesquita trata de

estabelecer ao falar na existência de leitores que em menor número entram em contato com o ombudsman - o leitor-especialista e leitor-fonte - e que possuem por característica uma certa ancoragem institucional. É interessante notar que a tipificação de Mesquita coincide com a quantificação apresentada por Costa. “Jornalistas, escritores e assessores de imprensa” e “professores universitários” (profissionais que poderiam ser considerados os especialistas de Mesquita) aparecem com 9,5% e 7% respectivamente do total de contatos contabilizados pelo ex-ombudsman da Folha de São Paulo, em um total de 16,5%. Já “políticos, ministros e governantes”, que poderiam ser classificados mais estritamente como “fontes”, levando-se em conta a lista do autor português, aparecem com 3,5% na contagem de Costa. Evidentemente, trata-se de uma aproximação algo precária (porque movimenta sistematizações elaboradas com objetivos diferentes). Mas que nos ajudaria a reforçar a idéia de que o ombudsman é majoritariamente procurado por leitores anônimos, sem vínculo institucional.

Neste anonimato, ou neste isolamento institucional, o que os caracteriza em relação às outras duas categorias seria um menor conhecimento em relação aos modos de produção do jornalismo, daí tornando-se mais nítido um dos motivos pelos quais muitos consideram que o ombudsman precisa cumprir uma função pedagógica em relação aos leitores no que diz respeito ao processo jornalístico. A tipificação de Mesquita revela, portanto, uma certa complexidade do universo de leitores que procuram o ombudsman e alguns de seus traços característicos.

Um desses traços é justamente esse que diz respeito à condição institucional do leitor. E aí, dentro do grupo “institucionalizado”, ocorrem ainda diferenças. Enquanto o leitor especialista é um entendido da mídia, dizendo-se que pode fazer parte desta instituição, o leitor-fonte via de regra pertence a campos institucionais outros, como o da política, por exemplo, onde o entendimento acerca do processo jornalístico também existe, por meio de processos de aproximação profissionais. Diz Mesquita:

A profissionalização da comunicação política pelos gabinetes e consultores especializados constitui uma mudança fundamental que se operou, durante as últimas décadas, no universo da comunicação. Doravante, seria impensável que o ombudsman continuasse a receber unicamente cartas de leitores ingênuos, ignorando os modos de operação do jornalismo. Ao contrário, ele se confronta cada vez mais com críticas provenientes de

organizações formadas para influenciar a mídia e com “comunicadores” profissionais habituados a decodificar os jornais. (Mesquita, p. 237, 2002)

Freqüentemente aponta-se a vantagem que levam esses dois grupos (leitores-fonte e especialistas) em relação aos outros dois (tipo e cidadão, eminentemente anônimos). Usando a expressão empregada por Mesquita, a capacidade de “decodificar os jornais” os torna mais aptos a entrar nas regras do jogo jornalístico. Mesquita relata, inclusive, um episódio em que, na condição de provedor do leitor do Diário de Notícias, sofre a acusação, da parte de um editor, “de não ser tanto um mediador a serviço dos leitores, mas a serviço das fontes de informação” (Mesquita, p. 237, 2002). O que se apresenta como um indício de que se tende a considerar, provavelmente de modo consensual, que a ouvidoria de imprensa deve priorizar o leitor anônimo. Mesquita não discorda deste princípio, mas defende que os agentes institucionalizados também são leitores. E que, assim como os leitores anônimos, podem sentir-se lesados na sua condição de fonte, especialmente em relação aos “contratos” que mantêm com os jornalistas, não devendo por isso ser excluídos do processo de recepção de queixas que o ombudsman estabelece. Frente à suspeição de que o leitor-fonte acabaria se valendo do ombudsman como mais uma possibilidade de exercer pressões para influenciar o noticiário, Mesquita diz: “É provável. Mas (o provedor) possui, em princípio, suficiente autonomia para avaliar a pertinência das reclamações e dar-lhes seqüência ou não (Mesquita, p. 237-238, 2002).

O conhecimento que os grupos institucionalizados possuem sobre o processo jornalístico, como já se disse, coloca tais grupos em vantagem, inclusive na medida em que, no caso das fontes, ocorre a detenção e a capacidade de articulação de técnicas capazes de agendar acontecimentos na mídia. Trata-se de um poder mais amplo de influência, portanto. É aqui que se constata, por exemplo, um processo de negociações que ora sobrepõem os interesses da mídia aos das fontes e vice-versa. Fala-se tanto em prejuízos ao campo jornalístico (sua perda de autonomia, como instituição fiscalizadora do Estado, por exemplo) nos casos em que a mídia pauta-se, por exemplo, pelos acontecimentos produzidos pelas fontes políticas. Como se fala, para ficarmos no mesmo exemplo, dos prejuízos que o campo da política sofre por submeter-se às lógicas midiáticas menos incensadas (como o desinteresse pelo debate balizado pela racionalidade). Mas, e no caso dos leitores anônimos, o que se apresenta? Como o ombudsman se posiciona nesse jogo?

Precisamente aqui se localiza, como se localiza também em outros pontos, a questão da autonomia e independência do ombudsman. E pode ser particularmente importante determo-nos nele.

Trata-se na verdade de mais um grande ponto sensível. E deveras interessante, porque introduz a noção de que o ombudsman deve ter autonomia não só em relação ao jornal, mas também em relação aos próprios leitores. Isso, de início, poderia soar contraditório, uma vez que a função permite entender que corresponde, ela mesma, a uma instância colocada prioritariamente a serviço dos leitores. Porém, é mais complexo do que isso.

Ainda Mesquita, ao apresentar um relato de como se fez a opção pela denominação “provedor do leitor” em Portugal (em substituição a “ombudsman”), acaba ilustrando bem esta questão. O termo “ombudsman”, que em português tem correspondência mais imediata na palavra “ouvidor”, foi logo descartado, por temer-se que os leitores locais a ele não se adequassem. Já “representante dos leitores” (corrente nos Estados Unidos) também não foi aprovado, uma vez que sugeriria um significado, “em meu entender inexato”, diz Mesquita, “porque se trata de alguém nomeado pela empresa jornalística sem possuir qualquer mandato que permita falar em representação” (Mesquita, p. 10, 1998). E “defensor do leitor”, como ocorre nos países de fala espanhola (*defensor del lector*), também não foi considerado bom porque, além de ser “demasiado bélico”, diz Mesquita, sugere o mesmo tipo de relação que se estabelece entre o advogado e seu cliente, onde o primeiro nunca deixará de defender este último, devido à natureza do contrato que regula esta específica associação de interesses. Mesquita cita o referenciado ombudsman norte-americano Arthur Naumann (que chama de “decano dos provedores”) para ilustrar esta situação: “Posso dizer ao leitor que não tem razão na sua reclamação, enquanto o advogado está deontologicamente obrigado a defender seu cliente” (Mesquita, p.11, 1998).

Ou seja, o ombudsman, além de desejar ser independente em relação à profissão, aos colegas e aos seus patrões, também almeja sê-lo em relação aos próprios leitores. Uma sentença tornada já lugar comum na profissão expressa tal situação, dizendo: “o leitor nem sempre tem razão”. Logo, não deve ser incondicionalmente defendido. Veja-se as palavras de Costa neste sentido:

Nem sempre o leitor tem razão. Nem é porque ele reclamou que ganha direito de defesa. O ombudsman não é advogado a fazer

defesa do cliente, mesmo sabendo de seu erro. Ele representa o leitor, isso sim, mas as causas precisam ser corretas e ter relevância jornalística. Nunca fiz demagogia com os leitores, e quando pertinente, lhes comunicava a improcedência da reclamação e o porquê. (...) Não há consenso a esse respeito entre os ombudsmen, entretanto. Don Brazier, do *Seattle Times*, dizia que o principal assunto de suas colunas era selecionado em função dos interesses de seus leitores. E, algumas vezes, para sua “vergonha”, conforme confessou. (Costa, p.59, 1991)

Costa relata na seqüência um caso nesses moldes, por ele vivenciado durante seu período como ombudsman da Folha de São Paulo. Um leitor de apenas 13 anos apontara um suposto erro na legenda de uma foto, onde o texto chamava de “camelo” o animal que aparecia na imagem. O pequeno leitor argumentava que, como esse animal possuía apenas uma corcova, deveria ser chamado de “dromedário”. A dúvida suscita uma investigação, posta em prática pelo ombudsman. Questionado a respeito, o repórter que escrevera a matéria tendeu a reconhecer que teria ocorrido um erro, coincidindo assim com a posição do ombudsman. Mas um editor recorre a uma consulta a enciclopédias e constata que também é lícito chamar de “camelo” os animais de apenas uma corcova. Ou seja, o jornal estava certo e o leitor errado. E algo que valeria a pena ressaltar: o fato de que o ombudsman, no papel de intermediário, precisou valer-se do recurso investigativo que, como teria demonstrado este episódio, precisa ser exaustivo.

Aqui, tratava-se de um (suposto) erro simples de informação, que remeteu a um processo objetivo de verificação. Já questões subjetivas levantadas por leitores costumam ser de mais difícil solução. Tais questões, conforme Costa,

exigem outros métodos de aferição e análise. Tudo o que ajudava a melhorar o produto, atesto, foi bem recebido pela direção. Ne m tudo, porém, pôde ser resolvido a contento. Leitores insistiam em ditar a manchete do dia seguinte: “Viva a democracia! Viva o congresso! Viva o judiciário! Viva o executivo!” – conforme me exigiu um senhor anônimo. Não se fazem manchetes dessa maneira. Elas dependem de algum fato específico. Outros ligavam para discordar da “linha” do jornal e telefonavam dias depois para registrar que a “linha” continuava a mesma. Nessa hora, realmente, a conversa era complicada.

O papel é o de intervir em favor dos leitores, levando suas opiniões (mesmo, e principalmente, as discordantes) ao conhecimento da direção. Isso sempre foi feito. O que o representante do leitor não pode, nem deve, é discutir opiniões, dizer qual idéia considera certa ou errada. (...) Cabe a ele a crítica técnica. Se determinada opinião aparece embasada em

fato distorcido, ele deve demonstrar racionalmente como ocorreu a distorção. Isso pode colocar em dúvida determinada opinião, porque baseada em dados refutáveis. Quando o ombudsman aponta má fé de alguém em divulgar alguma informação, tem de provar isso por a + b, como num teorema. Caso contrário, estará fazendo proselitismo e não crítica. Ele não está ali para discordar ou concordar com as idéias. Serve de elo, antena, representante das causas dos leitores quando elas têm fundamento jornalístico. (Costa, p. 51,-52, 1991)

O que se torna suscetível de discussão, contudo, é a definição da reclamação que tenha “fundamento jornalístico”. Entra em jogo aí a capacidade que se poderia requerer ao ombudsman de afastar-se da subjetividade jornalística em momentos em que isso se fizesse necessário, conforme anota Fidalgo. Pergunta-se: para o leitor anônimo, e desconhecedor das regras jornalísticas, tal desconhecimento poderia acabar representando uma desvantagem? Novamente, está aqui o ponto sensível levantado por Glasser: não haveria a probabilidade de um limite para a autocrítica, devido, justamente, à sua falta de externalidade institucional?

Ao fazer um balanço da sua experiência como provedor do leitor do Diário de Notícias, Mesquita anota como que um desapontamento: ele diz ter constatado, enquanto exercia o cargo, uma presença muito forte daquele que este mesmo autor chama de leitor-tipo, ou seja, aquele leitor que se “expressa em causa própria”.

Muito raras foram as cartas em que o leitor decidiu criticar o jornal enquanto cidadão, sem estar directamente implicado, conforme fizeram os leitores do *Washington Post* ou do *Monde* que discordaram, no caso norte-americano, do relevo concedido pelo “seu” jornal no julgamento de O.J. Simpson (superior ao do discurso do “estado da União”), ou, no caso francês, do número de páginas (considerado excessivo) dedicado à morte de Diana Spencer. (Mesquita, p. 35, 1998)

Com efeito, esse leitor-tipo, que forma o perfil de um leitor interessado, seria tão comum que chega a fornecer a matéria-prima para a constituição de estereótipos. É o que diz Restrepo, em um texto em que pensa o futuro das funções da ouvidoria e onde aponta como necessária a superação “do estereotipo de los lectores ofendidos que exigen al periódico, con ayuda del Defensor, la publicación de una rectificación” (Restrepo, 2003).

Nessa figura, cuja existência é indicada pelo autor, encontra-se nitidamente, e talvez levada ao exagero, o cerne da postura do leitor-tipo, qual seja, a demanda em causa própria.

Como contrário disso, aparece o leitor desinteressado, traçado como um ideal. Mesquita apontou que esse leitor-cidadão, na sua experiência de ombudsman, dificilmente lhe passou frente aos olhos. Afirma, contudo, que sua eventual manifestação “constitui, no meu caso pelo menos, o aspecto mais gratificante da “profissão” (Mesquita, p. 238, 2002). O autor aponta que eles existem, portanto, e perfazem um ideal de leitor.

Restrepo (2003) diz a mesma coisa. Coloca em seu texto o exemplo de um leitor que agiu em nome da melhoria da qualidade da informação pública³⁶. Em um desses casos, o leitor dirige-se ao ombudsman para manifestar sua discordância com o fato de que na capa de uma determinada edição, a vitória de um desportista local (em um campeonato mundial de patinação) havia ganho mais destaque que o êxito de dois cientistas também locais em um concurso nacional. A reclamação do leitor era de que o jornal estava exaltando mais as “façanhas dos músculos” do que as da inteligência. Entra então em cena o ombudsman investigador, que faz um levantamento das capas de 19 edições publicadas nas três semanas anteriores, descobrindo que, destas, 13 eram “dominadas” por fotos e textos sobre acontecimentos esportivos. Restrepo identifica aí o traço característico do discurso jornalístico que estava sendo colocado sob questão: a preferência pelas imagens coloridas e movimentadas que o mundo do esporte costuma oferecer aos editores (que as usam com regularidade). Passado algum tempo, o ombudsman procede a um novo levantamento das capas do jornal e constata que, das 19 edições pesquisadas, apenas oito eram dominadas pelo esporte. As outras 11 tinham dado lugar a temas variados, incluindo o da ciência, conforme gostaria de ver o leitor reclamante.

Tal episódio é destacado pelo autor como exemplar. Por que exemplar? Porque, nas três partes envolvidas (leitor, ombudsman e jornalistas) se apresentam comportamentos que ultrapassam atitudes comuns, mas indesejadas. A primeira atitude, do leitor, já mencionada, consegue ultrapassar um estereótipo de leitor interessado e belicoso (que ameaça o jornal com processos). No lugar disso, sobrepondo-se àquilo seriam qualidades indesejadas, aparece a preocupação social (numa atitude desinteressada) e a postura não-agressiva,

³⁶ Não está explícito no texto de que jornal se trata e nem, portanto, de quem é o ombudsman que aí se encontra em atuação. Pode-se suspeitar que seja o próprio Restrepo que, nos créditos do texto, é identificado como (além de teórico) “Defensor del Lector” do diário El Colombiano, de Medellín (Colômbia).

baseada no equilíbrio racional. Ou, como diz Restrepo, apenas com o uso de considerações éticas (“apenas con el solo uso de unas consideraciones éticas”).

Em seguida, o comportamento do ombudsman. Conforme o autor, aí também se teve a “superación” de “otro lugar común”, o do “Defensor constituido como magistrado que, con sabiduría salomónica, sentencia sobre las diferencias entre lectores y periodistas”. Por este lugar comum, o ombudsman entenderia a si mesmo como uma espécie de ser superior, colocando-se acima das partes (jornalistas e leitores) e dizendo-lhes o que é o bem e o mal, o certo e o errado. No lugar disso, o ombudsman investiga. Baseia sua ação na técnica e na racionalidade. Aí, o fato (neste exemplo, o predomínio das manchetes desportivas, evidenciando o que seria um desequilíbrio editorial, portanto) emergiria incontestável.

E, por fim, os jornalistas, sujeitos onde eliminou-se uma postura que Restrepo não dá o nome de “estereótipo” ou “lugar comum”, mas que acreditamos que possa assim ser nomeada, como se procurará demonstrar logo mais adiante. Tal postura corresponde a um comportamento reativo do profissional, que não vê com bons olhos a interferência externa dos leitores. No exemplo citado, frente à queixa de um leitor, as “críticas foram aceitas pelo jornal como aporte, e não como uma intrusão”. Aqui, portanto, a característica indesejada é a da auto-suficiência jornalística, que teria sido tocada por uma postura de tolerância às críticas e opiniões alheias. E, mais do que tolerância, a postura receptiva, que vê colaborações nos estímulos vindos externamente.

O resultado final desse processo “perfeito” é assim descrito por Restrepo:

El periódico, a raíz de esta queja, dio un salto cualitativo, sacudió una rutina, renovó conceptos y ofresió a los lectores un producto menos influido por la inercia de lo que siempre se hace y más obediente a la voluntad de emitir señales concientes y positivas para sus lectores. (Restrepo, 2003)

Creemos que esta referência a Restrepo tem o mérito de ilustrar o quanto a questão do ombudsman, em determinado momento, talvez o principal deles, pode ser organizada nos termos de idealizações que buscam superar sujeitos concretos de ação indesejável. No caso do leitor, assunto específico deste tópico, acreditamos que tal aspecto tenha ficado claro. O que Mesquita chama de “leitor-cidadão” é uma busca, de onde merecem ser destacadas

duas coisas: 1) este leitor não existe a pleno; 2) existe um desejo, este sim real, vulgar, recorrente (talvez onipresente), que move os atores desse processo.

Tal desejo, a nosso ver, encontra-se bem nítido em Rey (2003). As falas deste autor, por caminhos como este, de definição da figura do leitor, parece-me enfatizar não só a presença deste desejo, mas um caráter de transitoriedade que haveria no real. Se para Mesquita a experiência trouxe-lhe poucos exemplos de postura cidadã, em Rey encontra-se a indicação de que tal postura estaria cada vez mais presente - ao menos se considerarmos a maneira pela qual tal assunto é abordado, onde Rey faz aparecer com boa ênfase o avanço, o caminhar da construção do leitor-cidadão, silenciando quase completamente sobre a existência do leitor interessado. É ilustrativo desta situação o seguinte trecho:

La Defensoría muestra que tienden a cambiar las relaciones entre los lectores y los medios, y que la reiterada afirmación de que aquellos son el sentido de la información se hace cada día mas real y exigente. Lectores que critican, que siguen con cuidado el tratamiento de las noticias; lectores exigentes que quieren ver más pluralismo, más calidad y nuevos temas. Lectores que defienden sus derechos y demandan de los medios veracidad, oportunidad y profundidad. En este redimensionamiento del lector tienen los periódicos un patrimonio y una vigilancia permanentes. (Rey, 2003)

Ou este:

La armonización de lo público y lo privado es otro de los grandes asuntos a que se ven enfrentados los Defensores. Porque, con frecuencia, las discusiones planteadas por lectoras y lectores rebasan sus intereses individuales (justos e importantes, por lo demás) para abrir el debate sobre temas de interés común. (Rey, 2003)

Rey aborda ainda as possibilidades de inscrição do leitor no contexto de aproximações conceituais que se fazem entre consumo e cidadania. Passa a haver, segundo ele, uma mudança no modo como as empresas jornalísticas vêm aqueles a quem serão dirigidos seus produtos. Conhecê-los, diz Rey, não se trata mais de uma questão de “ampliar los mercados y responder a sus demandas, para diseñar los productos y construir nichos de mercado”. Esta noção, conforme o autor, encontraria-se em transição, já que “lentamente se fue afirmando la idea de que los lectores vivían en el consumo experiencias

referidas a sus derechos, a sus demandas como ciudadanos”. Com isso, o que emerge, conforme Rey, é o “direito à informação”. E, para diversos autores, exercer um papel pedagógico no sentido de instruir os leitores sobre a existência desses direitos acabaria se constituindo na função mais transcendente do ombudsman, a que se enquadra em um projeto ético de fundo que dá sustentação ao trabalho da ouvidoria de imprensa.

4.6.1 Provedores portugueses - Entre o leitor “maluquinho” e o leitor inocente

Falou-se no início deste tópico de uma heterogeneidade de leitores, de uma incidência de leitores que procuram o ombudsman; e de um temário, ou de um conjunto de temas favoritos pelo público. Dados obtidos junto aos provedores portugueses podem nos ajudar nesta perspectiva. Em relação ao índice de leitores, os três provedores foram unânimes em afirmar que, durante o período em que atuaram, a procura do serviço de provedor pelo público foi considerada baixa (apesar de não se referenciar a algum índice de participação que pudesse servir como parâmetro quantitativo).

Pinto³⁷ afirmou que a demanda por ele experimentada não chegou a dez leitores por semana, em um universo de 700 mil leitores diários, sendo que sua expectativa era de que esse fluxo tivesse sido maior. Fidalgo faz uma afirmação interessante a respeito, que talvez nos ajude a definir uma categorização específica. Ele diz que dos “leitores que escreveram para o provedor, são todos raros”, e que “todos os provedores queixam-se disso”. Ou seja, aquele leitor que entra em contato, já por ter tomado a própria atitude do contato, pode ser considerado incomum – não poderá mais, talvez, ser confundido com o restante dos leitores, que, numa maioria quase absoluta, permanece sem fazer contato.

Sem dúvida, esse ponto nos remeterá a um aspecto específico da problemática dos conselhos de leitores, que diz respeito ao modo como os jornalistas deveriam categorizar os leitores que participam desta instância – se leitores diferenciados, por participarem do conselho, ou então leitores comuns que, por serem comuns, são capazes de serem representativos daquilo que pensa o leitor médio.

³⁷ A título de lembrança, mencionamos novamente a identificação dos provedores entrevistados: Manuel Pinto, então (em 2005) provedor do Jornal de Notícias (Porto); Joaquim Fidalgo, provedor do Público entre 1999 e 2001 (Lisboa); Estrela Serrano, provedora do Diário de Notícias (Lisboa) entre 2001 e 2004.

Se, de certo modo, a baixa participação se apresentava como algo frustrante para os provedores, pode-se dizer que tal sentimento se acentuava diante da constatação de que uma parte significativa dos contatos dizia respeito ainda a assuntos estranhos à temática própria de ser tratada pelo provedor (vinculada a questões editoriais). Tais assuntos desviantes podem ser, por exemplo, questões como falhas na entrega de assinaturas ou problemas de impressão referentes aos chamados “produtos associados”, que são vendidos em conjunto com o jornal, como livros, DVD’s e CD’s. Pinto diz que mais de 50% das demandas que recebia referiam-se a estes assuntos. Estrela Serrano afirmou que também foi esta a incidência no seu último ano de mandato. Pinto, via de regra, encaminhava as questões para os setores competentes, não os considerando de ingerência do provedor. Já Estrela Serrano diz que não se furtou de trazer o assunto para si, tratando-o em sua coluna. Ela justificou a atitude dizendo que sentiu a necessidade de que algum modo fossem fornecidas respostas público – e que o provedor acabava representando perante estes leitores a única possibilidade de interlocução dentro do jornal. Aliás, no caso de Estrela Serrano, os desvios não diziam respeito apenas às questões acima mencionadas (circulação e produtos associados). A provedora diz ter avaliado que a apresentação de assuntos que não eram da alçada do provedor – até mesmo problemas familiares, diz ela - devia-se justamente ao fato de o provedor apresentar-se como única interlocução disponível para os leitores dentro do jornal.

Fidalgo aponta para uma constatação semelhante. Ele acredita que a introdução da provedoria nos jornais portugueses foi bem acolhida pelo público devido ao fato de que houve o suprimento de uma lacuna, correspondente à falta de canais de interlocução entre os jornais e o público. Ele refere que “havia uma tradição, no caso dos jornais portugueses, de não se dar resposta às cartas dos leitores”. O raciocínio que Fidalgo faz é o de que a introdução do cargo de provedor gera uma diferença significativa em relação à situação anterior, apesar de não esgotar tal diferenciação mediante o fato de que se estabeleceu um canal de interlocução que antes não existia, independente dos conteúdos que passam por estes canais. Haver o canal, ou seja, a simples possibilidade de interlocução, é uma diferença significativa, diz Fidalgo. Seu raciocínio é complementado, contudo, com a idéia de que a existência de um canal de interlocução nem mesmo exige a contratação de um provedor. “Só atender bem ao leitor é uma questão quase de relações públicas e de boa

educação, de respeito. (...) Para fazer isso, não precisa contratar um provedor do leitor. Pode ser uma funcionária qualquer.”

Esta simples existência da interlocução, para Fidalgo, apesar de ficar bastante aquém da plenitude do papel do provedor, não deixaria de cumprir uma função importante. Tratar-se-ia de um começo, um estágio inicial – e necessário – da aproximação do leitor face ao jornal. E mesmo que a aproximação se dê por motivos estranhos à competência do provedor, como reclamar de problemas na entrega dos produtos associados, já isso seria válido, diz Fidalgo, se se baseia na idéia de que haverá um progresso qualitativo no contato que começa a se estabelecer. Ou seja, se se crê na idéia de que o leitor, ao perceber no jornal a existência de uma porta aberta (o provedor), passará a usá-la, de início por motivos “menores”; em seguida, progressivamente, engajando-se a questões que digam respeito à qualidade editorial do veículo, e, de modo mais amplo, ao funcionamento do espaço público midiático. Como ilustra Fidalgo: “Hoje (o leitor) reclama de um CD, amanhã pode reclamar de uma reportagem. E, de certo modo, isso começou a acontecer”. Talvez se trate, essa, de uma lógica desse provedor específico. Dos três provedores entrevistados, foi apenas esse explicitou a questão em tais termos. Para ele, parece tratar-se de adotar uma estratégia de aproveitamento daquilo que há – no caso, leitores –, tanto em termos de quantidade como de qualidade. Fidalgo não vai esperar, para cumprir seu papel de provedor, que haja um maior número de leitores, nem que sua intervenção seja mais qualificada. É assim que ele diz pensar e agir. Tratar-se-ia, conforme o entrevistado, de importar-se com o leitor concreto – aquele que efetivamente há.

A partir dele é que o provedor, por exemplo, cumpriria uma das partes mais importantes da sua tarefa, a de expor em sua coluna temas pertinentes à função da provedoria, de discutir criticamente os processos de produção jornalística. Diz Fidalgo:

“Podemos dizer que leitores que escrevem não são todos, nem são os mais qualificados. Não interessa, é aquilo que temos, é aquilo de que partimos. Há leitores concretos, que pensam coisas concretas sobre o jornal e até escrevem e o provedor pega nelas e a partir delas depois elabora”.

Com efeito, já não se trata apenas de uma questão de quantidade de leitores, mas também e, talvez, acima de tudo, da qualidade da intervenção destes leitores. Eles

precisarão ser “educados” primeiro para depois intervir no espaço público, fazendo observações sobre o funcionamento deste mesmo espaço público? Parece que a perspectiva de Fidalgo neste sentido – de que reclamações mesmo sobre temas não propriamente editoriais podem servir como uma espécie de ante-sala para críticas mais elaboradas – vai confirmar-se em uma constatação de Estrela Serrano, quando esta provedora afirma que “os leitores ficavam muito mais chateados com problemas nos produtos associados do que com as notícias”. Ou seja, não é ainda uma questão editorial o que mais mobiliza o leitor enquanto consumidor de um produto que possa estar com problemas. E será por que não os percebe ou por que por eles é incapaz de interessar-se? Note-se que a mesma tendência – a de um mais fácil interesse por questões não-editoriais – pudemos observamos no funcionamento na editoria de atendimento ao leitor de Zero Hora (como se verá no próximo capítulo). Apesar desta editoria representar uma estrutura voltada pra questões editoriais, próprias da redação do jornal, mais da metade dos atendimentos processados diariamente correspondia a solicitações pertinentes a outros setores do jornal que não a redação (como a circulação).

Aqui, cremos que a pergunta que pode ser feita, tendo por referência todos estes casos, é: não se trataria de uma situação onde, no mais das vezes, o que ocorre é uma espera pelo leitor, na expectativa por que ele apareça? Esta situação parece que se nos confirma quando Estrela Serrano chega a dizer que havia temido, de início, que lhe faltassem intervenções de leitores suficientes que lhes permitissem compor a coluna semanal exigida do provedor. Ela acaba por relatar que tal insuficiência não chegou a concretizar-se. O material disponível era suficiente. Esta provedora, contudo, revelou uma particularidade sua: disse que sempre optou por não esperar a intervenção de leitores para, vestindo a capa de provedora, abordar questões referentes à prática do jornalismo. Mais de um terço da suas colunas, diz, não foram suscitadas por questões levantadas por leitores, mas sim por observações feitas de modo independente pela própria provedora. Em outras ocasiões, algo que um leitor havia dito era apenas um mote para que se deflagrasse a abordagem de um assunto mais amplo na coluna. Estrela ilustra uma situação que lhe teria sido relativamente comum: diante de queixas de leitores que se referiam em número significativo a ocorrências de casos abstratos, ela aproveitava tais ocorrências como oportunidade para falar de casos concretos que ela mesma identificava (sem que tivesse precisado esperar a

ajuda de leitores, portanto). Veja-se, neste sentido, uma afirmação contida em sua entrevista: “Foram anos muito ricos, em que pude escrever sobre aquilo que os leitores se apercebiam, mas sobretudo sobre aquilo que eles *não* se apercebiam”.

Parece evidente que se trata, aqui, da figura do provedor esclarecido, que ilumina o povo. É o que transparece neste outro trecho de sua entrevista:

“(...) Porque eu gostava de falar não apenas de casos (...) mas de problemáticas. Isso tem a ver com a formação, não é. Porque, eu própria, como investigadora, me interessa por saber não apenas os casos, mas também as problemáticas, por que é que as notícias são como são, no fundo. E eu também era muito levada a tentar essa fala pedagógica de explicar o que é o jornalismo (...) E o fato de uma pessoa estar numa redação e ter experiência de jornalismo é fundamental, para perceber certos mecanismos, mas também é fundamental ter tido tempo para refletir sobre. (...) Enquanto professora, eu era obrigada a ter um olhar permanente sobre as notícias. E isso afetou a minha tarefa de provedora, porque eu era obrigada a olhar para o jornal não só à espera de que os leitores escrevessem, mas também de minha iniciativa, de chamar a atenção do jornal. Eu muitas vezes escrevi: não há nenhuma queixa do leitor, mas eu gostava da vossa parte (dos membros da redação do jornal) de ter uma explicação sobre por que o jornal ter tomado esta atitude e não outra. (...) Um terço das minhas crônicas são de iniciativas minhas.”

As problemáticas aqui, a complexidade do tema, que muitas vezes foge ao próprio jornalista, são de propriedade do provedor. A postura de Fidalgo, neste ponto, de modo nenhum lhe é idêntica, como já explicitamos. Fidalgo reconhece que as intervenções dos leitores sofrem déficits de qualidade. Também revela a estratégia de que pega questões consideradas “pequenas” como oportunidade para abordar temas de maior complexidade. Porém, diz ter como princípio, adotado consciente e deliberadamente ao início da sua gestão, valer-se *sempre* das contribuições dos leitores. E aqui está, como já afirmamos, a idéia de Fidalgo que se explicitou anteriormente, a de dar saliência ao leitor concreto, que mesmo “pequeno” em suas preocupações é considerado digno de pautar o provedor, inclusive como forma de estímulo para esses leitores intensificarem suas participações, seja

em quantidade, seja em qualidade. É como se Fidalgo dissesse, portanto, que, melhor que esperar, é atuar a partir do que já existe.

Afastando-nos das entrevistas com os provedores, podemos retornar à literatura e lembrar que Mesquita estabelece uma categorização quanto a diferentes espécies de leitores e sua presença frente ao provedor. Nesta caracterização, volta a ficar evidente que há, de modo predominante, como que um leitor imperfeito, que precisaria ser melhorado. Como conseqüência, surge neste mesmo espectro um leitor esperado, fruto de uma expectativa. Certamente, não pareceria seguro confiar cegamente nos leitores pelo simples fato de serem leitores. Talvez aqui possamos repetir o que diz Costa, que afirma que o leitor é um ser mitificado. Ao que acrescentaríamos a pergunta: para o bem ou para o mal? E o que não nos parece improcedente responder: para os dois lados.

Talvez não se deva descurar de uma certa tendência maniqueísta dos mitos. Basta lembrarmos-nos dos mitos da profissão jornalística, que descrevemos no capítulo anterior, junto com Traquina, universo onde se conformam vilões e heróis. Também no caso dos leitores, creio, se poderia estabelecer tal maniqueísmo. De um lado, leitores heroicizados, de outro, tidos como vilões.

Um fato relatado na entrevista de Manuel Pinto, creio que ilustra bem esta situação. O provedor do Jornal de Notícias conta que frustrou uma visão, segundo suas palavras, “idílica” que possuía da sessão do jornal que recebe as cartas do leitor. Tal idéia era a de que se tratava de um espaço que possibilitava um pleno exercício democrático ao encontrar-se aberto para leitores que, supostamente, possuindo elevados interesses cívicos, pretendiam aí expressar suas opiniões. Pinto diz que frustrou essa visão ao, atuando como provedor, descobrir da existência de leitores participantes que, pelo perfil de atuação, prefiguram o que ele chamou de “casos patológicos”. A patologia no comportamento de tais indivíduos estaria na tentativa de ocupar compulsivamente o espaço de cartas, enviando uma quantidade de textos (30 cartas por semana, por exemplo) improvável para um indivíduo de conduta padrão. Ou ainda: leitores que, tendo suas cartas publicadas com alguma regularidade no jornal, falsificavam documentos que os identificassem como membros da empresa jornalística. Assim, juntando as cartas publicadas, mais as falsas carteiras de identificação, poderiam reivindicar prestígio de jornalistas junto a círculos que

relações que mantivessem. A fatos como esse, Pinto diz ter juntado a constatação de que “o leque de pessoas que aí (nas seções de cartas) escreve é diminuto”.

Ou seja, o provedor abandonou o que considerava ser uma visão “idílica” pela constatação de uma realidade outra, composta por leitores de um comportamento inconveniente para o espaço público. É de se notar que aqui a inconveniência se localiza no comportamento do leitor, que já desse modo (inconveniente) se posiciona para a relação. Ela não terá sido reflexo de alguma ação do jornal. Jornalistas esperam leitores “colaboradores”, de preferência qualificados. Deparar-se com leitores que frustrem esta expectativa pode ter que tipo de resultado? Estrela Serrano, creio, fala de um desses possíveis resultados ao relatar que, durante seu período como provedora, teria observado, entre os jornalistas, uma “cultura terrível de desvalorização do leitor”. E, como parte desta cultura, o hábito de chamar os leitores que “escrevem demais” de “maluquinhos”. Estará aqui uma estereotipação maniqueísta? Creio que sim. Talvez se possa dizer que a existência de leitores exacerbados em seu modo de participação fez com que se criasse um imaginário onde esses leitores, reais, são detratados simbolicamente, numa espécie de revanche dos jornalistas, que assim reagiriam por terem perturbadas suas condições de trabalho. Como se verá no próximo capítulo, que descreve o funcionamento do Conselho do Leitor de Zero Hora, também aí ocorrem situações semelhantes.

Diante disso, a pergunta que consideramos ser justa fazer é: não haveria a tendência para a formação de uma imagem negativa do leitor, entre os jornalistas, baseada, ao menos de uma parte, no comportamento destes leitores de uma exacerbada inconveniência? Evidentemente, esta imagem distorce a realidade, ou ainda, a exagera, fazendo supor que muito mais leitores (talvez o conjunto todo dos leitores) possuem tal comportamento exacerbado do que de fato ocorre. E estaria aí uma vilanização dos leitores. Seriam eles tornados vilões a partir daquilo que seria um padrão negativo no seu comportamento, talvez o mais negativo. No entanto, estes leitores, que uma maledicência irritada dos jornalistas alcunha de “maluquinhos”, faz parte do universo de leitores concretos. Contudo, ao mesmo tempo, não esgota este universo. Seguramente, tal universo é amplo.

Uma afirmação de Fidalgo talvez ilustre bem esta situação. A afirmação é feita no contexto da constatação do baixo fluxo de leitores que procuram o provedor. “As pessoas dizem que deve haver (ombudsman), mas usam pouco e há poucos que usam muito (...),

mas também há algumas intervenções cidadãs.” Estrela Serrano dá também a saber do que seria uma diversidade. “Há alguns leitores ativos e muito instruídos, outros de extrema direita”³⁸. Seguramente, ter em conta esta diversidade ajuda a não considerar unicamente os estereótipos. Ao mesmo tempo, os estereótipos devem ser compreendidos na sua condição específica de estereótipos.

Mas, afinal, onde estará o leitor-cidadão, onde buscá-lo? Ou, por outra, será legítimo considerar viável a probabilidade de que ele poderá se tornar o padrão regular? Mesquita o considera rarefeito. Rey acredita que há cada vez mais destes leitores. Numa síntese destas posições, talvez pareça ser inevitável confiar em processos pedagógicos para que se chegue se chegue a tal figura. Em sua entrevista, Estrela Serrano aponta um fator que pode servir como dificultador desta busca, e que se relaciona com a própria falta de qualificação dos leitores para fazerem a crítica consistente do jornal. Além disso, haveria o elemento inibidor da própria baixa receptividade dos jornalistas.

“Para escrever uma carta ao provedor é preciso ter um conjunto de idéias fixas e não é uma coisa que surge espontaneamente. Ele, ao escrever uma carta, sabe que esta carta pode ser em parte referida e pode ser contestada pelo próprio jornalista. Portanto, é uma exposição do próprio leitor e na medida em que muitos deles eram mal-tratados pelo próprio jornal no correio do leitor e isto era a maneira como o próprio jornal os trata, num espaço que é dos leitores. (...) No fundo, os leitores também se expõem e muitas vezes o jornal também não dá razão aos leitores.”

Não será tão simples, portanto, ocupar o espaço público. Seria de se esperar, por exemplo, que o leitor não apresentasse sua cota de “radicalismo” na discussão, para usar um termo empregado pela provedora? Como já se sugeriu anteriormente, talvez essa expectativa seja desconhecer o leitor concreto e suas limitações. Em sua entrevista, Manuel Pinto apresenta os fatores que considera limitantes da participação, especialmente a cidadã.

³⁸ Leitores que expressariam idéias anti-democráticas, que contrariam o próprio espírito do espaço público.

(Há) pessoas que se dirigem ao provedor (e) acham que é ineficaz, que não adianta nada queixar, que o jornal fica sempre por cima e, portanto, mesmo tendo o provedor, não adianta nada. Outra razão tem muito a ver com o tipo de leitorado³⁹, com o tipo de leitorado que predomina, que é um leitorado (...) menos capacitado para dominar o código da escrita e até com menor poder econômico e capacidade de iniciativa, com a consciência cívica menor, portanto, para saber que tem direitos (...). E provavelmente (exerce influência nesse estado de coisas) um clima cultural geral que tenha a ver com estas questões, que não estimula a participação.

Manuel Pinto diz que esta seria uma situação de inércia a ser combatida. E, deve-se dizer, a fórmula sugerida para combater tal inércia constitui uma das características mais particulares que este provedor deixou transparecer de si, enquanto provedor, durante sua entrevista. Manuel Pinto considera que o provedor desempenha melhor suas funções, no sentido de ouvir e entender com mais perfeição as demandas do público se, no lugar do procedimento adotado pela totalidade dos provedores, ele não apenas esperasse o público entrar em contato, através dos expedientes normais (telefone, e-mail), mas ainda se tornasse disponível aos leitores de um modo diferenciado. Essa diferenciação incluiria especialmente travar um contato presencial com o público, face-a-face.

O provedor relata que chegou a colocar em prática tal idéia, comparecendo a escolas, onde conversou com jovens estudantes sobre o Jornal de Notícias e diz ter colhido resultados significativos. Contudo, o prosseguimento desta iniciativa foi considerado difícil, face à quantidade de tempo/energia que nele se deveria despende. Conforme Pinto, a interação face-a-face teria o poder de melhor revelar o próprio leitor. Teria a propriedade, por exemplo, de vencer inibições. “Há idéias que só nessas interações é que se ouvem”, diz ele.

Joaquim Fidalgo fala de uma necessidade de dar mostras ao público de que o leitor é efetivamente ouvido pelo provedor. Dentro disso, estaria a estratégia, que já mencionamos, de valorizar a totalidade das participações, mesmo aquelas não qualificadas, aproveitando-as de algum modo nas colunas. Fidalgo diz que ter iniciativas nesse sentido é uma maneira

³⁹ Ele refere-se aos leitores específicos do Jornal de Notícias, veículo que o provedor qualifica como sendo “popular de qualidade”.

de demonstrar que o leitor não tem usado, pelos jornalistas, o “seu santo nome em vão”. Tal referência bíblica faz parte de uma linha de raciocínio deste provedor no sentido de argumentar que o jornalismo tem toda sua ação baseada em pressuposições quanto a expectativas e necessidades do público, bem como o fato de que jornalistas falam (escrevem) em nome do interesse do público. O público é evocado como base de sustentação dos propósitos jornalísticos. Daí a idéia de que se, na prática, é escasso o contato e o conhecimento acerca deste mesmo público, o seu “santo nome” – já que é dada ao público é dada uma soberania de guiar os interesses do jornalismo – acabaria de fato sendo pronunciado a esmo, de modo inconseqüente.

Perguntado sobre as possibilidades de constituição do leitor-cidadão, Fidalgo apega-se a este nível de considerações. Enfatiza que o desconhecimento acerca do leitor é grande e minimiza a própria experiência que teve como ombudsman a este respeito. Diz que, apesar dos dois anos que ficou no cargo, não se considerava capaz de afirmar que havia passado a conhecer os interesses dos leitores. O principal motivo disso estaria no fato de não ser possível saber o quanto a amostra dos leitores ouvidos durante o seu período como provedor era representativa do universo total dos leitores. Fidalgo diz, no entanto, que houve um fato que lhe chamou atenção e que acabaria por reforçar a tese de que o leitor é um desconhecido – o de que, na prática da escuta dos leitores que entravam em contato com o provedor, configuram-se preocupações com a qualidade do jornal que os jornalistas não suspeitam que existissem. Ou seja, preocupações, o que significa dizer, interesses do leitor, que não seriam de conhecimento dos jornalistas.

O caso citado com mais ênfase por Fidalgo é o dos erros ortográficos. O provedor diz ter se apercebido, através da regularidade das queixas, que os leitores afetavam-se com os erros ortográficos em uma medida que lhe era desconhecida. Para os jornalistas, conforme o provedor, tal fato acabaria se constituindo “um exemplo de como o leitor apresenta questões que para nós jornalistas eram consideradas questões absolutamente menores”. Note-se que os erros gramaticais escapam até mesmo das questões de fundo do processo jornalístico, que muitos ombudsmen consideram ser as de mais válida abordagem. Mesmo Fidalgo diz que “pegava” nela – a questão dos erros ortográficos – como mote, oportunidade, de abordar questões consideradas maiores. Contudo, conforme sua

argumentação, o fazia tendo em vista a necessidade de partir de problemas apresentados por leitores concretos, e não idealizados.

Trata-se, então, de reconhecer um leitor verdadeiro que, de fato, na maioria das vezes, não trazia problemáticas que poderiam ser consideradas mais pertinentes, conforme as expectativas dos jornalistas e do provedor. Contudo, um leitor real que, conforme Fidalgo, deve ser digno de atenção. Por um lado, por revelar coisas insuspeitas. Por outro, para que, pelo próprio fato de receber atenção, se lhe estimule o ingresso em um processo de aprendizagem que, nesse caso, tendo como um dos principais artífices o provedor, lhe permitirá adentrar por meandros mais sutis dos problemas referentes à qualidade jornalística.

O oposto do pensamento que vilaniza os leitores e que, portanto, os heroiciza, pertenceria a um campo de onde provém aquilo que Manuel Pinto reconheceu como sendo uma visão idílica em torno das sessões de cartas dos leitores. Nele, o leitor é apenas bem-intencionado (de acordo com as expectativas dos jornalistas) e a sua participação tem somente como resultado o funcionamento mais amplamente democrático do espaço público – nunca percalços como não saber portar-se adequadamente neste espaço e, por exemplo, perceber que há um limite para a sua própria participação, seja porque o espaço precisa ser dividido com outros, seja porque a insistência atordoa os administradores deste espaço.

4.7 Jornalistas reativos

Falamos logo acima da existência de estereótipos que se refeririam a determinados padrões de comportamento verificados na relação entre ombudsman e jornalistas. Restrepo, conforme mencionamos, refere-se ao “estereótipo” do leitor ofendido, que exige reposições a qualquer custo. Fala também do “lugar comum” relativo à figura de um ombudsman enquanto juiz que emite a verdade absoluta. Por fim, menciona a ocorrência de uma postura que também seria corriqueira ou vulgar, agora entre os jornalistas: a de serem reativos a críticas.

Em todos os casos, independente de qualificarmos de padrões de estereótipos ou “lugar comum”, o que se pode verificar é uma condição coincidente de noções acerca de atitudes

de sujeitos (leitor, ombudsman e jornalistas) e de ações que seriam tanto indesejáveis (passíveis de superação) quanto vulgares. E mesmo que Restrepo não tenha dado um nome específico a atitude dos jornalistas (nem estereótipo, nem lugar comum), nos parece possível qualificá-los desta forma, ou de outra forma correspondente, mas que diga respeito a tal situação, a de uma leitura simplificada sobre um determinado objeto, mas que emergiu devido à sua forte constância/regularidade no real.

Com efeito, afirmações em torno do quanto é comum aos jornalistas resistirem às críticas do ombudsman estão presentes, e com as devidas ênfases, em praticamente toda literatura a respeito da ouvidoria de imprensa. Uma das colocações feitas por Mendes a respeito do tema é a de que o modelo norte-americano de ombudsman, bastante difundido em vários países, como que estimula a reatividade das redações. Por quê? Por tratar-se de um modelo “onde um ombudsman tem um papel bastante combativo” (Mendes, sem data). Esta combatividade se relaciona, conforme o autor, ao princípio da independência, que resulta, via de regra, na realização de uma série de esforços (a criação de dispositivos de autonomia, como também já afirmamos acima) para assegurar tal independência.

Mendes refere-se a esta situação afirmando que a separação não é apenas entre ouvidor e jornalistas, mas também de uma separação que o próprio ouvidor se encarregaria de promover entre jornalistas e leitores. “O ouvidor mostra ter uma visão em que jornalistas e leitores estão de lados opostos” (Mendes, p. 80, 2002). Este autor aplicou a Análise do Discurso às colunas do ombudsman da Folha de São Paulo. Os apontamentos sobre os resultados dessa pesquisa são deveras interessantes. As marcas lingüísticas deixadas no texto, diz Mendes, dão conta de que o ombudsman posiciona leitores e jornalistas em campos opostos. Enquanto, em relação aos leitores, as estratégias são de aproximação e intimidade, com os jornalistas o que se sobressai é o distanciamento. Diz Mendes: “Com os leitores, o ombudsman procura criar uma relação afetuosa. Já com os jornalistas, o ombudsman se coloca como um impiedoso crítico” (Mendes, p. 80, 2002).

O autor detecta que a vontade de distância, em contraponto à proximidade com os leitores, se manifesta em situações como o uso da palavra “jornalista” no plural – exatamente o oposto do que ocorre com a palavra “leitor”. Além disso, diz, avulta o tratamento crítico em relação aos jornalistas. “Ele (o ombudsman) critica e ironiza os jornalistas. Na maioria das vezes os descreve como pessoas incompetentes e de pouca ética

(...) são chamados de ‘ingênuos’, ‘ignorantes’, ‘insistentes (chatos)’, ‘mórbidos’, ‘complicados’, ‘desconhedores de normas gramaticais’, ‘oportunistas’, ‘incompetentes’, ‘desrespeitadores’, entre outras coisas” (Costa, p. 81, 2002).

Mendes avalia que posicionamentos como este favorecem o desenvolvimento de tensões entre o ombudsman e a redação, tendendo a tornar a relação conflituosa. O autor dedica um artigo inteiro, não a esse ponto em específico, mas a relatar o que teria sido o “difícil começo” (Mendes, sem data) da função da ouvidoria nos dois jornais brasileiros que primeiro tiveram seu ombudsman (O Povo e Folha de São Paulo). O relato desse “difícil começo” é uma narrativa basicamente centrada nas tensões surgidas entre ouvidor e jornalistas. Mendes toma por base os depoimentos publicados por esses dois ombudsmen, em forma de livro, depois de encerrados seus mandatos inaugurais.

A ombudsman de O povo é Adísia Sá, uma espécie de decana do jornalismo cearense. Mendes conta que “mesmo sendo respeitada pela categoria”, Adísia enfrentou um ambiente hostil. Sofreu ameaças de morte que, descobriu-se, eram provenientes da redação. “Algumas vezes foram necessárias reuniões com a redação para amenizar os conflitos”, relata o autor. No caso do primeiro ombudsman da Folha, Caio Túlio Costa, os conflitos não passaram das discussões internas ou nas páginas do jornal (não só da Folha, mas também de jornais concorrentes, como O Globo e O Estado de São Paulo). Em alguns casos, deflagraram-se brigas pessoais.

Mendes fornece o relato de como membros da direção da Folha de São Paulo, ao cogitarem o nome de Caio Túlio Costa para ser o primeiro ombudsman do jornal, depois de convidarem para o cargo vários outros jornalistas, que haviam recusado a proposta, tinham conhecimento da personalidade agressiva de Costa. Relata Mendes:

Newton César de Oliveira Santos, no livro “A voz e a vez do leitor”, conta por que Caio Túlio foi chamado. O jornalista da Folha Leão Serva sugeriu o nome de Caio Túlio de brincadeira, que na época fazia um bom trabalho como secretário de redação, mas era considerado muito “chato”. “Ele (Caio Túlio) tem um enorme talento para prever problemas, mas exercia essa capacidade de um jeito extremamente antipático, sempre provocativo, a tal ponto que, quando irritado, chegava a ser violento.” E foi essa pessoa considerada tão geniosa que colocou fim à longa gestação do primeiro ombudsman latino-americano. (Mendes, <http://www.ombudsmaneoleitor.jor.br/celacom.htm>)

O livro que Costa escreveu relatando sua experiência deixa entrever, até mais que nas entrelinhas, tal geniosidade. De um total de 18 capítulos, os dois mais extensos em número de páginas são dedicados a descrever os dois principais conflitos nos quais o ombudsman se envolveu. Um, com o colunista Paulo Francis; outro, com os jornais concorrentes da Folha, especialmente O Estado de São Paulo. Em alguns momentos, Costa chega a reconhecer que colaborou para inflamar o tom do debate.

Mas, evidentemente, a atuação de Costa, relatada em seu livro, não se reduz a estas situações de tensão exacerbada. Se, como teria conseguido demonstrar Mendes, o ombudsman pode tomar uma postura agressiva, criticando pesadamente os colegas de redação e as práticas profissionais, sendo tal postura, como sugere este autor, deliberada e fruto de um modelo específico de ouvidoria; e se, ao mesmo tempo, uma tal disposição pode ainda ganhar o contributo da personalidade da pessoa que ocupa o cargo, como talvez demonstre o caso de Costa, pode-se ter que um dos focos que se apresenta como origem dos conflitos é o próprio mecanismo do ombudsman, suas disposições e o modo como funciona.

Lembre-se, neste sentido, dos dois distintos modos apontados por Rey, que diferentes veículos adotavam para definir o posicionamento do ouvidor em relação à redação. Um modo fundado na proximidade e outro na distância. Ou seja, a tensão, em maior ou menor intensidade, é deliberada e, dessa forma, talvez deva ser considerada inevitável, se não antes desejável. É, ao mesmo tempo, contudo, que se manifesta, outra fonte de conflito, aquela a que nos referimos no início desse tópico, relativa à reatividade dos jornalistas frente à crítica do seu trabalho. Ou seja, se há uma fonte de agressão deliberada, que busca intencionalmente ferir, vale perguntar se ocorreria ao mesmo tempo a espontaneidade de uma frente de resistência a tal agressão.

Na maior parte das vezes, os relatos disponíveis sobre este aspecto são feitos pelos próprios ombudsmen, que geralmente não se furtam de assinalar o quanto as redações reagiram mal às críticas. Há inclusive uma espécie de comentário padrão, fartamente utilizado: o de que os jornalistas, tão acostumados a criticar, não toleram a situação de passar para o lugar de quem *recebe* a crítica. Este, por exemplo, é um dos argumentos com que Lira Neto, ombudsman de O Povo, abre a coluna na qual apresenta um texto de

despedida do cargo. Trata-se de uma espécie de balanço, em que um dos motes principais do autor envolve os conflitos com a redação. Diz ele:

Nós jornalistas, críticas ferrenhas de tudo e de todos quando estamos no desempenho da profissão, sofremos de uma distorção crônica: não costumamos reagir muito bem quando nós próprios deixamos de ser estilingue e passamos à condição de vidraça. Os conflitos com os colegas, portanto, não foram poucos. Em determinados instantes, chegou-se mesmo ao pugilato verbal e – em poucos casos, felizmente – a crítica ameaçou ser recebida como rusga pessoal. (Lira Neto, 1998)

Costa afirma claramente em seu livro qual seria “a questão mais cara aos jornalistas quando se trata de crítica interna”: é a “a reação da corporação” (Costa, p. 115, 1991). Em outro momento, afirma que a relação dos jornalistas à crítica do ombudsman é “sempre neurótica”. E justifica: “porque, como seres humanos, os jornalistas também não gostam de ser criticados”. Mesquita (1998), por sua vez, afirma de modo claro que, durante suas 52 semanas como provedor do leitor, em nenhuma delas conseguiu obter da redação um aceite das críticas que lhe eram dirigidas. A declaração também é feita em uma coluna em que Mesquita despede-se do cargo. Veja-se:

“Se a direção e os jornalistas, em geral, se mostram sensíveis a apreciações menos justas ou demasiado polémicas, emitidas nesta coluna, que dirá o provedor dos leitores perante respostas displicentes ou evasivas? Que sentirá quando verifica, ao fim de cinquenta e duas semanas de presença nestas páginas que, se a memória não o trai, nem um só jornalista da casa – à exceção do próprio Director – reconheceu ter escrito uma frase menos feliz, um título pouco rigoroso ou assumiu a responsabilidade por uma investigação suficientemente aprofundada? É o maravilhoso reino da infalibilidade jornalística, regulamentado pela célebre frase de Morgan: “Errar é humano. Persistir no erro é jornalismo”. (Mesquita, p. 39, 1998)

No trecho de apresentação do livro que compila as crônicas escritas durante seu mandato, Mesquita refere-se à existência de “uma campanha difusa – dentro e fora do jornal – contra a existência do cargo”. São comuns também os relatos de ouvidores que queixam-se da perda de relações de amizade e coleguismo com os membros da redação. Como conta Jacoby:

Não precisei de muito tempo para compreender que um emprego no qual não se é responsável, senão perante o mais alto cargo da redação, lhe dá um grande poder e lhe tira muitas das amizades na sala de redação. Frequentemente os secretários de redação e os repórteres viam o ombudsman um pouco como um “anjo justiceiro saído das trevas” (fui descrito assim por um amigo repórter). Ninguém gostava verdadeiramente de ser identificado como o autor de um erro, ou com o que o deixara passar. (Jacoby, p. 227, 2002)

Lucas (sem data) realiza uma pequena investigação junto a seis pessoas que ocuparam o cargo (uma ainda ocupava, à época da pesquisa) em O Povo, grandemente preocupado com a questão do isolamento do ombudsman e seus conflitos com a redação. Fez perguntas fechadas através de questionários e, para as duas perguntas que abordam este ponto, recebe respostas quase todas convergentes e apontando para a existência de ambientes tensos, incluindo cortes de relações⁴⁰. Ocorre apenas um depoimento, de um total de 12 respostas, que aponta em uma direção relativamente contrária⁴¹.

Como está no último depoimento citado, não se chega a “limpar” de tensão o trabalho desenvolvido por este ombudsman, mas a ênfase é colocada em um esforço de método e em uma vontade de modular o teor de agressividade das críticas, reduzindo-o. Com efeito, talvez seja reducionista considerar que o que, em alguns momentos, se manifesta como

⁴⁰ Cito dois exemplos de respostas que Lucas coletou para a pergunta “Quando seu nome foi indicado ao cargo de ombudsman, você percebeu se o comportamento dos colegas contigo mudou?”. O primeiro: “Lógico que sim. (...) No meu caso, houve um sigilo total entre o convite e o anúncio, até por que relutei em aceitá-lo. Mas recebi muitos parabéns e votos de sucesso. Quando encerrei o mandato, um ano depois, tinha perdido alguns/algumas “amigas” e lamento que, ainda hoje, os profissionais que desempenham o cargo de ombudsman seja recebidos, na volta à redação, com uma certa reserva. Nós, jornalistas, somos ávidos em criticar o que está errado, em apontar irregularidades, mas torcemos o nariz quando nos fazem o mesmo. Somos juízes, não aceitamos ser julgados”. E o segundo: “De algumas pessoas, sim. Mesmo com antigos colegas e eventualmente amigos, o foco não é mais nos laços em comum por sermos todos profissionais que dão duro todos os dias na redação. Você é visto por algumas pessoas como “o ombudsman”, a pessoa que se julga dona da verdade absoluta, mesmo que você tente agir para quebrar esse tipo de mito e evitar formalismos e distanciamentos desnecessários. Após a nomeação, em vários momentos, você se sente colocado em um bloco à parte. Como é uma função única, é o “bloco do eu sozinho”! De certa forma, não poderia ser diferente. É uma função delicada e voltada para polêmicas”.

⁴¹ O depoimento aconteceu em resposta à pergunta “Você teve algum problema de relacionamento com os colegas da redação ao assumir o cargo e depois que o deixou? Algo mudou?” Veja-se: “Tive inúmeros debates acirrados com a Redação, nas mais diversas áreas: Opinião, Política, Vida & Arte. E os debates eram acirrados tanto do ponto-de-vista dos retornos dos comentários como nas reuniões das quais participei. No entanto, uma meta minha enquanto ombudsman, e que, acho, surtiu efeito, foi me ater ao conteúdo e me remeter a ele. Evitava, inclusive, nos comentários internos citar nomes ou ainda usar adjetivos negativos para os textos. Dizia que o texto não tinha clareza, que a informação estava confusa para os leitores. (...). No começo isso foi difícil, mas depois surtiu efeito. 99% da Redação compreendeu a proposta de trabalho. Fui bem recebida de volta. Mais do que eu esperava”.

reações exacerbadas de resistência à crítica, deva ser atribuído somente àqueles que são o alvo da crítica, ou seja, os jornalistas. Nesse sentido, com alguma frequência também, tornam-se encontráveis depoimentos de jornalistas que colocam em questão o mecanismo da ouvidoria, apontando para o que se poderia considerar um ponto sensível e, talvez, de afloramento inevitável. Por ele, pergunta-se: e quem, afinal, será o ombudsman do ombudsman? Esse cujo ofício é apontar erros, não erra nunca? Quem irá corrigi-lo?

Logo acima, a partir de Restrepo, apontamos que um lugar comum da profissão dá conta de descrever o ombudsman como um grande “sábio”, acima de tudo e de todos - em uma palavra, onisciente, alguém mais para o divino do que para o humano. É o que ratifica um dos depoimentos colhidos por Lucas: “Você é visto por algumas pessoas como ‘o ombudsman’, a pessoa que se julga dona da verdade absoluta, mesmo que você tente agir para quebrar esse tipo de mito e evitar formalismos ou distanciamentos desnecessários”.

Aqui, na referência a “formalismos” e “distanciamentos desnecessários”, volta a transparecer o quanto a própria configuração do mecanismo, em sua busca de independência, potência a geração de conflitos. Mesquita, em sua coluna de despedida, discorre em torno da falibilidade do ombudsman.

É mesmo razoável (...) admitir que nem sempre as minhas palavras tenham sido justas. As opiniões do provedor são, naturalmente, discutíveis e controversas, mas creio que foram sempre lealmente argumentadas, com amplas citações e sínteses do ponto de vista dos leitores, jornalistas, editores, directores e, em certos casos, do Conselho de Redacção. E quando houve lugar para dúvidas, elas nunca deixaram de ser enunciadas. (Mesquita, p. 38, 1998)

Ainda nesse caminho, Costa relata o episódio de uma polêmica que travou com um editor, realizada nas páginas da Folha de São Paulo. Em seu livro, o ex-ombudsman reproduz um bom trecho de artigo que publicou este editor, o jornalista Maurício Stycer, devido a seus argumentos “serem reveladores da tensão entre redação e ombudsman”.
Veja-se:

Essas divergências entre a redação e o ombudsman são inevitáveis – até porque uma maior aproximação entre as partes poderia comprometer a isenção que se espera do meticuloso trabalho dele-, mas a aceitação cega de suas observações poderia transformar o jornal num espelho anódino dos interesses e idiossincrasias de uma média estatística, cinzenta e imaginária de

leitores. (...) Por orientação da direção de redação, a discussão entre o ombudsman e os jornalistas da casa sobre temas relacionados ao noticiário do jornal deve ser intermediada pela direção ou secretaria de redação. Essa norma visa reforçar a independência do ombudsman, o que é básico na busca de um jornalismo que deseja praticar a autocrítica com transparência. A impossibilidade de discutir e debater diariamente com o ombudsman questões relativas à edição não pode dar aos editores e demais jornalistas a sensação de que não têm canais comunicantes e que a relação deve se pautar pela mão única da crítica de Caio Túlio Costa. Quando o diretor de redação da *Folha*, Otavio Frias Filho, em reportagem sobre a renovação do mandato do ombudsman, disse que tinha divergências com ele, mas que julgava mais importante o processo de consolidação da sua figura, ficou explicitada a abertura de um canal para a réplica às críticas do defensor dos leitores. O risco que os jornalistas da *Folha* enfrentam – o de transformar o jornal num jornal do ombudsman – só pode ser contornado, acredito, com maturidade, no exercício de uma função a ser criada no cotidiano – a de ombudsman do ombudsman. Cabe ao jornalista aprender a discernir o que já é chamado na redação de “ombudsmania” e a crítica necessária. (Costa, p. 186, 1991)

O que seria essa “ombudsmania” a que o editor se refere? A indicação, talvez, de uma saturação da voz do ombudsman, como se ela enchesse e sufocasse o ambiente, calando outras expressões? Repare-se que, se isso é verdade, estaria-se talvez diante de uma espécie de disfunção da ouvidoria, quando a figura do ombudsman devido justamente ao poder que lhe é dado, acaba por gerar em torno de si uma aura de insuperabilidade, ou de autoridade da qual torna-se difícil discordar. É o que nos parece se demonstrar no caso em tela, quando o editor aponta: 1) a possibilidade da existência de uma “aceitação cega” daquilo que diz o ombudsman; 2) a dificuldade de os membros da redação se contraporem ao que diz o ombudsman (devido aos artifícios de geração de independência); 3) e a necessidade de se criar “um ombudsman do ombudsman”. Ou seja, o editor reclama claramente da existência de um diálogo de mão única, da imposição de uma única voz.

Evidentemente, deve-se considerar o contexto em que isso foi dito. Um dos elementos deste contexto, relata Costa em seu livro, seria o processo de amadurecimento da função junto à redação da *Folha*, onde, conforme o editor, citado por Costa, “o que está em jogo é o exercício, ainda complicado, de relacionamento entre o ombudsman e os jornalistas da redação”. Stycer achava – e “com razão”, diz Costa – “que após um ano e pouco de trabalho inédito, muita coisa não tinha ficado claro para a redação”.

O diálogo pode ter sido calibrado com o decorrer do tempo, mas naquele momento o que havia era o apontamento dessa necessidade – a de uma espécie de des-absolutização da voz do ombudsman que, conforme o editor, por diferentes motivos ganhara contornos de absoluta. Nesse caso, aquilo que Mesquita apontou como um enriquecimento de polifonia (a introdução da voz do ombudsman) acabaria não se cumprindo, por se ensaiar justamente o oposto: a instauração de uma voz cujo peso institucional conseguiria abafar as demais.

Um trecho da coluna de Lira Neto, novamente, dá um interessante desenho das idas e vindas desse processo:

Em alguns instantes, o Ombudsman talvez possa ter errado, excedido por vezes, quem sabe, o tom e o volume da crítica. Afinal, ninguém está imune ao erro, à falibilidade humana. Em contrapartida, em situações-limite, talvez tenha faltado a setores da Redação a consciência e a segurança para perceber o Ombudsman não como um algoz, um adversário a ser odiado, mas como um parceiro em busca de um jornalismo com menos erros, um jornalista mais confiável, com menos deslizes éticos. Ao final de tantos embates, impossível deixar de reconhecer que Ombudsman e Redação saíram mais maduros do conflito. Durante todo o ano, em um processo de aprendizagem mútua, a Redação aprendia a ser criticada, o Ombudsman aprendia a criticar. (Lira Neto, 1998)

Que movimento aí se encontra? O jornal erra e o ombudsman critica; o jornal critica o ombudsman; o ombudsman reconhece que não é infalível e faz um apelo à união, na realidade um apelo a um acordo sobre a definição de sua figura (não um “algoz”, mas um ente que é parte de um processo conjunto de promoção de qualidade). Parte, e não absoluto. Ao fim, a fala desse ombudsman promove uma síntese que é a submissão de todas as instâncias à ordem do diálogo. Todos teriam se esforçado na aprendizagem uns com os outros. Contudo, tal desfecho não desmonta a ordem instaurada pela implantação da ouvidoria: o ombudsman é o crítico, prioritariamente, enquanto a redação como que deve baixar a cabeça em sinal de submissão, porque, na sua relação com ombudsman, seu papel básico assenta-se sobre a posição do sujeito que recebe a crítica. São os que ocupam tal posição que devem, prioritariamente, aprender a serem criticados - e não o ombudsman. Contudo, reconhece-se que o ouvidor deve aperfeiçoar sua crítica. Ou seja, reconhece-se que o ombudsman é, sim, passível de erro. E errando naquilo que é próprio do seu ofício, mais precisamente, o ofício de criticar o jornal, onde constam variáveis moduladoras de qualidade, como o “tom” e o “volume” da crítica, conforme diz Lira Neto.

Não chega, na verdade, a causar surpresas o fato de que o ombudsman corre o risco de se tornar uma fonte de poder que, como tal, precisa receber contrapesos. A própria existência de mecanismos como a alternância no cargo parece que avisam que já existe consciência sobre essa necessidade. Trata-se, como já afirmamos mais acima, de um mecanismo de renovação, buscando aliviar o acúmulo das tensões que se produziram ao longo de um determinado período. Reconhece-se que a função é tensa – e que por isso ela satura o próprio ombudsman e as relações que este mantém com os jornalistas. Mais uma vez, a coluna de despedida do ombudsman (agora é Marcelo Leite, da Folha de São Paulo⁴²) serve como lugar de reflexão sobre estas disposições.

Prazer e pesar se misturam, nesta despedida. E otimismo. Alívio: sábia é a regra adotada na Folha que fixa o mandato do ombudsman em no máximo dois anos. Muito mais tempo de liquidificador, desandaria a liga delicada com leitores e Redação, como ovos, azeite e limão na maionese. Aflição: afastar-se com a inevitável sensação de que muito mais deveria ter sido feito, tantas são as deficiências do jornalismo diário praticado no Brasil – e da Folha como seu expoente, para o Bem e para o Mal. (Leite, *apud* Blongren, 1997)

Repare-se na qualificação que ele faz da ouvidoria de imprensa: “invenção civilizada”; detentora, contudo, pela fala deste ouvidor, de uma intrínseca instabilidade, algo inextirpável, que deturpa seu funcionamento. A solução: renovações periódicas, renascimentos. Repare-se também no modo como se qualifica a relação entre ombudsman, leitores e jornalistas: “uma liga delicada”, passível de acidificação (metáfora química que remete para um sentido de alta instabilidade). Mesquita arranja uma imagem semelhante para esta situação: é a figura do *go-between*, aquele que vai entre as posições, os sujeitos, sem a função de comprometer-se com ninguém, mas apenas a de ficar entre (do inglês, *between*).

Olhado de viés pelos jornalistas, suspeito pelos leitores de conluio com interesses empresariais e corporativos, o ombudsman de imprensa sofre na pele o mal-estar de todos os *go-between* a quem o destino normalmente reserva a sorte de ficarem mal com Deus e como Diabo. (Mesquita, p. 17, 1998)

⁴²

Seu mandato durou de 2 de outubro de 1994 a 5 de janeiro de 1997.

Tal figura ajuda também a formar sentidos em torno da solidão do ombudsman. Quem ocupa a função torna-se um só. Algo dúbio, no entanto. Por um lado, tal solidão afigura-se como condição necessária à tão requerida independência. Ao fim, diz Rey, o ombudsman queda-se só perante sua consciência, nas decisões que toma.

El oficio del Defensor del lector parece ser un oficio de soledad. Quizás lo sea porque más allá de los análisis y de las investigaciones, inclusive de la propia expresión pública de las opiniones, el Defensor se queda ante la soledad de su conciencia. Al final los juicios morales remitem a declaraciones y decisiones muy personales. (Rey, 2003)

Uma consideração feita por Restrepo completa esta idéia. Tratar-se-ia, esta solidão, “de acordo com a ‘descrição aristotélica’, de uma “condição ideal”:

Su tarea en un medio de comunicación es la más parecida a la acción de la conciencia: silenciosa, discreta, permanente, imposible de ignorar, sin instrumentos de co acción, independiente e insobornable. Toda su fuerza es la de su peso moral”. (Restrepo, 2003)

Ao mesmo tempo, contudo, haveria um ônus a ser pago. Ainda Restrepo (2003) aponta que uma pesquisa da ONO, envolvendo ouvidores de cinco países, concluiu que “puede ser psicológicamente problemática la naturaleza solitaria de un trabajo que lo enfrenta a actitudes a veces hostile de lectores, o de periodistas, o de ambos”. Provavelmente, por isso mesmo, faz-se uso do recurso da limitação de tempo no exercício da função. Se exercê-la é importante, gerando um benefício social, pode ser ao mesmo tempo perigoso, do ponto de vista do sujeito que se coloca no cargo.

4.7.1 Provedores portugueses – Quem é o responsável pelo erro?

Nas entrevistas que realizei com os provedores portugueses, o que seria uma reatividade dos jornalistas aparece com nitidez e com um detalhe recorrente que me

desperta a atenção. Os três provedores entrevistados disseram enfrentar problemas de resistência à crítica entre um grupo específico dentro da hierarquia redacional: os editores. Fidalgo fala de uma situação cujo contexto assemelha-se grandemente a episódios relatados por Mário Mesquita no livro em que este autor compila as crônicas redigidas à época em que foi provedor do Diário de Notícias.

Neste volume, aparece uma seqüência de crônicas em que Mesquita aborda as falhas cometidas pelo jornal na construção de títulos na primeira página (por exemplo, um título que espetaculariza o acontecimento). Coincidentemente, Fidalgo refere-se a situações semelhantes: a de leitores acusando a existência de falhas em títulos. E, dentro disso, a atuação de editores esquivando-se da responsabilidade pelo erro cometido.

A situação seria comum nas salas de redação porque diz respeito às rotinas de produção e, dentro delas, às hierarquias de divisão do trabalho: o texto da notícia é escrito pelo repórter, mas a titulação final cabe aos editores, especialmente em se tratando de primeiras páginas. Fidalgo relata que durante seu mandato deparou-se com situações onde o repórter, chamado pelo provedor a dar explicações sobre a escolha de títulos, não tinha alternativa que não a de tornar explícito que o título original, mais condizente com o texto da notícia, fora transfigurado pelo editor; e que os editores, por sua vez, também inquiridos pelo provedor, não davam o braço a torcer, ou seja, não admitiam que houvesse ali um erro a ser reparado. Conforme Fidalgo, diante de modo como o questionei, esta situação corresponderia, de fato, a uma pura dificuldade de admissão da crítica. O motivo disso? Ora, não haveria como especular, ao menos que se prospectasse a intimidade da consciência desses editores. Fidalgo refere, contudo, que foi o que lhe pareceu - que esses editores trancavam o diálogo.

Relacionado a este episódio há um ponto interessante para o qual Fidalgo chama a atenção. Ele diz que a questão dos títulos deixou a descoberto pontos de tensão na hierarquia redacional, como o fato de que repórteres sentiam-se desgostosos com seus editores em situações deste tipo, onde, de certo modo, aqueles que se encontram posicionados no degrau mais baixo da hierarquia sofrem uma espécie de repressão por serem obrigados a calarem sua voz, não podendo defender-se de um erro que não foi por eles cometido. Veja-se melhor esta situação.

Nos casos dos títulos relatados por Fidalgo, os erros eram cometidos pelos editores. As falhas encontravam-se em suas mãos, mas a responsabilidade, de modo mais imediato, recaía sobre o repórter, que acabava representando externamente a face visível da autoria da matéria jornalística - para o público - porque no texto publicado estava sua assinatura; e, também, para as fontes, porque houvera com elas um contato pessoal envolvendo o próprio repórter. A tensão se estabelecia a partir do momento em que, tornado flagrante o erro, a responsabilidade recaía sobre o repórter, ficando o editor oculto. Seria isso uma espécie de abuso do privilégio concedido pela posição hierárquica?

Fidalgo, ao abordar este ponto, fala também da necessidade de avaliar as disparidades que ocorrem entre esses dois papéis, e especialmente no caso da atribuição de títulos às matérias. A busca do editor na construção de um título parte de um outro lugar. Especifica Fidalgo: o repórter, ao fazer o título, tem em mente apenas a sua matéria, enquanto o editor vê o conjunto dos títulos. Ao assim posicionar-se, o editor carrega outras demandas para a construção do título: precisa cuidar da composição total de uma página (não repetindo palavras, por exemplo); precisa preocupar-se com a atratividade ou o impacto dos enunciados. O repórter, por sua vez, tem o contato empírico com o real que dá origem ao relato jornalístico. E, na luta com as palavras, tem melhores condições que o editor de escolher aquelas que são as mais precisas para expressar aquilo que só ele, o repórter – e não o editor –, sabe que aconteceu. Deve-se pensar que o erro dos editores com relação aos títulos são compreensíveis? No lugar disso, o melhor talvez seja pensar que papéis diferentes, correspondentes a sujeitos diferentes, devido justamente à condição de diferença, precisarão encontrar-se em um inevitável processo de diálogo.

Não há aqui como avaliar a qualidade do diálogo entre esses editores e repórteres específicos, nem era do escopo da entrevista buscar condições para tanto. Mas pode-se levar em conta mais algumas considerações. Evoco a teorização feita por Breed (1999) acerca do “controle social na redação”. Ali está que a política editorial é mais facilmente apreendida pelos que encontram-se na base da hierarquia devido, entre vários fatores, ao fato de que a relação com os superiores dá-se em um clima de cooperação. Uma série de elementos, como o compartilhamento da notícia como valor e sentimentos de obrigação e estima em relação aos superiores, fariam com que ocorresse uma espécie de aliciamento

dos jovens jornalistas em prol das políticas editoriais e em detrimento dos valores mais altos da ética jornalística.

Novamente, deve-se dizer: não há como avaliar se é esse o clima na sala de redação do jornal em que Fidalgo atuou como provedor. Mas podemos mencionar um fato relatado pelo entrevistado que parece encaixar-se na teorização proposta por Breed. Trata-se de um episódio semelhante aos dos títulos, onde um repórter teve seu trabalho alterado pelo editor, o que redundou em erro percebido por um leitor e reclamado ao provedor. Esse mesmo repórter recusou-se a colaborar com a investigação do provedor por não se dispor a quebrar sua cumplicidade com o editor.

Do mesmo modo, chama a atenção um episódio situado em contexto semelhante, mas relatado por outro provedor, Estrela Serrano. Ela fala do depoimento que lhe foi prestado por uma repórter que, diante de problema idêntico (títulos distorcidos na primeira página) disse que era necessário não só um provedor para preservar os leitores dos erros dos jornalistas, mas também de um provedor para preservar os repórteres dos erros de seus superiores. São atitudes opostas. Uma, busca preservar a cumplicidade entre repórteres e editores. Outra, é defensiva, o que significa que vê uma separação mais profunda entre repórteres e editores.

Porque esta repórter terá se sentido vítima dos superiores? Poderá se imaginar uma situação onde os repórteres antagonizam com seus superiores devido a polêmicas de outro calibre, como diferenças de visão editorial? Breed fala em seu texto justamente de uma redução desta diferença devido justamente a um “aliciamento” do repórter novato. É dentro disso que este autor adota dois pressupostos básicos. Primeiro: os repórteres tendem a ter uma posição mais liberal que a de seus patrões e superiores, que, por sua vez, tendem a adotar posturas conservadoras (Breed fala, por exemplo, em considerações de classe feitas pelos proprietários das empresas jornalísticas) que se deixam refletir na política editorial. Segundo: as políticas editoriais, justamente por esse motivo, tendem a ferir os estatutos deontológicos do profissionalismo jornalístico, que pregam, por exemplo, a busca da isenção e da imparcialidade como sendo uma regra basilar desta prática profissional. Surge aqui então a imagem do jornalista aguerrido que, como figura independente e agindo apenas em nome dos interesses do leitor, fará o confronto necessário frente as tendências de desvirtuação do espaço público impetradas pela empresa capitalista jornalística.

Conseguirá o provedor atuar sobre esta esfera? Conseguirá ele, como conseguiu aquela repórter, posicionar-se estritamente ao lado do profissionalismo? Mas, novamente, pergunta-se: em que aspectos os repórteres deveriam ser defendidos de seus superiores? São eles mais fracos? Sem dúvida que sim. Se um jornal erra, de quem será o erro? Será justo individualizá-lo? Não se trata de um trabalho coletivo? Voltemos aos erros dos títulos. Será também culpa unicamente do editor? Fidalgo fala em sua entrevista daquilo que chama de “constrangimentos”. Tais constrangimentos impedem a execução do trabalho jornalístico à perfeição. Conforme Fidalgo, os constrangimentos seriam de duas origens: materiais e hierárquicos. Os materiais dizem respeito a questões, por exemplo, de tempo, espaço, disponibilidade de recursos econômicos e especificidades do discurso jornalístico. Já os hierárquicos se refeririam a questões relativas à distribuição do poder e ao controle dentro na sala de redação.

A partir da fala deste provedor, me parece possível identificar o que aí aparece como “constrangimento” com aquilo que em Wolf aparece como distorção involuntária. Uma série de fatores relativos à organização do trabalho jornalístico e à cultura profissional jornalística - exatamente isso que Fidalgo chama de constrangimentos - colaborariam para gerar problemas na qualidade da informação produzida. Tanto que Fidalgo identifica como sendo uma das principais funções do provedor combater tais constrangimentos. Por este entendimento, um título errado não pode ser responsabilidade de uma única pessoa. Mas onde entraria aí o papel do indivíduo? Editores que cometem erros de titulação devem ser culpabilizados? Fidalgo fala que encarou com naturalidade a questão dos títulos, remetendo o problema a constrangimentos de tempo/espaço (pressões do prazo de fechamento e do número de caracteres do título que está sendo feito) e concernentes a especificidades do discurso jornalístico (a ordem direta e a necessidade de impactar, por exemplo).

Algo natural, mas pertencente ao campo de ação do provedor. Ele justifica esse ponto e fornece com isso algo que me pareceu basilar na sua visão de provedoria. Conforme Fidalgo, os constrangimentos são inerentes ao processo jornalístico, porém não são estáticos, mas sim *passíveis de mudança*. O mecanismo da provedoria ajudaria na promoção desta mudança através dos artifícios que lhes são próprios, como publicizar, através das colunas, a existência de tais constrangimentos. Uma publicização induziria à mudança, seja porque constrange os sujeitos envolvidos, através de um processo de

visibilização dos seus atos, seja porque estimula a auto-reflexão entre estes mesmos sujeitos. Assim, o trabalho permanente da provedoria seria capaz de provocar algum tipo de mudança sobre fatores que, conforme Wolf, causam a distorção involuntária.

Sujeitos, portanto, devem ser culpabilizados? A própria idéia de que as distorções são causadas involuntariamente ajudariam a desfazer esta noção. Acima dos sujeitos estão os processos. Assim, ao provedor criticar um erro, não se trataria de achar um responsável. Um sujeito e suas conseqüentes ações se perdem em um encadeamento de ações sociais e culturais que possuem uma trajetória no espaço/tempo, uma historicidade. Talvez por isso mesmo o processo seja de difícil mudança. Fidalgo diz: são justamente os constrangimentos que acabam sendo usados como justificativa do erro jornalístico. Um título foi mal-construído, por exemplo, e a justificativa é de que havia pressões de tempo e espaço. Sim, a avaliação do constrangimento atenua a falta, avalia o provedor. Porém, não deve ser usada como escudo de defesa que impeça a mudança. Aí entra a ação do ombudsman, que intervém provocando especialmente a reflexão. Fidalgo afirma que se trata de introduzir um momento de *pausa e reflexão* na vertigem do cotidiano da produção jornalística. Dito de outra forma, o provedor ajudaria o jornalista a parar para pensar sobre suas ações e o processo de produção em que se encontra envolvido.

Como vimos anteriormente, existem controvérsias quanto à possibilidade de o mecanismo da provedoria proporcionar condições para que se leve a cabo esta tarefa. Glasser, por exemplo, é incisivo: diz que dificilmente o ombudsman, devido a fatores mesmo organizacionais e culturais, conseguirá abordar questões cruciais como o controle na sala de redação. Este ponto, precisamente, nos leva de volta a Breed. Por este autor, o controle nas redações, exercido de modo tácito, visa à aceitação das políticas editoriais, com prejuízos à ética jornalística.

Problematizar este ponto seria possível ao ombudsman? Ele conseguiria abordá-lo em sua coluna de modo a fazer com que os jornalistas refletissem a seu respeito (passo necessário para que estes jornalistas passem a agir e, portanto, a provocar mudanças)? Posições mais céticas dizem que não, sem se referir especialmente a este ponto fulcral do controle na redação, mas tendo em conta os constrangimentos de um modo geral. Fidalgo acredita ser possível produzir alguma mudança. Afirma, apontando para constrangimentos de ordem material (como a baixa disponibilidade de recursos econômicos), e também

hierárquicos, que o provedor pode ajudar os jornalistas a reivindicarem junto a seus superiores melhores condições de trabalho. A afirmação, com efeito, aproxima-se do caso relatado por Estrela Serrano, onde uma repórter dizia perceber que o provedor seria capaz de defender os jornalistas de seus superiores. É interessante ainda lembrar do caso, relatado por Fidalgo, do repórter que, apesar de ver seu editor em erro, abriu mão de usar o dispositivo da provedoria a fim de evitar a deflagração de um conflito. No meio destas posições, opostas, podemos colocar o trabalho do provedor.

Agora, nos aproximemos do que nele parece representar um ponto crítico: desvelar as estruturas de poder. Aquelas duas atitudes opostas que pinçamos significaria cada uma o que em relação a este mesmo ponto crítico? De um lado, pode-se imaginar o provedor em combate franco e aberto em busca de um objetivo explícito, instalando o confronto na sala de redação. De outro, imagine-se a própria negação do confronto. Foi o que o repórter mencionado por Fidalgo sugeriu? Talvez não exatamente. Contudo, manifestou a vontade de resolver o problema sem a instalação das tensões próprias da provedoria, por com elas não concordar. Como encarar isso, como interpretar tais fatos? A situação nos remete à questão da modulação da voz do provedor. Como se viu no presente tópico, se a provedoria está sendo adotada e o uso de um certo grau de tensão é inevitável, até mesmo desejável, ou imprescindível, tem-se que o problema da reatividade da redação frente ao ombudsman (considerado também inevitável) exigirá do provedor a necessidade de engendrar um modo de abordagem que, de algum modo, desvia o tratamento das questões da existência de um conflito aberto.

Manuel Pinto e Joaquim Fidalgo falam sobre este engendramento em suas entrevistas. Fidalgo diz que haveria perigo no adoção de uma postura que ele chama de justicialista, onde o provedor se colocaria como uma espécie de juiz supremo, botando jornalistas no banco dos réus. Uma tal posição, afirma, impediria um avanço na qualidade do jornal, já que um tal justicialismo poderia angariar credibilidade junto aos leitores, mas a minaria – a credibilidade - junto aos jornalistas. Dentro disso, Fidalgo fala do modo cauteloso com que faz uso do nome do jornalista que está sendo avaliado em praça pública, através da coluna. Manuel Pinto, solicitado a que falasse a respeito deste ponto, dá grande ênfase à atitude que diz tomar de nunca nomear em suas colunas o jornalista que esta sendo

avaliado⁴³. Pinto consegue ser bastante explícito neste ponto. Salienta, por exemplo, que tem em conta os melindres que podem ser decorrentes das situações em que se impõe a hierarquia organizacional. Lembra que o trabalho dos repórteres é “embalado” pelos editores. Seria neste caso uma posição próxima do justicialismo providenciar um réu, um acusado (através da nomeação de alguém) - o repórter, por exemplo. E mais: seria injusto, na medida em que o trabalho de um repórter pode ter sido alterado pelo trabalho de um editor, exatamente da mesma forma como se abordou anteriormente.

Logo, deveria haver um compartilhamento de responsabilidade, calcado na dupla repórter/editor, o que nem sempre acontece. Diz Manuel Pinto: “sabemos que o elo mais frágil de uma redação é o peão”. Ou seja, nomear o repórter, em um contexto desses, pode lhe trazer mais prejuízos do que ao editor, devido à sua debilidade hierárquica. Assim, ao se colocar um repórter no banco dos réus, não se deveria descartar a possibilidade de que esse repórter pode estar tendo seu próprio emprego colocado em risco, o que evidentemente tenderia a gerar uma postura reativa por parte do jornalista⁴⁴.

Pinto especifica mais ainda as razões pelas quais não associa os problemas abordados pelo provedor com nomes de membros da redação. Trata-se, segundo ele, de substituir, na avaliação que cabe ao provedor, o “problema” ou o “ato” pela “pessoa”. Afirma Pinto: “Não tem que condenar ou absolver o réu. Tomo a situação como um problema. Por isso não ponho o nome”. Ou seja, ele diz fazer uma des-pessoalização do processo como forma de manter o fluxo da crítica e a própria possibilidade da crítica. Pessoas ameaçadas (e pode-se imaginar isso nos mais diferentes níveis; viu-se, por exemplo, nos níveis da integridade econômica e da estima profissional) deverão ser, conforme o raciocínio feito por este provedor, tendencialmente reativas à crítica. Veja-se mais alguns trechos do depoimento deste provedor neste sentido:

⁴³ Neste ponto fica patente a inserção do indivíduo nesses processos que são organizacionais e culturais. Se um processo de melhoramento organizacional tranca em um fator que diz respeito à personalidade do jornalista (sentir-se ou não afetado em sua auto-estima), então poderia-se julgar que o indivíduo ocupa um papel importante no desenvolvimento de tais processos.

⁴⁴ Aqui talvez também fique evidente a presença do indivíduo na organização, ressaltando-se novamente a dimensão do sujeito. O indivíduo numa organização, aqui, neste caso, é aquele que exige cuidados quanto à sua integridade física – precisa de proventos econômicos para manter-se. O indivíduo livre, no espaço público, neste caso, um ambiente de trabalho, precisa da privacidade do lar, seja material, seja espiritual, diz Habermas.

“O desafio é fazer a crítica, mas sem comprometer o canal de comunicação. (...) O provedor não deve ser radical, colocando as questões de tal maneira que não feche portas, mas que as abram. Devo dizer que tenho tido uma experiência fenomenal desse ponto de vista. Talvez a minha maior dificuldade tenha sido com os editores. (...) Mais do que criar um inimigo, eu pretendo que o jornalista ou a editoria em causa reveja o modo de trabalhar. (...) Tenho a percepção de que debatendo o problema implicado na casuística eu consigo o envolver na minha demarcação, enquanto se o coloco como réu, alguém a condenar ou livrar, crio sempre um inimigo, onde ficam se perguntando quando é que vai calhar a mim”.

Como se vê, a exemplo de Fidalgo, a tônica é colocada sobre o processo de reflexão. Quer-se fazer pensar. Assim, de um lado, não se trata de dar aos sujeitos que são objeto da avaliação do ombudsman um tratamento que os façam sentir-se culpados pelos supostos erros cometidos, de modo a que não os cometam mais. Não haveria a identificação de um crime/delito e a sua conseqüente punição. Não seria este tipo de instância que se estabelece com o trabalho da provedoria. Talvez se possa dizer que o ombudsman, com base em determinados postulados éticos, não quer representar uma instância que gera consciência com base na repressão, mas sim com base no estímulo à auto-reflexão. Dentro disso, fica como desafio para o provedor conseguir convencer os jornalistas a aderirem – e, de preferência, de bom grado - ao exercício de auto-reflexão proposto. É o que se percebe neste outro trecho da fala de Pinto:

“Houve uma jornalista que disse que gosta do debate que se desencadeou pela apreciação do problema. Trata-se de um processo de indução de autocrítica. Um outro estilo levaria a uma instância quase de um tribunal. A provedoria é um canal de problematização, de ajudar a compreender o que está em jogo para um e outro lado, problematizando quer para o lado dos jornalistas, quer para o lado dos leitores.”

4.8 Poder e eficácia

Por fim, neste tópico de encerramento do capítulo, queremos destacar a questão dos resultados obtidos pelo ombudsman, que vincula-se à questão do seu poder. Na sistematização de Fidalgo, contemplando os cinco domínios básicos de controvérsia da ouvidoria de imprensa, estariam aí dois desses domínios. O primeiro, o do poder real que o cargo encontra embutido em si. As discussões, conforme Fidalgo, giram em torno do fato de que o ombudsman não tem poder de interferência sobre as rotinas produtivas. Sua ingerência é consultiva, e não executiva, como diz Xavier (1997). Depois, a da eficácia da ouvidoria. Com diz Fidalgo, a “questão (...) será saber se com um âmbito de poderes reais bastante delimitado, o provedor do leitor vê, por isso, hipotecada toda a sua utilidade ou uma eficácia mínima que dele é lícito esperar”.

Uma coluna de Mesquita (1998, p. 23-26), da época em que este autor era provedor do leitor do Diário de Notícias, procede a um relato das discussões que tiveram lugar em um congresso anual da ONO, realizado em Barcelona, em 1997. Tal texto ajuda a definir com contornos mais precisos os debates suscitados nesses “domínios de controvérsia”, como define Fidalgo. Servindo como espaço para reflexão em torno da própria função, o congresso da ONO contou com a presença de conferencistas que, por suas falas, buscaram auxiliar na consecução deste objetivo. O título da coluna é sugestivo neste sentido: “O Ombudsman ao espelho”.

Mesquita diz que, considerando a voz dos conferencistas externos e dos próprios ombudsmen ali presentes, foi possível divisar três visões distintas (“nem sempre antagônicas”) do papel do ombudsman e, por conseqüência, dos resultados que esperar de sua atuação. Tal sistematização, ao que nos consta, é elaborada pelo próprio Mesquita. A primeira concepção ele chama de “cívica e educativa” e foi defendida no encontro por “alguns dos universitários espanhóis intervenientes no debate”. Tal visão teria seu foco centrado numa espécie de ampliação dos resultados obtidos pelos ombudsmen para além de uma atuação mais tímida, constatável e restrita a pequenos resultados como responder a cartas de leitores ou proceder a “modestas recomendações” aos jornalistas. Mesquita menciona a fala de dois intelectuais neste sentido, a de Victória Camps, especialista em ética, que indica para o ombudsman o que considera ser funções prioritárias, como “contribuir para criar opinião”. Fazendo isso em questões mais propriamente éticas (não restritas aos erros factuais), como “títulos sensacionalistas, publicidade sexista e frivolidade

informativa”, o ouvidor poderia agir crítica e reflexivamente, ajudando a “criar opinião” e “estabelecer critérios” dos quais os livros de estilo nem sempre dão conta.

Nesta linha, encontrava-se ainda o sociólogo Salvador Giner, que também situando-se em uma perspectiva de estabelecer funções mais amplas e transcendentais para o ombudsman, o prescreve “não apenas como uma parte do jornal, mas como uma consciência democrática da sociedade moderna”. Dentro disso, caberia papéis, por exemplo, como o de ensinar o leitor a desvendar o noticiário político, onde comumente se ocultariam os interesses dos políticos abordados de uma maneira a-crítica pelos noticiários. No limite, o ombudsman seria também uma espécie de “traidor institucionalizado”, “ousando mesmo criticar a linha de orientação do jornal”.

A segunda concepção foi apresentada pelo escritor Manuel Vasquéz Montalbán, a que Mesquita chamou de sistêmica e crítica. Ela dá conta de que haveria uma certa mitificação em torno da figura do ombudsman, a quem estaria delegada a função de “roubar o poder da imprensa para dá-lo aos pobres”, aparecendo situado “a meio caminho entre Robin Hood e Madre Teresa de Calcutá”. Por tratar-se de uma mitificação, tal visão seria enganosa, porque, segundo Montalbán, a realidade da mídia seria de mais difícil alteração, tendo-se em vista estar dominada por “um discurso dominante e único, que se reflete em todos os media, que só se diferenciam pelas aparências”. Assim sendo, caberia ao ombudsman, de acordo com as capacidades que Montalbán considera inerentes à função, não mais que “um certo controle de qualidade” da informação. Uma tentativa mais legítima de reverter o quadro da comunicação social (constituído por um “discurso único e extremamente cristalizado”) somente seria possível, segundo Montalbán, através de uma educação iniciada na escola que ensinasse a interpretar criticamente a mídia.

A terceira visão, Mesquita chama de técnico-deontológica e, segundo ele, seria aquela em que se enquadravam a maior parte dos ombudsmen presentes no encontro de Barcelona. Tal visão, segundo Mesquita, recusaria “as ousadas propostas” de “educador do povo”, que “seriam meio caminho para o fracasso”. Também negaria a “imagem de um simples prolongamento “das cartas dos leitores” e de “funcionários de relações públicas das empresas jornalísticas”. No lugar disso tudo, afirma, o que deve prevalecer, em um “exercício de modéstia”, seria “uma concepção realista ligada ao exercício de uma atividade crítica a partir da análise de casos concretos”. Tal atividade crítica se basearia

“no conhecimento das técnicas de expressão e de deontologia do jornalismo”. A análise dos “casos concretos” seria a base para se avançar ao “desempenho de uma ação cívica mais alargada”, que virá “quando muito, por acréscimo, enquanto valor agregado”.

Que movimento básico, que oscilação estaria no ir e vir entre estas três concepções? A primeira, confiando ao ombudsman desafios maiores, ligados à formação de consciência crítica a respeito da atuação da mídia, incluindo a expectativa de levar a função até o limite da “traição institucional”, o que corresponderia a “criticar a linha de orientação do jornal”. A segunda, talvez, acabe se configurando como o exato contraponto a esta primeira. Descreve totalmente esta possibilidade, a de o trabalho dos ouvidores constituir-se em algo capaz de alterar uma sólida estrutura institucionalizada, através de uma ação pedagógica tendo por alvo os leitores. Diz Montalbán: “não existe ombudsman superman” capaz de fazer isso. A terceira posição procura posicionar-se mais ao meio. Julga-se “realista” porque não imagina para si “desafios grandiloquos” em termos de ação pedagógica/formação de consciência crítica. Aposta na técnica e na resolução dos casos concretos, que aparecem, no dia-a-dia. Seria esse o caminho a ser seguido para lograr-se algum ganho “cívico”. Mesquita cita a opinião de um ombudsman espanhol presente ao encontro (Francisco Gor, do *El País*), segundo a qual seria “muito difícil para o ombudsman ir além das queixas dos leitores ou aventurar-se a discutir a linha do jornal”. Em suma, como define o próprio Mesquita, trata-se de um “exercício de modéstia”, de um reconhecimento do alcance limitado da função. O texto não deixa explícito, se este tratamento técnico-deontológico permitiria ir além do “certo controle de qualidade” concedido por Montalbán.

Deve-se ponderar que a sistematização destas diferentes vozes é feita pelo próprio Mesquita, que não esconde o fato de posicionar-se na posição central e, digamos, de aspecto equilibrado, que não é por demais quimérica, tampouco apocalíptica. Não sabemos até que ponto o “exercício de modéstia” proposto por Mesquita foi de fato - como ele afirma ter sido - prevalecente “entre os dirigentes da ONO e da maior parte dos ombudsmen presentes” ao encontro de Barcelona. Será a posição técnico-deontológica, do modo como ele a exprime, de fato assim tão abraçada pelo conjunto destes profissionais? Não haveria nuances nessa adesão?

De qualquer modo, o que cumpriria salientar é que o tal percurso passível de ser vislumbrado na sistematização que Mesquita elabora envolve, basicamente: 1) uma visão

transcendentalista, no sentido de que tenta imaginar o ombudsman levado às conseqüências mais finais que sua função sugere, ou seja, a condução de um processo de crítica total e que teria por fim uma absoluta reflexividade da mídia, uma absoluta negação da mídia em torno de si própria, o que se consubstanciaria através de um projeto pedagógico em que se ensina o público a decodificar o processo midiático; 2) uma dupla negação deste projeto, sendo que uma delas, menos intensa, aposta em uma moderação de objetivos. Conforme poderia-se entender do texto de Mesquita, a busca por uma mais ampla reflexividade da mídia não é esquecida (já que é bem recebida enquanto valor agregado) mas, justamente como esse termo sugere, não se trata do valor central da busca do ombudsman que, antes, irá se preocupar com a solução de casos mediante o conhecimento técnico e deontológico do jornalismo, ou seja, através de uma atuação corretora, que busca aparar os deslizes fazendo a afirmação e a defesa das normas de atuação do bom jornalismo.

Talvez a posição que Mesquita expressa seja melhor compreendida quando se considera o que este autor diz em outros momentos. Como quando, depois de apresentar a sistematização que elaborou sobre os sete níveis de atuação do ombudsman (crítica e simbólica, mediadora, corretiva, persuasiva, pedagógica, dissuasiva e cívica), faz a mesma afirmação da necessidade de uma expectativa modesta em torno de tal desempenho. “Da realização plena” destas funções, diz, “resultaria um 'super-provedor' que, provavelmente, não seria possível conter no interior das nossas organizações jornalísticas. A realidade é mais modesta” (1998, p. 17).

O ombudsman pleno pode ter suas atividades descritas. Contudo, de acordo com a colocação de Mesquita, não seria capaz de se tornar concreto, porque a própria realidade não comporta tais idealizações. Comportará algum dia? Elas devem ser buscadas? Valerá a pena buscá-las? Mesquita não responde explicitamente a questões como estas, que lhe poderiam ser colocadas. Não descrê da função, que ajudou a criar em seu país, mas fala com regularidade da modéstia com que ela deveria ser encarada. Em outro momento, quiexa-se que a natureza do poder concedido ao ombudsman enfrenta uma barreira situada ao nível da cultura política portuguesa, ou seja, depara-se com uma insuficiência local. Diz:

A figura do ombudsman não pertence aos nossos hábitos, nem à nossa cultura. A minha experiência do Conselho de Imprensa já me tinha feito compreender que o conceito de “magistratura de influência” se situa fora das tradições lusitanas. Os nossos compatriotas não apreciam conselhos ou recomendações.

Obedecem a quem lhes garante o aumento de ordenado e a promoção de emprego. Dobram reverentemente a cerviz perante os “poderes fácticos” – o dinheiro, a hierarquia, os grupos de pressão -, mas desprezam entidades que possuem apenas, e na melhor das hipóteses, uma influência persuasiva. (1998, p. 37)

Aqui fica claro como o autor entende a função. Seu poder é de influenciar através da palavra. Daí o destaque que Mesquita dá à publicação da coluna, considerada como principal ferramenta de trabalho. Respondendo a uma questão por ele mesmo colocada em sua coluna de avaliação e despedida do cargo (que resultados havia produzido seu trabalho como provedor?), ele responde evocando dois dos níveis de atuação que compõem a sua já mencionada sistematização. Um, o da persuasão, que funciona junto às hierarquias do jornal, a quem o ombudsman “recomenda (...) a adoção de medidas destinadas a reparar atos lesivos dos direitos dos leitores”. Outro, a dissuasiva, que envolve poder influenciar através da sua crítica comportamentos dos editores e jornalistas. Sobre esta atuação dissuasiva ele ainda comenta: “A par das regras escritas, cada profissional possui um 'código de conduta' interiorizado e invisível que por isso é mais difícil de descrever e analisar. As intervenções do leitor podem ser, igualmente, influentes nesse plano” (1998, p. 38).

Mesquita, portanto, procura delimitar com precisão os poderes do ombudsman. Fidalgo (2002), consentindo quanto à pertinência desta delimitação, acrescenta que ela não deixa satisfeitos “todos os observadores do universo mediático”. Além disso, tal limitação de poderes justificaria “a aparente ineficácia do ombudsman” e uma “menor crença dos leitores nas vantagens de a ele recorrer”. Tais manifestações são de fato observáveis. Veja-se um episódio relativamente recente transcorrido no ambiente jornalístico brasileiro, quando a revista Carta Capital afirmou em reportagem que a Folha de São Paulo “não leva em conta seu próprio ombudsman” ao analisar como este jornal estaria mantendo uma cobertura eleitoral tendenciosa na campanha para a prefeitura de São Paulo em 2004 - no caso, o jornal tenderia a favorecer o candidato José Serra (PSDB) em detrimento da candidatura de Marta Suplicy (PT), o que foi criticado pelo ombudsman Marcelo Beraba e não levando em consideração, conforme a reportagem, pelos editores da Folha. Um texto publicado no site *O ombudsman e o leitor*⁴⁵ afirma: “A pergunta levantada com a

⁴⁵

O importante papel do Ombudsman (www.ombudsmaneoleitor.jor.br)

reportagem de Carta Capital é até onde a voz do ombudsman tem ressonância entre repórteres e editores. O ombudsman tem um poder real de interferir no trabalho da redação?” De que se trataria a expectativa expressada pela revista? De um mau entendimento sobre a função? De uma discordância com os seus limites?

Veja-se agora o caso de Glasser. Em um contexto de detecção das fragilidades e contradições da ouvidoria de imprensa, ele reporta-se ao fato de que os ombudsmen não costumam ter poder real sobre a publicação de correções.

Quase todos os ombudsmen estão convencidos de que uma parte importante de sua missão é “fazer de modo que correções sejam publicadas no jornal quando é necessário”, mas pouquíssimos ombudsmen são os únicos responsáveis pela publicação de correções. De fato, a metade dos ombudsmen não desempenha absolutamente nenhum papel na decisão de publicar ou não uma correção (2002, p. 219)

Logo acima, mencionamos um ponto importante tocado por Fidalgo, o de que uma aparente ineficácia do ombudsman poderia desestimular os leitores no hábito de recorrer à ouvidoria. Ao que ele acrescenta, explicitando a assunção de um posicionamento seu perante a questão:

Ora, o perigo de fazer do Provedor do Leitor uma espécie de “polícia da ética”, mesmo podendo mostrar-se popular a uma visão mais imediatista ou a uma perspectiva “punitiva” por parte dos leitores, encerra riscos sérios de desvirtuamento de uma função sobretudo mediadora e pedagógica (que é como a entendemos), abrindo caminho a lógicas de sobreposição de poderes e de confronto não só inaceitáveis como ineficazes. (Fidalgo, 2002)

Com efeito, Xavier fala de uma expectativa que se teria criado no Brasil perante a função.

(...) é isto que a maior parte dos brasileiros medianos passou a esperar de um ombudsman: que ele falasse mal da empresa para a qual trabalha, falasse mal do produto que ela faz, dos colegas responsáveis por ele. E ainda desqualificasse, também, as empresas concorrentes; estimulasse a polêmica pública sobre temas da mídia; praticasse um “jornalismo comparado” emitindo sentenças e juízos sobre a coberturas e os “furos” de sua própria empresa e os alheios.

Enfim, por momentos o “ombudsman de imprensa” quase não escapa de ter sua ação cobrada como se fosse pago para promover publicamente o escárnio de membros da sua categoria;

o acirramento da concorrência de mercado entre empresas de comunicação desnudando seus aspectos mais frágeis e vulneráveis; e fosse aos poucos se tornando um colecionador de inimigos e um amigo questionável dos leitores – já que, por tradição, até o momento, ombudsmen não têm poder legítimo para agir e interferir diretamente dentro da Redação, sendo sua função mais consultiva do que executiva. (Xavier, 1997)

A lógica defendida por Fidalgo e Xavier é a mesma. A de que ver o ombudsman como uma espécie de justiceiro, agindo em nome do público, seria contrariar a inerência que há no ofício de tratar-se de um cargo “consultivo”, conforme a ênfase dada por Xavier, ou “pedagógico”, conforme afirma Fidalgo.

Com efeito, conforme também menciona Fidalgo, a sobreposição de poderes afirmar-se-ia como indesejável. Justamente daí é que provém uma certa necessidade de neutralizar a ação do ombudsman, ou de fazer com que, agora, seja a redação que não perca sua autonomia. Tal necessidade não deu origem a nenhum mecanismo específico. Contudo, no conjunto do estatuto do ombudsman, e especificamente no seu posicionamento na estrutura hierárquica da empresa, assim como encontra-se uma requerida liberdade para criticar, está a certeza de que o jornal encontra-se livre da influência do ombudsman durante o momento da elaboração do noticiário. Ou seja, o ombudsman passa completamente ao largo da produção do noticiário, o que lhe dá liberdade de crítica, ao mesmo tempo que dá liberdade ao trabalho da redação. Por isso se diz que ação do ombudsman não é *a priori*, mas sim *a posteriori*. Ou seja, é apenas depois de o produto pronto que o ombudsman interfere; ele age por si ou é acionado pelos leitores, a partir do noticiário existente, daquilo que já ganhou as ruas. E, em continuidade a esta lógica, quando age, não tem o poder de determinar a execução de providências.

Costa (1991, p. 55) salienta, com efeito, que “comumente se pensa” que o ombudsman funciona *a priori*, ou seja, que se envolve nas decisões sobre a linha do jornal e reportagens em andamento. Ao que se pode perguntar: seria esse equívoco de avaliação sobre o modo de operar da ouvidoria a causa ou uma das causas que provocam expectativas frustradas em torno da sua eficácia?

De qualquer modo, o que parece se acentuar é que, a par da diversidade existente, tais características que tornam o ombudsman um mecanismo por excelência de influência são de algum modo comuns nos diferentes modelos existentes. O que costuma tornar mais

difícil a aferição de resultados alcançados, dotando-os de um tanto de imponderabilidade. Algumas vezes, as próprias justificações para se adotar um ombudsman tornariam esta aferição mais difícil. Como a definição de Barber (2003), para quem

definitivamente, um Defensor do Leitor (do Ouvinte e do Telespectador) deve ser um sentinela, valente (...), que vigia as dependências da empresa, sempre atento para dar a voz de alarme ante as irregularidades que detecte, e que observe o horizonte jornalístico com o fim de observar qualquer ameaça e, deste modo, proteger e salvaguardar os direitos e os interesses dos públicos. (Barber, 2003)

Barber também firma a posição, como mencionei no início deste capítulo, de que “a justificação mais última e transcendente” que explica a implantação desta função jornalística é o “amparo e a proteção do conjunto de direitos que possuem os públicos como cidadãos destinatários da informação”. Partindo desta mesma concepção, Restrepo defende a figura do ombudsman como um pedagogo. Caberia a ele atuar de modo educativo para que se forme a consciência, entre jornalistas e leitores, de que, tão importante quanto o direito de informar (direito este já consagrado), há o direito à informação de qualidade. Como se vê, a fala de Restrepo se aproxima em algum momento da de Mesquita, quando este fala em uma dissuasão junto aos membros da redação. Como diz Mesquita, trata-se da influência sobre um “código” que o profissional possui interiorizado.

A pesquisa feita por Fidalgo junto a jornalistas e diretores de jornais portugueses consegue dar algumas indicações de como é percebida a eficácia do ombudsman. Nesses estratos, para a questão que inquiria quanto ao grau de utilidade e eficácia, Fidalgo obteve que 17% consideravam “muito útil” a atuação do ombudsman no seu próprio jornal, enquanto 17% “pouco útil” e 2% “inútil”. No caso dos 77% que consideraram o ombudsman “muito útil” e “útil”, o questionário buscava saber ainda quem eram os principais sujeitos deste usufruto, a considerar-se cinco opções (leitores, jornalistas, a imagem da empresa, a direção dos jornais ou o público em geral), onde os inquiridos eram solicitados a escolher até 3 hipóteses, numerando-as por ordem crescente de importância. 55% dos inquiridos colocaram a opção “leitores” em primeiro lugar. Em segundo lugar, a opção que mais teve indicações foi “jornalistas”, com 42% no somatório de três opções.

Perguntados sobre como os jornalistas e diretores percebiam a “eficácia” do ombudsman em seu próprio jornal, Fidalgo obteve como respostas: “eficaz”, 59%; “muito

eficaz”, 6%; “pouco eficaz”, 28%; “nada eficaz”, 2%. Em seguida, perguntou “em que se traduzia corretamente esta eficácia (com opção de escolha de três hipóteses, em ordem decrescente de prioridade). Afirma Fidalgo:

O número mais elevado de escolhas (77%) foi para o item “Maior abertura e transparência face aos leitores”, logo seguido do item “Maior atenção dos jornalistas nas suas rotinas diárias” (67%). Por 48% dos inquiridos foi citado o item “Maior estímulo ao debate público sobre questões do jornalismo”, vindo depois (com 42% das citações) o item “Maior debate interno sobre os problemas de feitura do jornal”. Com menos citações nesta questão surgiram os itens “Melhoria d imagem do jornal/da empresa” (escolhido por 31% dos inquiridos e, finalmente, “Alterações concretas no jornal” (referido apenas por 7%). (Fidalgo, 2002)

Jacoby (2002), em um artigo em que rememora sua experiência como ombudsman do *San Diego Union*, nos Estados Unidos, lança a pergunta quanto aos efeitos práticos do seu trabalho. No que respeita aos resultados sobre a ação do jornal, remete-se às opiniões de outros ombudsmen, que teriam uma avaliação positiva, afirmando que nas “salas de redação, há mais preocupação com exatidão e equidade”. Completa: “Eu mesmo observei diversas vezes que meus colegas na sala de redação preocupavam-se tanto quanto eu com corrigir os erros e respeitar a regra de equidade. Outros ombudsmen fizeram as mesmas observações (2002, p. 228).

Da parte dos leitores, Jacoby cita um estudo, publicado na *Journalism Quarterly*, que ouviu “quase todas as pessoas que contataram” o ombudsman do *San Diego Union* durante um ano.

Um outro grupo de leitores, escolhidos ao acaso, foi igualmente questionado. As pessoas do primeiro grupo reconheciam geralmente ter sentimentos mais positivos para com o jornal após seu contato com o ombudsman. Os sentimentos do segundo grupo (que nem sabia da existência do mediador) não haviam mudado. Isso foi uma leve (mas real) indicação de que sete anos de minha vida não tinham sido desperdiçados. (Jacoby, 2002, p. 228-229)

Costa, atento à necessidade da produção de indicadores mais exatos, oferece números sobre o aumento de erros corrigidos na Folha após o início da atuação do ombudsman.

Antes de adotar o ombudsman, ela (a Folha de São Paulo) fazia, em média, 12 correções por mês, os célebres “Erramos”. Com a chegada do crítico interno, em poucos meses passou a publicar média de 45 “Erramos”. Depois que as retificações foram aglutinadas na terceira página, em espaço próprio, a quantidade diária de erros retificados pulou para 70 no primeiro mês, 137 no segundo e, na média (4,4 retificações por dia), quase o mesmo que o *The New York Times*, o jornal que mais corrige erros em todo o mundo, com uma média de 4,5 retificações diárias. (...) É tão necessária a atuação do ombudsman – ativado pelo leitor – que a quantidade de retificações no mês de férias do ombudsman, janeiro de 1991, caiu para 32 “Erramos” contra 70 em dezembro e 73 em fevereiro. (Costa, 1991, p. 35)

Instrumento que funciona dentro de certas limitações, e de resultados algo imponderáveis. O reconhecimento dos limites que seriam inerentes ao ombudsman costumam também dar vazão à argumentação de que a ouvidoria deve ser vista em um contexto de complementaridade a outros meios que buscam a responsabilização social da mídia. Aznar (1998) aborda este ponto a partir do que seria um reconhecimento de que as condições que fragilizam a independência crítica do ombudsman (especialmente sua condição de *insider*) não o tornam um instrumento absoluto. Diz o autor que não “se puede negar que por muchos esfuerzos que se hagan y aún teniendo en cuenta las diferencias entre unos casos y otros la capacidad de crítica de alguien *ligado a la casa* (grifo do autor) siempre está condicionada” (Aznar, 1998). Aznar cita um trecho do Informe Calcutt, documento que aborda a questão da auto-regulação da imprensa britânica, onde se enfatiza esta que seria uma fragilidade do ombudsman:

Un representante de los lectores supone potencialmente un complemento valioso al procedimiento relativo a las reclamaciones de los periódicos, siempre y cuando se divulgue extensamente su existencia. Sin embargo, se puede exagerar la importancia de este cargo. Por muchos valores que tenga y por mucha independencia que se le dé para realizar sus críticas, un representante de los lectores no puede ser, ni se le puede considerar totalmente independiente del periódico que le ha contratado. Esto puede hacer que disminuya la confianza del público en él y por tanto su eficacia (Cudernos del Consejo del Poder Judicial, 1991, *apud* Aznar, 1998)

Logo em seguida, o autor remete-se a outro documento, um dos informes do Conselho da Europa, que também versa sobre auto-regulação da imprensa e que sugere que o ombudsman pode ser empregado em complementaridade aos Conselhos de Imprensa⁴⁶.

Los ombudsmen de las empresas editoras son mecanismos editoriales legítimos y podrían llevar a cabo funciones útiles en conjunción con verdaderos consejos de prensa, especialmente allí donde dichos consejos son especialmente activos y plantean demandas substanciales a los equipos directivos de los medios. Solos, en cambio, no son aceptables como mecanismos de responsabilidad pública (Consejo de Europa: Statutory regulation and self-regulation of the press, 1995, *apud* Aznar, 1998)

Está dito claramente, neste documento (de carácter oficial): sozinho, o ombudsman não é aceitável para dar conta da tarefa de responsabilização pública da mídia. Conforme Aznar, o princípio da complementaridade faz com que os limites de um mecanismo sejam supridos pelas possibilidades de outro. No caso de um Conselho de Imprensa, sua condição de independência em relação às empresas jornalísticas preencheria a lacuna de credibilidade deixada pelo ombudsman. Diz o autor:

Un consejo de prensa podría desempeñar la función principal del ombudsman - recibir las quejas del público - sin problemas de independencia. Pero esto no elimina la conveniencia de que también existan ombudsmen en los medios. Hay un sinnúmero de quejas y cuestiones que el público plantea a los ombudsmen y que no trasladaría a un consejo de prensa. Cuestiones en las que se siente molesto con la actuación de su medio, pero no trata de obtener personalmente ninguna rectificación sino evitar que se repita de nuevo o simplemente manifestar su parecer. Y para tales casos es enormemente conveniente que haya alguien en la redacción dispuesto a escuchar y dar alguna explicación a quienes se dirigen a él. (Aznar, 1998)

Mesquita (1998) faz a mesma comparação, projetando a complementaridade entre ombudsman e Conselhos de Imprensa. Porém, coloca ênfase no fato de que, enquanto o ouvidor consegue dar conta de veículo jornalístico individualizado, um Conselho de Imprensa consegue a totalidade da mídia de uma região ou país. O ombudsman, diz

⁴⁶ Órgãos reguladores da atividade jornalística, independentes em relação a veículos de imprensa específicos, existentes em vários países (Bertrand, 2002).

Mesquita, é um Mars⁴⁷ de proximidade “vocacionado para se ocupar dos 'pequenos-grandes' problemas que se colocam entre leitores e seu jornal”.

Os sistemas podem ser complementares. A irreversível mediatização do espaço público aconselha a não desprezar nenhuma iniciativa com vista a promover a crítica, o debate ou a auto-regulação do jornalismo. Os “meios não governamentais para assegurar a responsabilidade social dos media”, desde os mais frágeis aos mais consistentes, são úteis ao regime democrático e à liberdade de expressão. Nenhum deles produz milagres, mas, no seu conjunto, permitem reforçar a autonomia dos media, aperfeiçoar a deontologia dos jornalistas, defender os direitos dos cidadãos e aprofundar a democracia. (Mesquita, 1998, p. 29)

4.8.1 Provedores portugueses – O poder de fazer “parar e pensar”

O quanto deve se esperar do ombudsman? Qual seu poder de eficácia? Os provedores entrevistados tenderam a manifestar uma crença numa expectativa de resultados modestos, a semelhança de alguns autores mencionados anteriormente. Estrela Serrano diz ter vivido durante seu período como provedora – e aqui há uma semelhança interessante – o mesmo tipo de situação por que passaram Mário Mesquita e Joaquim Fidalgo durante seus respectivos períodos de provedoria: uma certa constância de casos envolvendo títulos errados nas primeiras páginas, onde muitas vezes se evidenciava a diferença nos lugares ocupados por repórteres e editores. Abordei esta situação anteriormente. Questionada a respeito da sua impressão quanto aos resultados possíveis de se obter através da ouvidoria, Estrela evoca o caso dos títulos, dizendo que, apesar das repetidas abordagens deste assunto na coluna do provedor, os problemas com a elaboração de títulos de capa continuaram.

“O provedor não muda esse tipo de problema. (...) O provedor desperta curiosidade por conhecer melhor os mecanismos de produção da informação. (...) No

⁴⁷ Sigla empregada pelo autor para a expressão *Media Accountability System*. Empreguei antes a sigla usada por Bertrand (2002) para a mesma expressão: MAS.

fundo, o que o provedor consegue fazer é criar um espaço de discussão sobre media e jornalismo.”

Estas afirmações da provedora, para além do questionamento específico que lhe dirigimos, são feitas em um contexto onde ela manifesta ter concluído que, para os membros da redação, reconhecer erros não seria algo imediato, feito sem tensões. Ao mesmo tempo, ela faz perceber que também entre os leitores este efeito de autocrítica *não* é facilmente obtido. Diz: “Os leitores também não reconheciam que os jornalistas tinham razão. Há radicalismo de parte a parte”. Ou seja, situando-se entre tais “radicalismos”, restaria ao provedor promover o debate.

Em outros momentos da entrevista, contudo, Estrela faz menção a uma situação que contabiliza como sendo uma de suas principais “vitórias” no seu período de provedora. Aqui, até poderíamos nos perguntar: o próprio uso da designação “vitória”, para expressar uma situação em que o provedor julga ter provocado uma mudança nas rotinas produtivas, pode ter que significado? Não seria, ao menos sob certo sentido, uma manifestação do fato de que provedor pode considerar-se como que empreendendo uma espécie de luta em favor de mudanças e, portanto, contra um estado de coisas que tende para a resistência à mudança, ou seja, tende para a inércia?

A vitória obtida por Estrela Serrano foi a seguinte: ela relata ter percebido que manifestações de leitores publicadas nas páginas da editoria de Opinião geravam, por parte da redação, respostas que a provedora qualificou como “acintosas”, “mal-educadas” e que tomavam “sempre a última palavra”. Também já mencionei esta situação anteriormente. A provedora, então, diz ter assumido abertamente a defesa dos leitores. Publicou colunas, lembra, com embasamento teórico, procurando demonstrar a necessidade do cultivo de respeito que um veículo noticioso deve ao seu público, afirmando que um jornal “não serve apenas para vender leitores à publicidade”. Estrela diz ter registrado, nesses casos, uma mudança de postura da redação – as tais respostas ofensivas deixaram de ser publicadas. “Foi uma das minhas grandes vitórias”, diz.

Primeiramente, deve-se perguntar: isso que a provedora considera como uma vitória seria capaz de alterar o sentido por ela própria formulado, de que ombudsman, antes de conseguir alterar rotinas cristalizadas, consegue como principal resultado de seu trabalho

apenas estimular a reflexão entre jornalistas e leitores? Seria uma incoerência no seu discurso ou ela estaria apenas se referindo a um resultado parcial, que não altera sua percepção definitiva, a de que irá fixar como resultado da provedoria bem mais a reflexão do que a mudança consistente - e talvez devêssemos optar por esta última hipótese. Em segundo lugar, fica a questão do sentido de luta e vitória. Será possível considerar que o provedor luta? Avaliemos que sim. Neste caso, conseguir “apenas” estimular a reflexão como resultado mais palpável deve ser algo considerado como vitória?

Estrela Serrano parece não fazer esse sentido. E ela ainda comenta: não houve exatamente vitória no caso das cartas. Diz também que mesmo tendo ocorrido mudança na postura dos jornalistas, houve resistência por parte da redação, que não teria reconhecido que tal mudança fora provocada pela mão do provedor. E aqui, de fato, a interação entre provedoria e redação assumiria um aspecto de queda de braço.

Considerando que um tal procedimento poderia ser útil, levo mais um pouco adiante a imagem da luta. Veja-se. O que importa ser vencido, os jornalistas ou/e suas resistências ou a tendência das rotinas à inércia? Creio que uma diferença estabelecida por Pinto, e que mencionei anteriormente, possa ajudar a ajudar. Pinto fala de uma separação necessária, na abordagem do provedor, entre a pessoa e o problema, entre o sujeito jornalista envolvido no processo de produção da notícia e o problema. Este último dirá respeito a algo mais amplo e do qual o jornalista é apenas uma parte. Para o provedor, conforme viu-se anteriormente, é necessário abordar o processo, sob pena de se criar situações de inimizade com a redação, com os jornalistas fechando-se para uma requerida autocrítica. Logo, teríamos por este raciocínio que a luta, com suas conseqüentes vitórias e derrotas, devem ser travadas contra as tendências de inércia que se encontrariam incrustadas nas rotinas produtivas. Assumindo, portanto que há essa luta, ou esse movimento contrário, essa contra-força (e ainda poderíamos definir melhor esta visualização trazendo a idéia, também trabalhada anteriormente, de que a existência da provedoria, que não abre mão de uma sustentação material, por exemplo, da disponibilidade de uma força de trabalho, a do próprio provedor, significa dispêndio concentrado de energia), portanto, assumindo a existência desta contra-força, que significa luta, teremos que se considera como principal arma de batalha o estímulo à reflexão.

Neste sentido, a entrevista de Fidalgo foi bastante esclarecedora. Talvez se poderia dizer que este provedor pensa e atua de forma clássica. E por quê? Por seu pensamento alinhar-se bastante aos cânones sagrados do ofício de ombudsman, que têm como vertente essencial a ONO. Além disso, Fidalgo identifica-se grandemente com as idéias de Mário Mesquita sobre o assunto – Mesquita, influente jornalista português e primeiro provedor do leitor de Portugal. É verdade, e creio que eu deva, como pesquisador, assumir este fato: a entrevista com Fidalgo foi a mais esclarecedora das que realizei, talvez pelo que me pareceu ser, neste provedor, a existência de uma união consistente entre teoria e prática. Se eu já havia lido antes Fidalgo, em sua produção teórica sobre a provedoria, durante a entrevista pude ver o próprio provedor em ação, através de suas reminiscências.

Nesse aspecto, o do homem que repensa sua prática através da teoria, o pensamento de Fidalgo acabou se afigurando bastante peculiar e deveras interessante, porque, apesar de “clássico”, reuniria também condições para ser original. Mas original sob que sentido? Pela promoção otimista e ao mesmo tempo realista que consegue fazer do papel do ombudsman (e com a qual, deve-se dizer, acabei compactuando).

Vejamos, então, o que diz Fidalgo sobre este ponto específico, referente às possibilidades de eficácia e poder do ombudsman, ao sentido de lutas, vitórias e derrotas que se pode granjear. Um aspecto-chave do seu raciocínio já mencionei antes: o essencial que um provedor consegue fazer é estimular a melhoria das práticas redacionais através do estímulo à reflexão. Pergunto diretamente a Fidalgo se ele havia conseguido perceber, ao longo do seu mandato, o quanto o trabalho da provedoria intervira naquilo que identificou como sendo os “constrangimentos” inerentes às rotinas jornalísticas e que associei às causas do que Wolf chama de “distorção involuntária” da informação.

Ele responde, também diretamente, que existe uma imponderabilidade quanto a este tipo de resultado no trabalho do provedor. Contudo, a compensação para esta incerteza seria saber que se conseguiu introduzir na dinâmica da redação, caracterizada pela “vertigem cotidiana” do fazer, momentos “de pausa e reflexão”. Se não há como saber se mudou o relacionamento dos jornalistas com os constrangimentos que acometem a qualidade da informação jornalística, contudo haveria a certeza de que, pelo menos, houve discussão. Seria isso – e esta afirmação é minha – uma espécie de obtenção mínima inerente do próprio mecanismo da provedoria, porque, conforme a lógica interna deste

mecanismo, simplesmente não faz parte da sua intenção obrigar a mudanças de atitude mediante algum tipo de sancionamento. Trata-se, aqui citando Mário Mesquita, de uma lógica de dissuasão.

Fidalgo mostra esta situação remetendo-se ao caso de um jornalista, cujo comportamento ele diz acreditar ter influenciado. Tal jornalista, após ter passado por uma experiência em que recebera a crítica do provedor através da coluna, reconheceu a Fidalgo que, em uma nova situação, semelhante a anterior em que havia incorrido em erro, teve na memória a recordação da coluna do provedor, o que fez com que ponderasse sua atitude, deixando de incorrer novamente no mesmo erro. Seria este um exemplo, portanto, do funcionamento do poder de dissuasão, conforme afirmação do próprio Fidalgo, que neste momento da entrevista remete-se à sistematização feita por Mesquita.

Parar e pensar. Estas são as duas palavras-chave no discurso do entrevistado quando por ele é abordado o ponto da eficácia do provedor. É o que me leva às considerações que feitas no capítulo 2, quando da abordagem das especificidades do mundo jornalístico, e onde falou-se acerca da submissão dos profissionais a uma série de categorias, entre elas – e de modo fundamental – à da urgência no tempo.

Parar, diz Fidalgo, estancar a vertigem da produção diária, nem que seja por um momento. É consagrado já, não importa a tradição filosófica, que pausa é pré-requisito fundamental à reflexão. É preciso um mínimo de distanciamento do sujeito em relação a si próprio, que se toma então como objeto. Faz-se a teoria longe da prática e podemos nos lembrar de Traquina, que salientou como característica da cultura jornalística um certo anti-intelectualismo: os profissionais da área seriam primordialmente pessoas de ação, e não de reflexão. A teoria é desdobrar-se, ver-se de outro lugar. Está rompida uma certa naturalização do mundo, uma visão de única via, que não gera a cisão do conhecimento consigo próprio.

Faço esta pequena digressão na expectativa de ir ao encontro do que diz Fidalgo acerca dos constrangimentos próprios da produção e de como o modo de atuação do ombudsman sugere enfrentá-los. Diz Fidalgo: a questão é não ficar “refém dos constrangimentos e usá-los como álibi natural”. Pergunta-se, então, qual a possibilidade de os jornalistas transcenderem os constrangimentos que perturbam a qualidade da informação. O que a provedoria propõe é um procedimento mínimo, a ser disparado dentro

do contexto da sala de redação, onde cogita-se a possibilidade de questionar os constrangimentos e, quiçá, transformá-los. Contudo, é necessário, primeiro, acordar para a sua própria existência, o que se dá através do ato proposto de reflexão. O constrangimento deixaria de ser usado como álibi natural, diz Fidalgo. Deixaria-se de aceitá-lo como algo dado e justificativa do erro – que apenas o justifica, mas não o repara. Mário Mesquita fala no poder de dissuasão do provedor. Aí está ele. Como já se afirmou logo acima, é atuar sobre o código de conduta que cada jornalista possui internalizado. Livrar-se dos constrangimentos seria fácil? Nitidamente não é esse o caso. Mas Fidalgo fala de uma obtenção mínima. Veja-se o que diz o entrevistado:

“O que eu quero crer é que, em algum momento, as pessoas pensaram duas vezes e isso, mesmo que não tenha contribuído para o jornal ter ficado melhor, se eu ajudei em algumas alturas o jornal a não ter ficado pior, embora tenha resvalado para alguma coisa, acho que já não é mal, embora seja uma perspectiva um bocadinho conservadora.”

Não. Os constrangimentos não desaparecem. Ou sim? Ora, crer no seu desaparecimento talvez fosse negar toda uma percepção histórico-materialista. Existirá categoria que expresse de modo tão convincente esta materialidade quanto o próprio tempo, justamente aquela que talvez mais constanja o fazer jornalístico? Contudo - é o que diz Fidalgo -, os constrangimentos também não são estáticos: podem ser mudados. Seria esta uma forma, fala este provedor, de “conviver com os constrangimentos não sendo fatalista. (...) eu não me rendo aos constrangimentos. Sei que eles não vão desaparecer, mas eu não me rendo”.

Aqui, creio, estaria o esforço que Fidalgo pede aos jornalistas: reflitam e vejam o que impede um melhor desempenho da profissão. Ver é o primeiro desempenho, uma espécie de semente. O que se desencadearia a partir disso seria uma espécie de pré-condição para repensar e mover elementos como a cultura profissional e a organização jornalística nos seus mais diversos aspectos, incluindo o do controle exercido para que a política editorial da empresa encontre aceitação.

E provavelmente este é o limite que se propõe em torno da ação do ombudsman: apenas fazer com que se pense em torno das práticas profissionais e organizacionais já seria

suficiente. As mudanças efetivas não devem estar a cargo do ombudsman. Seu poder de influência não chega a tanto. A propósito, como poderia estar a cargo de um único papel institucional, com poderes restritos, promover a mudança de lógicas tão amplas? “A própria lógica de mercado é um constrangimento”, acentua Fidalgo.

Por fim, gostaria de abordar um ponto surgido na entrevista de Fidalgo e que me chamou a atenção por seu conteúdo e pelo fato de não ter me deparado com ele ao longo de toda literatura analisada. Diz respeito ao fato de o ombudsman ser um mecanismo *a posteriori*, o que abordamos antes através da referência a outros textos. A observação de Fidalgo, contudo, vai adiante.

A atuação *a posteriori* do ombudsman refere-se ao fato de que não há atuação do ombudsman enquanto o jornal está sendo feito, mas apenas depois, quando o jornal já está pronto. Anteriormente, falamos que o trabalho *a posteriori* tem por objetivo não sobrepor tarefas e poderes na redação. Assim, ao não interferir na feitura do produto, o ombudsman preserva sua autonomia crítica, que estaria prejudicada se tivesse que avaliar um produto em cuja elaboração estivesse implicado. Ao mesmo tempo, a redação não fica refém do ombudsman, possuindo liberdade para agir.

Dentro disso, o ponto que Fidalgo acrescenta envolve algumas outras considerações. Vejamos. Conforme Fidalgo, a localização *a posteriori* permite ao ombudsman possuir um ponto de vista semelhante ao do leitor. Tal perspectiva é a de relacionar-se com um produto acabado, onde encontra-se explícito apenas o que o produto *efetivamente é* ficando escondidos (longe dos olhos do leitor) informações sobre o seu processo de produção, onde constam intenções, por parte de seus elaboradores, de como este produto *deveria ser*. A diferença que estabelece, portanto, é entre *processo e produto*. Diz Fidalgo:

“O provedor lê o jornal por aquilo que ele é e não por aquilo que ele quer ser. O ponto de partida do provedor, até por uma questão de fair play é um ponto semelhante ao do leitor, que é para entender o leitor e as perplexidades dele (...). O provedor, na sua posição, não lê os subtextos, as entrelinhas. (...) O jornalista dá um produto acabado, onde importam as intenções, mas importa mais a concretização daquilo. (...) Claro, depois pode haver um processo de compreensão, e a compreensão pode levar a uma alteração, porque é um processo de sobre-atenção, que significa vigilância e auto-vigilância.”

Dos mecanismos que, embora diversos entre si, buscam de algum modo um certo nível de desvelamento do processo jornalístico perante o leitor, aqui se constata, pela afirmação de Fidalgo, a existência de uma dimensão onde o conhecimento do processo é inclusive indesejável. Que dimensão é essa? Como diz Fidalgo: o jornal, ao chegar às mãos do leitor obrigatoriamente não vem acompanhado de um “bloco de apontamentos” explicando o processo da sua elaboração. Por que não? Ora, tal resposta seria até mesmo evidente. Não há, em um nível pragmático, como o leitor desdobrar cada matéria que lê em um ato de reflexividade. Isto é tarefa, por exemplo, do cientista que, trabalhando cientificamente, ao olhar para o jornal, desprende seu olhar do tempo vulgar, vinculado à ação vulgar. O leitor comum não pode fazer isso, nem irá fazê-lo. Uma observação que encontramos em Wolf (2003) pode ser aproximada deste ponto. Diz o autor que esconder o processo produtivo é justamente o que torna o noticiário credível como espelho do real. Citando Altheide, Wolf diz que a explicitação do “processo de tratamento” “destruiria a convicção que o público tem de que a convicção do órgão de informação não é criar notícias mas apenas relatá-las” (Altheide, *apud* Wolf, 2003, p. 244).

O não explicitar o processo, portanto, esconde o sujeito jornalístico. Esse ocultar encontramos ainda em Rodrigues (2000), que diz ser uma das características básicas da enunciação jornalística o apagamento das marcas que o sujeito pode deixar no discurso. Rodrigues fala deste apagamento como uma forma de tornar o discurso jornalístico justamente em condições de ser assimilável por um grande público. Assim, ocorreria um processo de “naturalização objetivante”, com a elaboração de um discurso onde não se vê o sujeito enunciativo (daí a naturalização). Em tal processo de objetificação encontra-se evidentemente relacionado às próprias regras jornalísticas. Aqui, o vínculo com a afirmação que apresentamos de Wolf torna-se mais direto. Trata-se de colocar-se como um narrador onisciente, que assim se apresenta na interlocução de modo a granjear valor de verdade para aquilo que diz. Rodrigues leva sua análise ao ponto de afirmar que essa “naturalização objetivante” contraria o princípio estruturador do discurso das fontes jornalísticas, que são tomadas como pertencentes a campos de saberes especializados que atuam com base na desnaturalização da percepção através da crítica e da desconstrução metódica.

Nos três pontos levantados (por Fidalgo, Wolf e Rodrigues), que indicam um nível predominante de leitura do público, o sujeito esconde-se. Aparece espontâneo ou necessário o fato de que o leitor *não deverá estar interessado* no desvelamento do processo jornalístico. No primeiro caso, a partir da entrevista de Fidalgo, fala-se de uma dimensão do produto que esconde seu processo e ajuntamos a isso a afirmação de tratar-se da impossibilidade de o leitor ser um ente reflexivo o tempo inteiro por questões pragmáticas. É preciso confiar no produto acabado, porque a constante desconfiança perturbaria o fluxo da apropriação deste produto pelo leitor, inviabilizando-o.

Então, se poderia dizer que ocorre aí uma força contrária à crítica do texto jornalístico, que emana do campo da recepção e que é compreendida pelo campo da produção. Wolf fala de algo distinto: a produção precisa manter um aspecto de verdade para seu discurso, convencendo a audiência de que trata-se de um relato objetivo, e não de um relato construído por um sujeito. Logo, há uma demanda por parte do produtor do texto. Rodrigues fala em algo semelhante, porém remete-se à tal situação tendo por referência um contexto cultural mais amplo. Aí, a não reflexividade dos produtores trai a reflexividade dos produtores de discursos de outras instâncias, que são comunicados a um público com a mediação dos órgãos jornalísticos.

São diferentes situações, onde a crítica do público em relação à mídia não é requisitada. No interior da relação entre jornalistas e leitores há como que uma requisição. Emanando da parte dos leitores, bem como da parte da mídia, ela reivindica que prevaleça uma não-reflexividade baseada na confiança, já que uma, pelo contrário, reflexividade desconfiante logrará atingir determinados efeitos que seriam negativos para a relação: a dificuldade do fluxo de apropriação dos conteúdos jornalísticos por parte dos leitores e a quebra de um necessário efeito de credibilidade e clareza do texto jornalístico.

Fidalgo diz que ao provedor interessa ter sobre o jornal o mesmo olhar que pertence ao leitor (sem conhecimento do processo), para que partilhe das mesmas “perplexidades” do leitor em relação ao produto. Trata-se, então, de algo fácil de imaginar: é preciso, para mediar a qualidade do produto acabado (e o único interesse é pelo produto acabado, para que ele encontre a sua utilidade intrínseca, da sua condição de produto), a ajuda de um sujeito distante, não implicado, para o qual o produto foi feito. O ombudsman, assim, crê

que precisa posicionar-se como o leitor e, talvez, mais do que isso, diferentemente do jornalista. Daí a fixação na postura do *a posteriori*.

É interessante notar, contudo, o quanto o ombudsman também é chamado a compreender também o próprio papel do jornalista, assim como o do leitor. De igual modo, entretanto, o leitor é chamado a compreender o papel do jornalista, pela voz do ombudsman, uma vez que se reconhece como necessário, para avaliar o processo jornalístico, ter conhecimento dos seus meandros.

Porém, que situação será essa? A alteridade que é devida do jornalista para o leitor será a mesma que a do leitor para o jornalista? Parece que não. E que argumentos ocorreriam em favor da hipótese negativa? Pinto fala em sua entrevista: compreender o erro jornalístico deve ser artifício em favor da relativização do erro, mas não um modo de justificá-lo. Fidalgo, como já apontamos, fala que compreender a causa do erro – tê-la em conta – é uma forma de acionar sua transformação, já que ela é passível de mudança.

Nos dois casos, o movimento é em direção à reparação do produto. O que significa dizer: é mais do produtor que se exige um esforço de mudança. Aliás, é todo dele esse esforço, se formos considerar que é dele, do jornal, que parte a iniciativa do ombudsman, numa tentativa de auto-correção. Logo, teríamos que se trata de um caso onde o esforço de alteridade, de colocar-se no lugar do outro, não parece precisar ser o mesmo. O jornal deve mais compreensão ao leitor do que o contrário.

Haveria então, neste sentido, uma espécie de desequilíbrio consentido: a responsabilidade pesa mais para os jornalistas por opção destes próprios. Talvez seja possível ver esta mesma situação no episódio a que nos referimos neste capítulo, onde, ao analisar o texto de despedida do ombudsman Lira Neto, do jornal O Povo, constatamos que este, em meio às tensões inerentes ao exercício do cargo, propunha um exercício de humildade (o que envolve alteridade) a ser praticado por jornalistas e ombudsman. Neste exercício, em função das dificuldades do processo, os jornalistas deveriam se empenhar mais em aprender a serem criticados, enquanto o jornalista também deveria fazer um esforço por aprender a melhorar a qualidade da sua crítica. E, dentro desta recomendação, apesar de o ombudsman reconhecer os seus erros, permanece com ele a prerrogativa da crítica: o ombudsman está ali para criticar, enquanto os jornalistas, para serem criticados.

Ou seja, há também um desequilíbrio consentido, onde concentra-se mais peso sobre a responsabilidade dos jornalistas. Essa ponta “sofre” mais, e é por opção própria. E a isso se daria em nome de quê? Não seria a própria lógica de mercado, por exemplo, que Fidalgo e vários outros autores apontam como um constrangimento para a qualidade da informação, o moto para esta espécie de auto-sacrifício jornalístico, uma vez que os órgãos informativos precisam disputar leitores dentro deste mercado?

Capítulo 5

O Conselho do Leitor de Zero Hora

Zero Hora, o jornal mais importante do Rio Grande do Sul. Seus mais de 180 mil exemplares diários são lidos por quase 1 milhão de leitores⁴⁸. Como morador de Porto Alegre, conheço este jornal desde a infância, bem como, e especialmente, a extensão televisiva do grupo de mídia ao qual o jornal pertence, a RBS TV. Alimentei um dia o sonho de trabalhar neste jornal. Agora, entro nele com pretensões etnográficas. A porta de entrada é o Conselho do Leitor, antes somente visto através de uma coluna nas páginas da edição dominical de ZH.

O capítulo que segue encontra-se estruturado em três partes: 1) o contexto em torno do qual o Conselho do Leitor funciona, sua gênese, seu pertencimento a que referências, seu enquadramento como parte de um conjunto maior de procedimentos pelos quais Zero Hora entende estar comunicando-se com seus leitores; 2) o funcionamento do conselho em si, onde procuro descrever lógicas e processos; 3) uma narrativa sobre um fato único e singular, transcorrido no conselho, mas não meramente pontual.

Nesta última parte, procuro entender o fato singular mencionado como *parte que comporta o todo*. Nele estariam reflexos de um dilema de identidade em torno do qual se estrutura a vocação do mecanismo do Conselho do Leitor, suas possibilidades de por vir. Veremos que também se encontra neste episódio um pano de fundo constituído pelas disputas político-ideológicas no Rio Grande do Sul, onde a RBS é vista como antagonista pelas forças de esquerda, especialmente o Partido dos Trabalhadores (PT).

⁴⁸Conforme dados da Associação Latino-Americana de Agências de Publicidade, a tiragem média semanal de ZH é de 180.492 exemplares (<http://alap.poa.terra.com.br/zerohora.html>).

Algumas especificações são necessárias, no que diz respeito à identificação das fontes informadoras, tendo-se em vista obrigações éticas. Todos os nomes dos informadores são ocultados, com exceção do nome do presidente do Conselho de Administração da RBS, Jayme Sirotsky, e da editora-executiva e colunista política de ZH Rosane de Oliveira.

No primeiro caso, esta distinção deve-se ao fato de que, na pesquisa, Sirotsky, enquanto personagem da narrativa que elaboro, torna-se indissociável, através de seu nome, do próprio lugar que ocupa. Seu nome é um emblema. Ocultá-lo, além de ineficaz, seria desnecessário, perdendo-se ainda os valores advindos do seu reconhecimento pelos leitores da tese. No caso de Rosane de Oliveira, seu nome é mencionado em apenas uma situação narrativa, onde ocultá-lo prejudicaria excessivamente o significado das informações que tento evidenciar. Os demais personagens da narrativa permanecem ocultos, identificados apenas pela posição que ocupam.

Entre diferentes funcionários da empresa jornalística, afora Jayme Sirotsky, são entrevistadas 21 pessoas: o diretor de redação e um dos dois editores-chefe; 14 editores; 3 repórteres; e um funcionário de nível gerencial do departamento comercial. Além disso, outros funcionários do jornal, exclusivamente da redação, são posicionados como personagens da narrativa, que não entrevistei, mas que tiveram sua ação observada especialmente no contexto das reuniões do Conselho do Leitor. O caso mais relevante, nesta situação, é o de um dos editores-chefe, que atuava também como mediador das reuniões do conselho.

O núcleo dirigente da redação, composto pelo diretor de redação e dois editores-chefe, terá seus membros identificados sem distinção de cargo, apenas pelo termo “diretor”. Assim, quando nos referirmos a estes personagens, poderemos usar construções como “o diretor falou” ou “um dos diretores afirmou”. Adoto um procedimento semelhante quando o texto se reporta a cenas pertencentes ao tempo/espaço das reuniões do Conselho do Leitor, onde a figura que representa o núcleo dirigente do jornal na reunião, responsável por sua condução, é chamado apenas de “mediador”⁴⁹. Entre os demais funcionários do jornal, uso os termos “editor” e “repórter” e “funcionário do departamento comercial”. Quando

⁴⁹ As reuniões são mediadas alternadamente pelos três integrantes do núcleo dirigente da redação.

possível, oculto também a área editorial a que cada jornalista pertence, bem como outros sinais que permitiriam gerar especulações em torno de suas identidades.

Para jornalistas e leitores, adoto ainda o procedimento de tratar a todos, indistintamente, como pertencentes ao sexo masculino. O objetivo é tornar a identificação ainda mais difícil, levando em conta que as distinções de gênero não chegam a ser determinantes no contexto desta análise⁵⁰.

Os leitores, deste modo, são genericamente designados pelos termos “conselheiro(s)” e “leitor(es)”, independentemente de terem sido ou não entrevistados. Quando necessário, para descrever cenas em que mais de um leitor aparece como ator, uso numerações (conselheiro 1, conselheiro 2 e assim por diante). Em outras situações descritivas, vario a designação usando letras e nomes de cores.

Outra distinção importante é que se faz entre grupos de leitores. A pesquisa acompanhou a atividade de dois grupos distintos, porém com maior ênfase em um deles, que chamo de “grupo A”. No total, acompanhei cinco reuniões do grupo A, entre novembro de 2004 e março de 2005, e duas reuniões daquele que chamo de “grupo B”, entre maio e junho de 2005. Os seis leitores que entrevistei pertencem ao grupo A.

5.1 Origens e contexto: mais uma “janela” para o leitor

5.1.1 Gênese e atribuição

O conselho do leitor de Zero Hora foi criado em 1999. Sua primeira reunião aconteceu em 25 de agosto deste mesmo ano, com a publicação da coluna correspondente em 29 de agosto. A coleta de dados parece não deixar dúvidas de que se tratou de um mecanismo cuja criação foi baseada em experiências similares externas, nomeadamente os conselhos de leitores dos jornais mexicanos do *Grupo Reforma*.

Um dos diretores faz o relato, durante sua entrevista, de como o presidente do Conselho de Administração do grupo RBS, Jayme Sirotski, ao retornar de uma viagem ao México, voltou motivado a implantar no principal veículo impresso do grupo, no caso, Zero Hora, os conselhos vistos nos jornais mexicanos. O diretor afirmou lembrar que havia entusiasmo com a experiência mexicana por parte de Sirotsky.

⁵⁰ Vale então referir que, dos 21 entrevistados entre funcionários do jornal, estavam 12 homens e 9 mulheres. No caso do principal grupo de leitores que observei, estavam, entre nove integrantes, cinco homens e quatro mulheres. Destes, entrevistei seis pessoas, sendo três homens e três mulheres.

Notamos nessa entrevista do diretor algo que foi também nos dado observar em outros contextos e que nos ocorre enunciar aqui como sendo uma certa preocupação de atribuição: atribuir a origem do Conselho do Leitor a Jayme Sirotsky. Há como que uma vinculação do seu nome ao mecanismo, e especialmente da sua existência como uma forma de *accountability* empreendida pela empresa jornalística.

Como traço essa pequena hipótese? O primeiro contato que tive com ZH procurando saber, especificamente, a respeito do Conselho do Leitor foi com um outro diretor do jornal que, suponho, ao se aperceber das minhas intenções, encaminhou-me para conversar com Sirotsky. Conforme disse esse jornalista, tal entrevista me poderia ser útil.

Converso então com o presidente do Conselho de Administração em uma rápida entrevista em seu gabinete de trabalho, que durou não mais que meia hora, numa tarde de março de 2004. Chama-me a atenção o modo como o entrevistado se auto-define: diz considerar-se um “ativista da questão da liberdade de expressão”. Relata como teria chegado a esta condição: através de uma intensa militância junto a organismos inclusive internacionais que atuam em favor da liberdade de expressão. Desta vivência, diz ter extraído uma convicção crescente em torno da idéia de aperfeiçoar a responsabilidade social do grupo de mídia do qual é um dos proprietários. O presidente fala então de um crescimento desta noção de responsabilidade em seus veículos.

Até que ponto a fala do presidente estará representando mera propaganda institucional? Poderíamos ser presa fácil desse questionamento, mas cremos que ele não revelaria algo mais do que nossa vontade de condenar o jornal. Não queremos incorrer nesse erro. Como calcular, por exemplo, o nível de boas ou más intenções dos sujeitos? A impressão que colhi, contudo, junto a esse entrevistado de fundamental importância, foi a de que eu poderia crer na sua, digamos, bondade, sem correr o risco de uma completa ingenuidade. Traduzindo-a em tópicos, sua fala teria assim se apresentou:

- Sirotsky não isola o Conselho do Leitor de Zero Hora. Diz tratar-se, este mecanismo, de parte de um processo maior, de busca de “instrumentos de aferição e de procura de qualidade do trabalho jornalístico”. Tal processo, por sua vez, estaria localizado no interior de um processo ainda maior, para além dos limites da empresa jornalística, um “processo crítico da sociedade, que exige cada vez mais dos seus meios de comunicação”.

- Afirma que esse seria um movimento crescente no tempo, espalhando suas marcas pelos diferentes veículos da RBS. Cita exemplos esparsos de outras iniciativas do tipo, como “a

interatividade das emissoras de rádio e televisão” e a publicação de críticas, nas páginas de Zero Hora, ao próprio jornal. “Parece pouco, mas é muito em relação ao que se fazia até um certo período” (“meados da década de 80”, diz ele). Fala de um processo histórico, portanto, tendo surgido o Conselho do Leitor exatamente neste contexto.

- Remete a idéia de implantar o conselho às suas buscas enquanto ativista da liberdade de expressão, onde diz ter ido buscar também referências no meio acadêmico, com o objetivo de chegar a modelos de mecanismos de participação do público. É no contexto desta fala que surge a referência ao acadêmico francês Claud-Jean Bertrand. Diz que a empresa ajudou a publicar no Brasil o livro *O Arsenal da Democracia*, organizado por este autor. Um exemplar do livro, aliás, me é dado de presente e acabou sendo bastante utilizado na constituição de meu referencial teórico.

Sirotsky falará também, na entrevista, de uma decisão que me parecera ousada: entregar o controle deste tipo de decisões (concernentes à ética da empresa jornalística), tomadas no âmbito de um chamado Comitê Editorial⁵¹, a cada vez mais pessoas que não membros da família Sirotsky - até que os membros dessa família daí se afastem completamente e só reste no comitê uma visão marcada por sua externalidade aos muros familiares. Sai a família, entra a sociedade, na definição de Sirotsky. A vontade, assim manifestada, parece-me genuína. Que tipo de disposição seria essa? Sirotsky falou de uma hora certa para fazer isso, de um processo de amadurecimento, de uma passagem gradativa desta posição de mando.

Torno a ver Sirotsky mais de um ano depois, quando ele se faz presente na reunião de inauguração do grupo B de conselheiros. Aparece como uma iminência, alguém a ser reverenciado. Ao falar aos conselheiros, toca nos mesmos pontos que havia tocado na entrevista que nos concedera ao falar das motivações que faziam existir o Conselho do Leitor de Zero Hora. Chama-me a atenção justamente isso: é como se houvesse uma

⁵¹ A RBS, conforme informações de um dos diretores de ZH, “tem um comitê editorial no Rio Grande do Sul e outro em Santa Catarina. Em Porto Alegre, é presidido pelo diretor-presidente do grupo e composto por vice-presidentes, pelos chefes de redação de jornais, RBS TV, Rádio Gaúcha e Clic RBS, além da editora-chefe de ZH e da diretora jurídica e do editor de Opinião de ZH, que secretaria o comitê. A função é discutir a linha editorial dos veículos da RBS e questões de natureza ética”.

repetição da sua fala. Ele diz da sua dedicação à causa da liberdade de imprensa, e de como essa vivência aperfeiçoou os conceitos de ética e responsabilidade adotados pela empresa.

Transcorridas tais situações, acabo por me convencer do que seria um fato específico: o conceito de *accountability* é envergado pela empresa, no sentido de que tem seu uso exposto para o exterior e, provavelmente, ao mesmo tempo, usado internamente, como mote para auto-reflexão. Desse modo, tal conceito aparece nas palavras de um dos diretores quando de sua fala na mencionada reunião inaugural a que Sirotsky comparece. Ao receber a palavra de Sirotsky, o diretor procura explicar, também ele, as motivações do conselho, evocando a noção de *accountability*. Aliás, nesse mesmo instante, o diretor faz uma espécie de certificação de paternidade do conselho - no ambiente algo festivo do encontro inaugural, que acontece no mesmo dia do aniversário do jornal, o que colabora para o clima de comemoração - ao dizer:

- Quero agradecer ao seu Jayme, porque quem criou o conselho foi o seu Jayme.

A entrevista que faço com este diretor, uma semana depois da mencionada reunião, em seu gabinete de trabalho, ajuda a reforçar estas percepções. Ele principia falando acerca do que define como sendo uma “porosidade” do jornal: a abertura de ZH para assimilar experiências de outros veículos de comunicação. “É do DNA da empresa e de nossos profissionais”, diz. Desse princípio adviria a criação do Conselho do Leitor, com base, como já se disse, na experiência dos jornais mexicanos. A este tipo de motivação, o diretor acrescenta que haveria ainda a cultura de “uma discussão interna” pela qual a RBS costumaria perguntar-se sobre fórmulas que a levassem a “não perder o contato com a rua”. A intenção, segundo ele, seria exercitar alternativas de modo “que a empresa não seja vista como uma torre de marfim, se já não é vista”.

- Não conheço outra empresa que tenha tantas janelas abertas para o leitor. Cada veículo tem a sua.

Porque, aqui, há uma repetição da fala? O mesmo tom, algo auto-exaltativo, de mostraçã das qualidades de si próprio, no caso, da empresa jornalística. Repete-se o que seria uma enumeração de iniciativas que esses dois líderes (Sirotsky e o diretor) definem como sendo exemplos de *accountability*. É como se fossem homens falando de seus méritos enquanto precursores de algo novo. O exemplo do Comitê Editorial, que abre-se

para ouvir setores da sociedade, é recorrente nas duas falas. É como se falar em *accountability* o evocasse prontamente, numa espécie de associação automática.

O diretor de redação reforça: o Conselho do Leitor é um exemplo também de *accountability*. Novamente, também, o conceito de *accountability* surge como que pregado ao nome de Claude-Jean Bertrand. A referência a Bertrand, por sua vez, na boca do diretor, aparece igualmente como que pregada ao centro emanador da própria referência, o presidente Jayme Sirotsky. O livro de Bertrand que a RBS ajudara a editar (Sirotsky aparece, então, como uma espécie de mecenas) é colocado como da ordem do essencial:

- É (o livro) a Bíblia do seu Jayme - diz o diretor.

Trata-se, então, do ativista apaixonado. Novamente, ocorre aqui a exaltação de Sirotsky. Será ele um idealista? Se não o é, tenta-se que ele seja. Por que não concordar que sim (que Sirotsky é um idealista)? Nem a hipótese que trabalharemos mais adiante - de que *accountability*, no caso da RBS, mistura-se com uma necessidade fulcral da empresa de recuperar credibilidade perdida principalmente face aos desgastes sofridos no contexto das disputas político-eleitorais no Rio Grande do Sul - poderá, creio, derrubar a idéia de que Sirotsky, efetivamente, pode ser um idealista. Porque bastaria perguntar: e por que não? Evidentemente, seu mérito pessoal, suas virtudes de ser humano não necessariamente conseguirão vencer processos (toda a complexidade de um sistema social) do qual se é apenas parte, por mais poder que se acumule. Habermas diz: as pretensões de harmonizar burguês e homem sob o mesmo abrigo de uma concepção de indivíduo livre serão submetidas à mó das necessidades de reprodução numa sociedade capitalista. Porém, permanece o ideal, não como auto-enganção, mentira que se conta a si próprio, mas como pedra fundamental (ideologia) de reprodução da própria sociedade. Jayme (pessoa) conseguiria sobrepor-se ao Sirotsky (família-empresa)? Quem fala mais alto: o indivíduo ou a empresa?

E o mecenato por ele promovido? Quanto há nele do homem, da atitude do indivíduo, em sua ação de promovê-lo? O indivíduo pensa, e move. E mesmo seu pensar é coletivo: ativa princípios éticos. O mecenas, homem de posses, é bondoso. A RBS financia projetos sociais (através da Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho, por exemplo). Seus veículos promovem campanhas editoriais de caráter comunitário. Publica-se o livro de Bertrand, que tematiza sobre a responsabilidade social da mídia. Maurício Sirotsky

Sobrinho, o fundador da empresa, foi o prócere, o benfeitor. Cumpre eternizá-lo. Pelo quê? Não pelo dinheiro que ganhou e que os opositores políticos da empresa acusam de ser uma das fontes da perfídia desta personagem (a outra seria a promiscuidade de rede de mídia por ele fundada com as forças políticas de centro-direita). Não por isso, evidentemente, mas pelo ato bondoso e desinteressado representado por aplicar parte da sua fortuna em projetos cujo retorno não é o lucro direto - lucro, condição essencial do capitalismo que precisou, e ainda precisa, se desestigmatizar, ficar longe da idéia de que é algo imoral. A RBS livra-se, assim, de um “espírito mal”, que lhe é atribuído. Ainda assim, continuará sendo alvo das acusações de que não habita o bem. Gerará suspeitas de que os benefícios que produz, fruto de sua vontade de construção do bem, constrói na verdade um falso paraíso terrestre. Precisar dar mostras, cada vez mais mostras, de que não representa o mal.

Um dos diretores, ao lado de Jayme Sirotsky, recebe os convidados da noite para o evento de instalação do novo grupo de conselheiros, este que chamo de “grupo B”. É como se fosse uma cerimônia de posse. Ele explica os objetivos “sociais” do trabalho:

- A presença de vocês (conselheiros) aqui é uma atividade de enorme impacto social, com poder de transformar pelo menos realidade de vocês.

Comenta sobre o aspecto voluntário da função:

- Não tem remuneração até porque perderia a franqueza. Tem perfil parecido com ONG (Organização Não-Governamental), só que com impacto profundo. Que fique bem claro. Há um idealismo. Nós produzimos um produto muito diferenciado, pela sua função social.

O Conselho do Leitor quer servir. Sua criação, para o jornal, é uma assunção. Nele está o caráter voluntário do “eu faço”, comumente representado pelas mãos - mãos livres, não coagidas -, que assumem o fazer, até por sua condição de liberdade de espírito. Fica-se longe do lucro. Há uma benemerência. O antigo mecenato comportava o devotamento. Rendia-se, por isso, homenagens ao benfeitor. Ele era incensado. Por muito tempo, conforme Habermas, a arte serviu para reificar seres, cantar sua magnificência. Era sempre um projeto de poder, de erguer torres sólidas, altas, que visavam à admiração. Uma cisão fundamental produzida pelo *ethos* moderno reconfigura forças. A força de admiração, do adorar, é cindida. Com isso, a ciência e a arte se transformam. Como perde-se o divino

enquanto cimentador, elemento produtor de coesão, ergue-se outra alta torre, a do valor da crítica. O poder está não mais na indestrutibilidade, mas no próprio deixar-se destruir. Assim, o mecenas moderno financia um cientista livre da obrigação de culto. A RBS quer agora expor-se, financiar a crítica em torno de si própria. Constrói assim sua grandeza, limpa suas mãos.

Seria também o caso da implantação de um programa de ombudsman, que não chegou a concretizar-se? A informação de que cogitou-se a adoção do ombudsman nos foi fornecida por um dos editores de ZH. A criação do Conselho do Leitor passou pelo crivo deste comitê, onde, no mesmo processo, conforme o editor, “surgiu a idéia até do ombudsman”, que, contudo, não foi aprovada.

5.1.2 Sistema de referências

O diretor afirma que Jayme Sirotsky voltara entusiasmado com o funcionamento dos conselhos de leitores nos jornais do *Grupo Reforma*. Consulta que fiz a um destes jornais, o *El Norte*, por correio eletrônico, sobre a existência de tais conselhos, mostra um universo amplo abrangido pela experiência. Em 2004 (época da consulta), quatro jornais do grupo possuíam 64 conselhos, onde participavam “mas de 800 cidadãos”, conforme a resposta redigida pela diretora editorial Martha Trevino. Algo amplo, portanto, que começou a ser colocado em prática em 1991⁵².

Como mapear a transmissão de uma experiência? Uma tentativa não exaustiva que fizemos, de saber como o conceito de conselhos de leitores estaria se disseminando entre os jornais brasileiros, forneceu algumas pistas⁵³. No texto publicado por ZH em agosto de

⁵² Eram, à época, 29 conselhos no *El Norte*, de Monterrey; 25 no *Reforma* (Cidade do México); 10 no *Mural* (Guadalajara); e 5 no *Palabra* (Saltillo).

⁵³ Este esforço de pesquisa foi empreendido durante o primeiro semestre de 2004, quando conseguimos apurar que, além de Zero Hora, apenas outros três jornais brasileiros possuíam conselhos de leitores: o Correio Braziliense (Brasília/DF), o Diário do Grande ABC (Santo André/SP) e O Povo (Fortaleza/CE). O caso deste último jornal é notável, porque, além de um conselho de leitores, o jornal dispunha paralelamente de um ombudsman. O levantamento foi feito através de pesquisa nos buscadores da internet e de entrevistas com os responsáveis pela administração dos conselhos nos jornais citados, perguntando-se se eles possuíam conhecimento quanto à existência de conselhos de leitores em outros jornais do país. Em 2005, empreendi novas consultas em buscadores da internet, quando aparecem então uma série de referências à existência de conselhos em outros jornais, criados inclusive antes de 2004 (quando fizera minha primeira busca pela

1999, em que se anuncia a criação do Conselho do Leitor, fala-se de um pioneirismo do jornal: diz-se que os conselhos seriam “comuns entre publicações européias e norte-americanas”, porém uma experiência inédita no Brasil. O texto não chega a explicitar, contudo, se ZH teria sido o primeiro jornal do país a adotar o mecanismo. Também curiosamente não cita a origem mexicana declarada abertamente nas entrevistas que realizamos.

Em 2000, quem cria seus conselhos de leitores é o diário *Correio Braziliense*, de Brasília/DF. Em resposta a uma consulta que fizemos por e-mail, o jornalista Ricardo Noblat, diretor de redação do CB a época da implantação, informa que o modelo adotado “derivou do modelo mexicano” dos jornais do *Grupo Reforma*. A inspiração, portanto, não teria sido proveniente de Zero Hora, mesmo que este jornal, um ano antes, já tivesse um conselho de leitores funcionando.

Em contato com os jornais brasileiros que então possuíam conselhos de leitores, foi extremamente difícil proceder ao que então nos propúnhamos: juntar peças que nos dessem ao menos o esboço de um mapa de como se estaria espalhando o conceito deste mecanismo. De onde vinham os conselhos, a que objetivavam? Uma outra pista de que o modelo mexicano exerceu influência no Brasil nos veio através de uma consulta ao pesquisador Carlos Alberto Di Franco, a partir de uma indicação de Ana Dubeaux, jornalista do *Correio Braziliense* com quem conversei sobre o funcionamento dos conselhos neste veículo. Ela acreditava que Di Franco, diretor de um *master* de jornalismo para editores, promovido pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra no Brasil, seria versado no assunto. Consultado por e-mail, Di Franco responde-me dizendo da inexistência de bibliografia acadêmica sobre o assunto (“os conselhos são iniciativas e experiências marcadamente profissionais”) e afirmando que os jornais mexicanos do *Grupo Reforma* “foram pioneiros no assunto”.

O que é trazido do exterior irradia-se internamente e mesmo para países próximos. O Diário do Grande ABC baseara a criação de seu conselho na experiência de Zero Hora. Correspondência que troquei com um dos diretores de ZH dá conta de que o diário argentino *Clarín*, de Buenos Aires, também buscara com o jornal porto-alegrense

internet). Dei-me conta, então, de que o propósito de quantificar a experiência da aplicação de conselhos de leitores no Brasil apresentava-se como de difícil execução e não progredi mais neste intento.

informações sobre o assunto⁵⁴. Outro diretor de ZH, em sua entrevista, fala-me ainda de um caso que poderia até soar inusitado: uma empresa de transporte coletivo urbano de Porto Alegre requisitara a possibilidade de poder participar de algumas reuniões do Conselho do Leitor, na condição de observadora, tendo em vista sua intenção de estabelecer um conselho de usuários.

Um fato relevante é que Zero Hora não limitou-se à criação de um único conselho do leitor. O conselho que é nosso objeto de pesquisa é amplo, possui uma abrangência completa sobre o jornal e em apenas uma ocasião ouvimos alguém referir-se a ele de modo a expressar tal situação: a de um órgão geral ou abrangente, diante da possibilidade de haver, formando um conjunto com ele, órgãos menores ou sub-órgãos. Nessa ocasião, o repórter que entrevistávamos fez uso do termo “conselhão”. O que observamos em função disso é a quase absoluta ausência de um termo corrente específico que pudesse dar conta dessa diferença (como “conselhão”, por exemplo, usado pelo repórter).

Neste texto, por tratar-se de nosso objeto central de estudo, trataremos este conselho de ZH também sem diferenciação, chamando-o apenas de Conselho do Leitor. Desse modo, fica entendido que Zero Hora possui um Conselho do Leitor, órgão principal colocado a serviço do jornal como um todo. Desse órgão falaremos justamente com sendo uma espécie de conselho carro-chefe. A realidade do emprego da noção de conselho de leitores em Zero Hora, contudo, é mais complexa – uma complexidade que nosso estudo não teve a pretensão de abarcar.

Da idéia de um conselho que acabaria por se tornar central, digamos, derivou a criação de conselhos por cadernos (diferente, por exemplo, da existência de *consejos*, no plural, no Correio Braziliense, que funcionam por editorias). Deste modo, tem-se que Zero Hora recriou o modelo do grupo de mídia mexicano, que, conforme nos foi informado pela diretora editorial do *El Norte*, Martha Trevino, organiza conselhos *'uno por cada seccion'* (ou seja, um por cada editoria do jornal), característica que foi mantida na apropriação do modelo feita pelo Correio Braziliense.

Dois anos depois de ser instalado este que estamos entendendo como um conselho-central, havia já uma expansão do mecanismo pela redação de ZH. Porém, como já se disse,

⁵⁴ Este diretor me fornece uma carta, que remetera ao *Clarín*, onde explica o modo de funcionamento do Conselho do Leitor de ZH, conforme solicitação do jornal argentino.

não pelo caminho das editorias, mas sim dos cadernos vinculados às editorias. A carta de explicação do funcionamento desta estrutura, que mencionamos acima, enviada por um dos editores de ZH ao argentino *Clarín*, e que nos foi fornecida por este jornalista como prova documental, faz o relato desta proliferação. Veja-se:

“ (...) A partir da experiência exitosa do Conselho do Leitor, Zero Hora decidiu implantar conselhos de leitores em todos os cadernos. Temos atualmente 15 cadernos, sem contar o Segundo Caderno, de variedades. Até o final de 2001, teremos terminado de implantar os conselhos de cada caderno. Eles tratam de assuntos específicos do suplemento, já que cada caderno tem um público bem definido e um interesse diferenciado sobre o assunto.”

O que chamamos de proliferação, contudo, acabou por não se esgotar em Zero Hora. Em sua entrevista, um dos diretores relata que foi traçada a diretriz de montar conselhos em todos os jornais do grupo RBS. Pergunto a ele se haveria algum tipo de norma ou padrão que conduzisse esta ampliação, ou então se aconteceria algum tipo de intercâmbio entre os jornalistas dos diferentes veículos no sentido de trocar experiências quanto ao modo de funcionamento dos conselhos. Ele diz que não:

- Cada editor trabalha com suas experiências, métodos e personalidades.

Aqui é preciso fazer uma observação. Perceber as diferenças de conselho para conselho se afigura como algo importante, uma vez que estaremos centrando a leitura em um conselho específico. Assim, fazer comparações des-absolutiza o caso, ampliando seu significado. Traçar o desenho dessas diferenças não vai ser nossa ocupação neste estudo, mas pode ser tema de futuros trabalhos. Contudo, salientamos que há consciência deste aspecto, que pode ser salientado principalmente como meio de complexificação de abordagem. Encontramos uma série de pistas no sentido desta complexificação (como esta relativa à fala do diretor: “cada editor trabalha com suas experiências, métodos e personalidades”), que serão apresentadas mais adiante.

Tal fala do diretor, a propósito, remete-nos à descrição que fizemos do mecanismo do ombusman, onde se evidenciou uma intensa diversidade, igualmente remissiva a diferenças de métodos, experiências e personalidades, porém unidas em torno de uma certa coesão institucional, providenciada principalmente pela *Organization of News Ombudsmen*

(ONO). A questão que aqui residiria, ao fundo, remeteria a algo tão essencial quanto à própria configuração da prática dos conselhos de leitores, sua reprodução e transformação. Outra pista que encontramos neste sentido foi a da existência de um editor de ZH que manifestava ter uma visão completamente autônoma e essencialmente divergente em relação ao modelo do conselho central de do jornal. Ainda a este propósito, deve-se salientar que os editores dos cadernos de Zero Hora possuem também, conforme nossa observação, bastante autonomia para proceder à administração de seus conselhos. Os modelos, contudo, parecem ser “copiáveis”, o que ajudaria a configurar a idéia da cópia como recurso essencial na reprodução do mecanismo.

Aqui, uma tendência que parece se configurar é a de que o modo de transmissão das experiências seria essencialmente informal, especialmente no sentido de que quase não se encontram formalizações em *corpus* de conhecimento cujo fim é deliberadamente a transmissão deste conhecimento (como um texto escrito). Questionado a respeito, o diretor de redação de ZH disse não saber de nenhum texto escrito que versasse sobre como fazer funcionar um conselho de leitores. Diante de minha provocação, naquele mesmo momento procedeu a uma pesquisa sobre o tema em buscadores da internet, afirmando que era a primeira vez que se colocava a fazer aquele tipo de pesquisa, mesmo tendo há seis anos a condução de um conselho em suas mãos. Ou seja, poderia-se concluir que a implantação do conselho de ZH correspondeu a um processo de construção aprendido no ato mesmo de fazer, incluindo reformulações de método elaboradas como fruto de processos de tentativa e erro (conforme pretendemos demonstrar mais adiante).

Uma situação semelhante foi constatada junto ao diretor de redação do Diário Gaúcho (outro jornal do grupo RBS), responsável pela condução do conselho de leitores deste veículo e que também entrevistamos prospectivamente. Quando desta entrevista⁵⁵, em abril de 2005, o conselho deste jornal era ainda uma experiência quase inaugural – havia sido iniciado quatro meses antes. Este jornalista, diante de minhas perguntas sobre o modo de funcionamento do conselho, colocou-se numa posição de modéstia, afirmando que não possuía experiência na área, por nunca ter conduzido um mecanismos similar, e que se

⁵⁵ Não contabilizamos esta conversa entre as entrevistas que fizemos com os 21 funcionários de Zero Hora, conforme consta na metodologia e no início deste capítulo.

orientava por um misto de senso prático e orientações recebidas de uma instância experiente, qual seja, um dos diretores que trabalhavam junto ao conselho de ZH.

Outro exemplo neste sentido provém de um jornalista de Zero Hora que foi entrevistado na condição de repórter (queria-se saber a sua avaliação sobre o conselho geral de ZH), mas que acabou falando também na condição de editor de um caderno possuidor de seu próprio conselho de leitores. Diante da pergunta sobre como adquirira os conhecimentos necessários para ativar um conselho, disse que os buscara (conhecimentos sobre como conduzir as reuniões, sobre como convocar leitores) junto a colegas, editores de outros cadernos que já possuíam seus conselhos em atividade. Dentro disso, criou também soluções conforme necessidades específicas, como a técnica de compor um conselho que chamou de “misto”: metade dos componentes era de perfil técnico, dentro da área a que se dedicava o caderno; a outra metade era de leigos, do tipo leitor comum.

Mais adiante, quando falarmos sobre a atuação dos leitores enquanto conselheiros, será possível retornar ao ponto dos processos de aprendizagem (inextricavelmente ligados a processos de referência). E o que se teria, no caso dos leitores, é justamente uma espécie de crise contínua de referências, devido ao fato de os mandatos dos conselheiros, ocupados por sujeitos concretos, encontrarem-se estanques no tempo, sem vinculação nem com o passado, nem com o futuro. Ou seja, conselheiros de uma determinada época não comunicam-se com pessoas que integraram o conselho anteriormente, tampouco com leitores que ocuparão o cargo futuramente.

5.1.3 As “janelas” para o leitor

Uma das primeiras respostas que obtive ao adentrar na redação de Zero Hora e começar a fazer perguntas sobre o Conselho do Leitor foi a de que tal mecanismo não era o único meio de participação dos leitores no jornal, nem o mais importante. Trata-se aqui de um ponto delicado, em torno do qual cuidaremos no sentido de não fechar os olhos para nuances envolvendo minha própria subjetividade.

O primeiro contato que tive com um dos diretores do jornal foi algo ambíguo. Começa aí, na verdade, um processo pelo qual estabelece-se entre minhas questões uma dúvida quanto ao valor que o jornal atribui a esse mecanismo. E o que se desenha, na seqüência, é a visão de uma espécie de crise: os principais artífices da idéia do Conselho do Leitor encontrar-se-iam em dúvida quanto à validade da continuidade do seu funcionamento devido a uma frustração com os resultados que haviam sido obtidos até o momento.

Saber disso me afeta grandemente. Percebo que passo a fazer a avaliação, intimamente, de que os maus resultados do conselho seriam fruto não de qualidades intrínsecas do mecanismo, mas de uma incompetência do jornal. Instaura-se em mim, então, um medo de errar, ou de ser injusto na crítica ao jornal. Eu poderia instaurar, sem perceber, uma espécie de vingança imiscuindo-se por minha observação, até por Zero Hora não ter tomado aquele mecanismo que eu escolhera como objeto de pesquisa como o mecanismo mais importante do seu contato com os leitores.

Efetivamente, o diretor de redação, em nosso primeiro contato (uma conversa informal após uma reunião do conselho) chegou a mencionar que considerava que eu deveria mudar o foco de minha pesquisa, em nome de uma abordagem mais ampla, que abrangesse, talvez, o conjunto do processo pelo qual Zero Hora ouve seus leitores. Fico me perguntando agora se o jornal não estaria ali tentando resguardar tais processos de comunicação com leitores do olhar de um pesquisador afobado e que restringiria sua visão olhando apenas para o Conselho do Leitor.

Chama-me a atenção o quanto uma frase pronunciada por este jornalista me ficou gravada na memória:

- O Conselho do Leitor não é o único mecanismo de audição de leitores e nem sei se é o principal.

Depois disso, a junção de algumas falas de quatro entrevistados distintos (o próprio diretor que mencionamos acima, o presidente do Conselho de Administração, Jayme Sirotsky, e mais dois editores) leva-me a formular a hipótese de que o jornal como que se arrependera de adotar o mecanismo pelos resultados que ele estava deixando de demonstrar. Feita esta introdução, de caráter mais subjetivo, passemos a explorar o conjunto das iniciativas de Zero Hora no sentido de ouvir leitores.

5.1.3.1 Obrigação de ouvir

“Abrir janelas para o leitor”. Ouvi algumas vezes este termo ser empregado por jornalistas de ZH, incluindo, de modo especial, os dois diretores que entrevistamos. Seria alguma espécie de bordão institucional? Em uma das reuniões do conselho a que assisti, o termo “você mudou o jornal” (diante da constatação de que um leitor teve uma sugestão de mudança passível de ser acolhida e aplicada nas páginas de ZH) foi empregado pelos mesmos jornalistas que acima mencionamos, e que então atuavam com mediadores do encontro de conselheiros⁵⁶. Registre-se outro caso de bordão, este repetido maciçamente, por ter sido veiculado em uma campanha publicitária, e por isso, ao que parece, mais capaz de suscitar lembranças: “Você, dono de um jornal”.

Haveria, então, por todos estes exemplos, tanto no nível pragmático como no discursivo, uma espécie de exaltação do leitor – o leitor surgindo como um ente a ser louvado? Uma das entrevistas que mais nos chamou a atenção, entre as que fizemos na redação de ZH, foi a de uma editora/colunista que demonstrou, de modo explícito, intensa irritação com a existência do Conselho do Leitor. Creio que não se corre o risco de errar quando afirmamos que existe, de modo bastante disseminado, uma *desconfiança* quanto ao fato de que Zero Hora efetivamente ouve seus leitores – um discurso de senso comum, talvez matizado por posicionamentos ideológicos de esquerda, que tenderia a considerar o discurso de exaltação do leitor, emitido por Zero Hora, como algo próximo a uma atitude demagógica, ou uma farsa de caráter publicitário. O depoimento do jornalista a que estamos nos referindo, apesar de não possuir peso quantitativo, cremos que ajudaria a mostrar o quanto esta crença pode ser uma simplificação, algo típico do senso comum. Por quê? Porque se trata do depoimento de um funcionário de Zero Hora extremamente irritado com a política do jornal de ouvir leitores, onde diz considerar tal política um exagero pelo nível de atenção que se exige que seja dedicado aos leitores. Trechos de sua fala podem ser elucidativos neste sentido:

⁵⁶ Tratou-se de uma reunião em novembro de 2003, ainda na fase de coleta preliminar de dados, único encontro, entre os que observamos, em que atuaram dois mediadores.

- Acho que esse conselho está atrelado ao politicamente correto. É correto respeitá-lo como um oráculo. Tenho sérias restrições, não ao *modus operandi*, à idéia, mas à eficácia do que eles (os leitores) trazem por questionamento.

Haveria, segundo este editor, uma orientação hierarquicamente superior para que se dispense uma espécie de devida atenção ao Conselho do Leitor:

- A gente é instruído a, ah, o conselho falou, tem que respeitar.

Outro trecho ainda permite aprofundar este entendimento:

- Eu questiono: se o leitor for preconceituoso, nós também seremos preconceituosos? Nesse aspecto, o conselho é uma referência importante e ganha um peso assustador. Acho que se flagrou isso (...), mas ainda existe muito aquela orientação (de considerar com atenção o que falam os leitores). Existe uma aura do leitor, que tem um poder supremo de pedir.

Cada fala, evidentemente, precisa ser compreendida em sua singularidade. Esse jornalista forma uma opinião extremamente negativa do Conselho do Leitor, a mais negativa que encontramos entre o grupo de profissionais entrevistados. Além de sentir-se contrariado com o excesso de ênfase que se daria à palavra do leitor, também critica os resultados que o conselho traria, partindo da idéia de que a intervenção dos conselheiros é pouco qualificada. Dentro disso, diz ter consciência de que possui uma opinião diferente da maioria dos colegas, e admite não saber se tal opinião não adviria das experiências negativas que teve, ele mesmo, com o conselho. Pudemos constatar que, de fato, as experiências deste jornalista com o Conselho do Leitor não foram positivas. Ele, por exemplo, teve extirpado do seu espaço editorial um conteúdo antes fixo e cuja presença fora criticada pelos conselheiros. Em suas falas, ao atacar o conselho, não apenas faz isso (ataca o conselho), mas também agride a própria disposição do jornal em ouvir leitores.

A questão aqui, então, talvez seja simples. Se esta disposição de ouvir leitores é atacada, é porque ela existe, provavelmente a ponto de um profissional sentir-se agredido por ela. O que estamos querendo dizer é que o depoimento deste jornalista funcionaria como uma espécie de prova para ajudar a demonstrar a existência da disposição do jornal em ouvir leitores. E, mais do que uma disposição, algo específico e relevante dentro dessa disposição: uma determinação hierarquicamente localizada, com orientações que emanam de posições de mando dentro da estrutura da redação e que se dirigem – e neste caso, são

também refutadas - a membros de uma equipe que encontra-se em posição subalterna. Se fosse o depoimento de um jornalista marcado pelo desejo de elogiar e acolher a política de seus superiores, tal depoimento mereceria maior desconfiança. Mas o que se dá é o contrário. Neste caso, o depoimento merece desconfiança apenas no sentido de representar um conhecimento marcado pelo afeto negativo do sujeito – o que, contudo, não nos parece ter o poder de anular a demonstração feita quanto à disposição que o jornal tem de ouvir leitores.

Então, o fato seria: existe uma instrução superior que determina dar atenção ao leitor, e que é capaz de gerar tanto manifestações de acolhimento como de desacordo entre os jornalistas de ZH. Em um momento da sua entrevista, um dos diretores fala algo que permitiria concluir algo semelhante, mas que provoca muito mais ceticismo por tratar-se, antes, de um elogio. Ao discorrer sobre como o grupo RBS possuiria uma atitude de “abrir janelas” ao seu público, afirma que se trata de uma postura cultivada pela direção da empresa (ou seja, uma disposição superior hierarquicamente localizada). Disse ele:

- O Nelson (Sirotsky, diretor-executivo da RBS) acha que é preciso ouvir a crítica.

Por que tal afirmação desperta ceticismo? Porque se trata de uma fala enaltecida das qualidades democráticas da empresa, proferida por alguém interessado neste enaltecimento (e pouco interessado em que se estabeleça uma situação contrária, ou seja, de depreciação das qualidades democráticas da RBS). Além disso, eleva-se o nome de um dos diretores da empresa à condição de defensor de altos interesses democráticos, o que só pode ser do mais alto interesse para os proprietários de um veículo de comunicação como Zero Hora. Ser crédulo aí, é ser ingênuo. Contudo, temos um ataque a esta disposição, não dizendo que ela não existe, mas criticando a sua própria existência, mal-vista por um subalterno.

Na entrevista de um outro editor, encontramos mais algumas referências em torno deste ponto. Fala este jornalista que faz questão de dedicar atenção aos leitores, mas não para cumprir ordens de superiores, e sim porque sua consciência profissional assim determina.

- Eu não tô falando isso (dedicar atenção aos leitores) porque o (fala o nome de dois diretores) dizem para fazer. Tô falando porque acho que é isso mesmo e os leitores ficam muito satisfeitos porque tu prestigia eles, valoriza.

Nesta fala, novamente, aparece o indício de que há na redação de Zero Hora algo como a circulação de uma ordem superior, que determina a necessidade de os profissionais prestarem atendimento ao leitor. Ao mesmo tempo, evidencia a existência de uma dimensão que remete-nos à questão do contato da autonomia profissional face à orientação empresarial, o que pode ou não ser uma matriz geradora de choques.

Ao longo de todo nosso trabalho de campo, dos 17 jornalistas que entrevistamos (editores e repórteres), e que não pertenciam ao núcleo hierárquico superior da redação, composto pelo diretor de redação e dois editores-chefe, apenas cinco adotaram um posicionamento que mais condenava do que acolhia a aplicação do conceito de conselhos de leitores, do modo como ele vinha sendo aplicado pelo jornal. Pergunta-se: seria a indicação de que incentivar mecanismos de participação de leitores, por parte da direção da empresa, possui um potencial polêmico menor que outras diretrizes editoriais, talvez por estar mais conforme à consciência profissional dos jornalistas, como deixa transparecer uma das falas que reproduzimos acima?

A fala de um outro editor serve como indício, dentro disso, de que a consciência profissional também é um fator que atua em favor da postura auditiva frente ao público. Falando, em nossa conversa, sobre um leitor hipotético que apresentasse críticas e sugestões ao jornal por telefone (o contexto da entrevista conduziu a que se falasse sobre tal sujeito de modo hipotético), este editor diz:

- Eu poderia tentar convencê-lo (o leitor que apresenta a crítica) e poderia não conseguir. Mas sou obrigado, como profissional, a ouvir sua opinião.

O que queremos fazer notar é que há uma referência ao profissionalismo como fonte de obrigação da auscultação do leitor – e não, no caso desta fala, à orientação administrativa, dos dirigentes da redação. Será que este profissional prefere sentir-se livre em relação à empresa? Neste mesmo contexto, podemos mencionar o caso de um repórter que tomou a iniciativa (algo que até então não tínhamos registro) de pedir autorização para participar de uma reunião do Conselho do Leitor, como espectador. Pergunto o motivo desta atitude e ele remete-se a um contexto de estímulo interno, da empresa, pelo qual os funcionários são estimulados a buscar aperfeiçoamento profissional. Ou seja, há uma

situação que abre-se ao voluntarismo do jornalista no sentido de um aperfeiçoamento de competências no campo dos procedimentos de comunicar-se com o leitor⁵⁷.

Aqui, a atitude é quase oposta à do editor que vê o que seria um esforço exagerado em atender às demandas dos leitores. É interessante notar que, no caso dos conselhos de leitores do Correio Braziliense, os repórteres são obrigados, em sistema de rodízio, a assistirem às reuniões dos conselhos de suas respectivas editorias, o que aliás é previsto em estatuto (dispositivo ausente no caso de Zero Hora), “para que todos (os repórteres) tenham a chance de interagir com o grupo”⁵⁸. Como já observamos, contudo, Maia *et al* (2004) anota, após pesquisar preliminarmente os conselhos do Correio Braziliense, que esta obrigação seria comumente transgredida, com os repórteres demonstrando desinteresse por interagir com os grupos de leitores.

De todos estes dados, poderíamos destacar dois aspectos: 1) a ocorrência de uma dimensão em que a empresa precisa, de algum modo, convencer seus profissionais a adequarem-se à política de auscultação de leitores⁵⁹; 2) o profissionalismo coloca-se ao lado desta disposição hierárquica, reforçando-a, autonomizando-se em relação a ela ou refutando-a; ou seja, seriam múltiplas as possibilidades de relação.

Uma frase do presidente do Conselho de Administração, Jayme Sirotsky, durante a cerimônia de posse dos conselheiros do grupo B, expressa bem esta dupla dimensão:

- Temos (...) uma grande diversidade de comportamento humano. Várias ideologias e posturas. Nada disso nos preocupa desde que (os jornalistas) cumpram sua função com responsabilidade.

Sobressai-se, nesta fala, a expectativa de uma submissão, por parte dos profissionais, à “responsabilidade”, aos compromissos éticos que a empresa julga assumir, ao mesmo tempo em que se consente a liberdade, havendo, portanto, a busca de um denominador comum que proporcione diversidade (de comportamento humano) na unidade (de um desempenho profissional responsável).

⁵⁷ Um dos diretores fala, na carta enviada ao *Clarín*, no oferecimento de cursos, aos jornalistas de ZH, para que os profissionais se aperfeiçoassem no atendimento aos leitores.

⁵⁸ O trecho é retirado do estatuto dos conselhos do Correio Braziliense, conforme correspondência eletrônica enviada ao pesquisador.

⁵⁹ A existência de um mecanismo que busca tornar “lei” a participação dos jornalistas (um “estatuto”), no caso do Correio Braziliense, é uma evidência clara da existência desta dimensão.

Na carta que um dos diretores envia ao *Clarín* como resposta à consulta sobre como funcionaria o Conselho do Leitor de ZH, faz-se referência ao fato de que haveria, na política editorial do jornal, a tal disposição para ouvir. O tom da carta, talvez como não pudesse deixar de ser, é festivo: *“Zero Hora tem sido lembrada, inclusive em eventos internacionais de imprensa, como um jornal que abre janelas de comunicação com os seus leitores”*.

O mesmo tom festivo é dado a este tema por outro diretor, em entrevista. Aí, o festivo assume a roupa de uma certa reivindicação de pioneirismo, como se Zero Hora quisesse, ou precisasse, construir e envergar afirmações de que é um jornal aberto. São duas as afirmações neste sentido. A primeira, a de que ZH teria sido o primeiro jornal a divulgar para o público, bem visível nas páginas do próprio jornal, os telefones de seus editores. A segunda, a de que Zero Hora talvez fosse o único jornal “do mundo” a publicar uma coluna nos moldes de “Sobre ZH”, que aceita veicular críticas diretas ao jornal sem preocupar-se em publicar, no mesmo espaço, uma réplica que desse direito de resposta à redação. Para mim, naquele momento, ao fazer a entrevista, não restaram dúvidas de que o jornal, na pessoa daquele diretor, construía a si mesmo como um veículo pluralista e aberto.

5.1.3.2 Os diferentes procedimentos

Não foi nossa intenção, durante a pesquisa de campo, descrever com rigor máximo o conjunto dos procedimentos que o jornal adota e que se prestariam, como anuncia o bordão, a servir de “janelas” de comunicação com o leitor (“temos 1 milhão de leitores, então preciso abrir o máximo de janelas possíveis para me comunicar com este leitor”, fala um dos diretores, justificando a existência de uma diversidade de procedimentos). Nos parece necessário, contudo, apresentar uma relação dos procedimentos que nos foi possível, de algum modo, apreender.

5.1.3.2.1 Coluna “Sobre ZH”

Trata-se de uma coluna diária onde são publicadas críticas e elogios ao jornal (mas especialmente críticas), a partir do envio de cartas pelos leitores. Conforme explicação de um dos diretores, são recusadas apenas críticas gosseiras. Outra regra da coluna seria não publicar réplicas. O diretor explica que se trata de uma regra que determina o espírito da coluna. Ao se criar o espaço, a idéia foi justamente receber críticas sem a preocupação de defender-se. Replicar, segundo o diretor, conseguiria anular o espírito do gesto proposto, qual seja, o de uma abertura do jornal à crítica.

Aqui, é como se ZH estivesse de “peito aberto”, disposta a ouvir e acatar mesmo gestos agressivos. Fazendo recurso à subjetividade, me ocorreria dizer: esta coluna me causa a impressão de que Zero Hora estaria querendo aproximar-se do formato do ombudsman. Nela parece residir a mesma radicalidade de uma disposição de colocar a si mesmo como o sujeito que precisa aprender a ouvir. Por isso, o auto-sacrifício, a penitência. É um auto-imolar-se. Há nisso um movimento extraordinário. A atitude corriqueira e esperada, na ação comum óbvia, evidente, dos sujeitos, é a defesa, a fuga da dor causada pela crítica.

Um das leitores de Zero Hora convocado para o Conselho do Leitor que não compreende a disposição jornalística de auto-imolar-se. É uma das primeiras reuniões do grupo B e chega-se, durante o encontro, ao seguinte debate: qual seria o melhor sistema de correção de erros que ZH poderia adotar - uma sessão própria para os erros, em local fixo, ou a publicação de correções espalhadas pelo jornal, de acordo com o local de origem do erro? Os conselheiros, a pedido do mediador da reunião, devem dizer qual seria o sistema de sua preferência.

O leitor que mencionei acima manifesta-se, deixando claro que o hábito, nos jornais, de explicitar os próprios erros contraria seu senso de lógica. É como se argumentasse: ninguém faria o que o jornal faz.

- Acho sado-masquismo: nossos erros estão aqui. Parece auto-punição. Não precisa mostrar tanto.

Os demais membros da mesa emitem suas opiniões. Um deles afirma:

- Não tenho opinião formada sobre isso.

Logo em seguida, no entanto, este mesmo leitor reporta-se à existência do ombudsman na Folha de São Paulo:

- A credibilidade do jornal (conferida pelo ombudsman) sobe às alturas. É importante dizer claramente (sobre os erros cometidos).

De fato, aí encontram-se duas impressões opostas acerca do auto-imolar-se da imprensa. Uma estranhadora, outra reconhecedora da importância do efeito obtido pela auto-imolação (no caso, o efeito da credibilidade). São reações diferentes, no público, perante uma mesma atitude.

Outro leitor manifesta-se e diz ter por referência o sistema de correção adotado pela Folha de São Paulo, que concentra os erros em uma sessão fixa denominada “Erramos”. Ele afirma:

- Um local específico facilita a localização dos erros que se procura.

Ao que outro leitor contrapõe que, diferentemente, prefere as correções localizadas no local onde o erro havia sido originalmente publicado.

- Eu nunca seria o leitor que procuraria saber o que houve de errado.

O leitor que manifestara apreço pela coluna “Erramos, da Folha, então, como que ri de si mesmo e admite:

- É muito obsessivo.

Novamente, nesta situação, há um contraste entre duas posturas: uma que coloca-se em posição de esperar do jornal a demonstração de franqueza; outra, que é mais despreocupada neste sentido (“eu nunca seria o leitor que procuraria o erro”). A primeira assemelha-se à do leitor que faz referência à credibilidade angariada pelo ombudsman – e talvez não por acaso esses dois leitores tomem por referência a Folha de São Paulo. A segunda aproxima-se do leitor que dissera, antes, se espantar com o auto-flagelo da imprensa. Uma posição reclama um rigor com o qual a outra despreocupa-se.

Penitenciar-se contraria a regra e surpreende (seria algo “obsessivo”, como sugeriu um dos leitores acima). “Cortar a própria carne”, desse modo, gera reações de ceticismo. Um dos provedores de entrevistamos em Portugal, Manuel Pinto, disse ter se deparado com esse fenômeno.

- Eu recebi várias cartas de leitores que perguntavam como é que é possível criticar o jornal no próprio jornal.

Estive no espaço da redação de ZH em que a coluna “Sobre ZH” é processada, a Editoria de Atendimento ao Leitor. Um dos editores me faz uma afirmação que confirma

esta tendência. “Muitas pessoas (leitores que escrevem ao jornal) acham que as críticas não vão ser publicadas.” Sem me preocupar em recolher pistas neste sentido, acabo achando, por acaso, uma demonstração de que o editor falava a verdade. Ao circular iniscretamente pelo espaço da editoria, me deparo com a carta de um leitor exatamente nos termos referidos pelo editor. O leitor fazia no texto críticas ao colunista Paulo Sant’ana, concluindo com a seguinte provocação:

- Vão publicar? Há corporativismo em ZH⁶⁰?

O jornal penitente, que precisa aprender a ouvir. É como se houvesse uma falha no jornal, ou uma tendência para a prevalência de uma imperfeição: o não brir-se para a crítica. Esta é a situação de mundanidade do jornal, que precisa ser transcendida. Vimos anteriormente como o mecanismo do ombudsman é articulado em torno da necessidade de dar cabo desta constante desconfiança. A auto-imolação busca tal feito de superação e causa surpresa por seu caráter extraordinário.

Anotamos antes que, pela coluna “Sobre ZH”, o jornal estaria tentando aproximar-se dos efeitos provocados no público pela existência, em um jornal, do ombudsman. O ombudsman é justamente a tentativa demonstrar que o jornal não teme a crítica, já que, de certo modo, como que contrata um algoz de si próprio. O pagar/contratar (dizia a publicidade da Folha: “alguém pago para defender o leitor”) ajuda a constituir a prova de que o jornal está disposto a imolar-se publicando cruamente as críticas que lhe são dirigidas (o que inclui, no caso da coluna de ZH, não respondê-las). Zero Hora estaria, creio, tentando forjar também uma demonstração de que não teme a crítica.

Não há como dissociar essas tentativas do jornal a uma necessidade de legitimação sua, decorrente de uma situação específica – a de que ZH sofre um constante ataque contra sua reputação de veículo imparcial, algo que encontra lugar especialmente no campo da política. Recobrar a credibilidade perdida em decorrências destas tensões seria uma das funções dos mecanismos criados no sentido de apresentar-se como veículo aberto à crítica (caso do Conselho do Leitor e da coluna “Sobre ZH”). A fala de dois editores entrevistados cremos que permitiram entrever o quanto “Sobre ZH” está relacionada à necessidade de dar mostras de que o jornal não parcializa seu noticiário.

⁶⁰ Não tenho o registro se a carta foi publicada ou não.

Um aspecto interessante revelado pela pesquisa, dentro disso, é o de que os jornalistas não referem-se à existência, por parte do público, de uma desconfiança quanto à parcialidade do jornal apenas no campo da política (ZH antagonizaria com o Partido dos Trabalhadores), mas também no domínio dos esportes (ZH assumiria a cor de um dos times da dupla Gre-nal)⁶¹. Na fala destes dois editores, há referência a esta dupla referência proveniente do público. E a formulação de uma espécie de máxima, que encontramos na fala também de outros editores, pela qual o jornal defende-se dizendo que seria comum os leitores interpretarem o jornal conforme seus interesses. No caso das manifestações queixosas, achando que seu time ou partido foi prejudicado pela cobertura.

- Zero Hora não tem cor de time. Cada um lê o jornal conforme lhe interesse ler – diz um editor.

Conforme a argumentação deste jornalista, muitos leitores fariam a hipótese de que ZH, por ser parcial, não acolheria manifestações de crítica ao próprio jornal. Daí a função da coluna “Sobre ZH”, manifestada por este jornalista:

- “Sobre ZH” mostra para o leitor que não há problema em criticar o jornal.

Fazendo referência a esta mesma situação, pela qual haveria uma parcialidade no leitor, e não no jornal, outro editor fala:

- Cada um (no público) tem uma visão muito particular. Tanto que “Sobre ZH” tem visões opostas sobre o mesmo assunto.

5.1.3.2.2 Editoria de Atendimento ao Leitor

A Editoria de Atendimento ao Leitor foi criada em 1991. Realizamos entrevista com o editor-executivo deste setor, além de permanecermos no espaço ocupado por esta editoria durante uma tarde de junho de 2005, a fim de praticar um pouco de observação direta e interagir com a equipe, então composta por seis pessoas, com as quais converso informalmente sobre seu trabalho. O editor, logo no início da entrevista, faz o relato do que consiste tal trabalho. A editoria, diz ele, é responsável pela edição da página 2 do jornal, que comporta uma sessão fixa chamada “Palavra do Leitor”. Ali está uma equipe de seis

⁶¹ Sigla relativa à Grêmio e Internacional, os dois principais clubes de futebol do Rio Grande do Sul.

pessoas (além do editor-executivo, um subeditor, dois jornalistas, um estagiário e um funcionário administrativo). A página é composta por três sessões fixas: a “Cartas do Leitor”, “Sobre ZH” (descrita no tópico acima) e “O Rio Grande Pergunta”, esta última sessão um espaço em que a editoria propõe-se a responder dúvidas sobre assuntos gerais, encaminhadas pelos leitores. Às segundas-feiras, tal sessão é substituída pela coluna “Sobre o Leitor” que, conforme o editor, traz relatos sobre “como é que o jornal influencia suas vidas (a do leitor)”.

- A par disso - diz ele - atendemos uma média de 120 telefonemas dia.

Geralmente são assinantes, trazendo ocorrências que dizem respeito ao serviço de assinaturas do jornal. O editor explica que esta situação é como que o resultado de um equívoco. O jornal possui um setor especialmente dedicado a estas questões (referentes a assinaturas), e que é estranho à Editoria de Atendimento ao Leitor. Porque então as ligações ali caem? A resposta que ele fornece é a de que os assinantes, ao procurarem o número de telefone para falar com o jornal, têm como recurso a possibilidade de recorrer a uma listagem de números telefônicos dispostos em uma coluna publicada na própria página 2. Aí está uma cartola encabeçando tal lista e que anuncia “para falar com zh” em seguida relacionando os diferentes departamentos: “assinantes”, “anúncios” e “redação”. O número da editoria em questão aparece no tópico “redação”, sob o título “Atendimento ao Leitor”. Ao consultarem a lista, acredita o editor, os assinantes valem-se dos números disponíveis, muitas vezes não sabendo distinguir “atendimento ao assinante” de “atendimento ao leitor”.

A diferença, explica o editor, é que o “atendimento ao leitor” destina-se a tratar de assuntos editoriais, concernentes à redação do jornal, e não ao setor de assinaturas. Logo, as ligações de assinantes que ali caem, caem por engano, representando, segundo estimativa não-rigorosa do editor, em torno de 60% das mais de 120 ligações recebidas diariamente. O restante das ligações refere-se a assuntos diversos, concernentes à redação de ZH.

- É completamente heterogêneo - complementa.

O editor cita alguns exemplos: pessoas que buscam informações sobre espetáculos musicais, ou leitores que pretendem sugerir assuntos para matérias⁶².

⁶² Ocorre de ZH, por exemplo, aceitar sugestões de pauta feitas por leitores, que comunica m-se com o jornal através da Editoria de Atendimento ao Leitor ou de contato direto com as editorias específicas. Nestes casos, as matérias publicadas informam, por meio de um “selo”, tratar-se de “sugestão do leitor”.

Os telefonemas representam apenas um dos meios de acesso do público a ZH através da editoria. O outro meio são os textos (parte deles direcionados como carta ao jornal, e aproveitados ou não para publicação). São cerca de 100 textos ao dia, 70% via e-mail e o restante por fax e correio tradicional.

O editor dá seqüência à explicação passando a falar (sem que eu peça) dos critérios utilizados para publicação das cartas.

- É preciso esperar um mês para que seja publicada uma outra carta do mesmo autor. Tem leitores que mandam cinco cartas por dia. São pessoas que querem extravasar alguma coisa, leitores que mandam textos a mais como uma maneira de extravasar o que estão sentindo.

Esta descrição básica, portanto, dá conta de duas principais funções da editoria: 1) editar uma página fixa diária, composta de diferentes sessões e que é completamente estruturada a partir das intervenções de leitores, que se comunicam com a editoria a partir de correio convencional, e-mail ou fax; 2) atender leitores no que diz respeito a assuntos editoriais. A data da criação da editoria, mencionada por seu editor, em 1991⁶³, coincide com a época em que, conforme um dos diretores, teria ocorrido uma mudança na postura do jornal, que passara então a dedicar um maior grau de atenção à comunicação com seus leitores. O diretor lembra, por exemplo, que é de 1993 a deflagração da campanha publicitária “Você dono de um jornal”.

Talvez seja possível dizer que, ao criar a editoria, o jornal como que criou uma especialização, ou uma sofisticação, a partir da prática já comum de publicar cartas de leitores. Antes da existência desta editoria especializada em lidar com leitores, as cartas pertenciam à editoria de Opinião, processadas por uma mesma equipe editorial que trabalhava com os editoriais e os artigos de opinião redigidos por articulistas diversos. A criação do novo espaço, com equipe própria dedicada exclusivamente aos leitores, dá mostras de que, desse jeito, teria se criado um novo estatuto para a participação do leitor em Zero Hora. A partir do modo “carta do leitor”, surgem novos modos de participação, onde a “janela” aberta para o leitor não é ter uma opinião sobre determinado assunto, emitida para ser publicada sob a forma de carta, mas sim outras possibilidades, outros modos de

⁶³ Dois anos antes, a Folha de São Paulo introduzia seu ombudsman, o primeiro do Brasil. Seria uma coincidência?

participação sugeridos pelo jornal. Seriam o caso então das diferentes colunas surgidas. Alguns casos:

- “O Rio Grande Reclama”, já desativada, espaço aberto para que leitores levassem ocorrências de problemas seus transcorridos na relação com órgãos públicos prestadores de serviço ou empresas privadas, dando a possibilidade de resposta para estas organizações frente ao reclamo.

- “O Rio Grande Pergunta”, que substitui a coluna descrita acima. O novo formato prescreve que o leitor pode enviar perguntas ao jornal (referentes a temas de conhecimento geral) que o jornal procurará responder, o que é feito mediante consultas a especialistas ou obras de referência, como enciclopédias.

- “Sobre ZH”, onde, conforme já se descreveu, os leitores podem dirigir críticas ou elogios à cobertura do jornal, que são publicados deliberadamente sem réplica da redação. Aqui, pela primeira vez, há um estímulo explícito e direto para que o leitor manifeste-se não sobre qualquer assunto, mas sobre o próprio jornal.

Estes espaços editoriais formam um conjunto que ocupa diariamente um espaço fixo no jornal (a página 2) não pouco valorizado e publicado sob a rubrica “Leitor”. Teria se tratado então de um processo de elevação da condição do estatuto do leitor nesta casa editorial que é ZH? Há nitidamente um gérmen deste processo: a publicação das cartas, ou seja, o consagrado modo da “carta ao editor”. Não conseguimos deixar de lembrar aqui do relato da provedora portuguesa Estrela Serrano, que se disse perturbada pela “falta de educação”, como disse, dos jornalistas do Diário de Notícias, que, ao receberem cartas de leitores criticando o jornal, publicam respostas onde tomavam a última palavra na discussão, via de regra desqualificando o leitor. “Aquilo era um desrepeito para com o leitor”, lembra a provedora. Neste caso, as cartas ao editor (que funciona como uma espécie de “dono da casa”, a quem se remete a correspondência) eram recebidas com descortesia.

Já refletimos anteriormente sobre este ponto, no capítulo acerca do ombudsman. Mesquita afirma que há uma assimetria básica na relação entre um veículo de mídia de massa e seu público, que mecanismos diversos, como o ombudsman, tentam corrigir.

Um dos diretores de ZH diz haver uma resistência tradicional do meio jornalístico à prática de dar ouvidos aos leitores.

- Uma das tarefas mais complexas é o público conseguir falar.

Na seqüência, o diretor passa a mencionar o caso do *New York Times*, uma referência mundial em credibilidade de imprensa, talvez a maior de todas, que apenas recentemente dera ao público acesso aos seus jornalistas através dos endereços de correio eletrônico publicados nas próprias páginas - demora que teria se devido até então, e em parte, conforme o diretor, a um esforço de preservação de credibilidade.

O leitor crece em ZH, tem seu estatuto elevado? As cartas ao editor talvez tenham dado origem a desdobramentos. Participar teria virado uma vertigem? Na página 2 de ZH, o leitor é tratado com deferimento. Não há como negar isso. A estrutura é colocada à disposição. Como entrar no jornal? Pergunto ao subeditor desta sessão se algum leitor já comparecera pessoalmente à redação. Ele diz que os casos são raríssimos. Os meios de acesso são outros. O e-mail, diz o editor, elevou a possibilidade de participação. Como atender a toda esta gente?

A estrutura da Editoria de Atendimento ao Leitor é rica: uma sala especial, preservada dos ruídos da redação; computadores, arquivos; há um cadastro com os dados de 14 mil leitores. Todos estes leitores já haviam enviado uma carta para ser publicada em ZH (à época da observação, eram 100 cartas recebidas diariamente, apenas 14 publicadas devido a restrições de espaço). São seis funcionários. Saberão eles receber bem os leitores? Não se trata apenas de publicar (ter voz, ou ver o seu nome estampado numa página do jornal). É também, este, um local de queixa. Há leitores que escrevem cinco cartas no mesmo dia, relata o editor, apesar de lhes ter sido comunicado que é preciso esperar um mês desde a última publicação para um mesmo autor ver-se publicado novamente.

- São pessoas que querem extravasar alguma coisa, leitores que mandam textos a mais como maneira de extravasar o que estão sentindo.

Um detalhe importante: conforme a declaração de um dos diretores, o primeiro grupo de conselheiros foi “garimpado” (o termo é meu) do cadastro de leitores da editoria,

onde se buscou os leitores que mais cartas escreviam, sob a suposição de que seriam eles os mais opinativos, o que iria então ao encontro dos propósitos do conselho. Este procedimento, conforme o diretor, acabou se revelando um erro metodológico, pois “eram (tais leitores) os que tinham mais tempo e que queriam ver seus textos publicados”, diferente da expectativa do jornal pela postura de um conselheiro “desinteressado”. Esta informação, contudo, nos ajudaria a evidenciar que a experiência do conselho, apesar de basear-se nos jornais mexicanos, teve algo da sua gênese vinculada às cartas ao editor, a mais antiga instituição de participação de leitores que havia no jornal e que apresentou-se como recurso primeiro para ajudar ZH a organizar um novo instituto de participação do público.

O jornal como arauto e potencial defensor dos comuns. E o leitor como simplesmente leitor, gente do povo, porque nas democracias ocidentais modernas há orgulho em ser povo. O jornal, portanto, *contra* as instituições. Daí o seu aspecto de ouvidoria das gentes em geral. O jornal quer extravasar. Chegar aos jornais é uma maneira de fazer-se ouvido.

Um jornalista da editoria fala de um leitor indignado com o serviço municipal de trânsito, que apreendera seu automóvel, o que teria acontecido, conforme este leitor, injustamente. É o povo que levanta-se contra o injusto e o despótico, fazendo recurso à imprensa. Tê-lo ouvido, mesmo não tomando-se qualquer providência (a queixa não foi publicada), ajudou a aplacar sua fúria, conforme o relato deste jornalista. Pergunto à equipe da editoria, de um modo geral:

- O que vocês acham que leva uma pessoa a escrever para o jornal?

Um dos jornalistas fala em “indignação”. Não há como não remeter-se a uma imagem mítica: o jornalista, bravo herói, irrompe-se contra o poder. É o jornal, em último nível, que garante a soberania do povo. O jornal, ao mesmo tempo, no imaginário da sociedade, é corrupto e promíscuo em relação ao poder. Desse modo, receberá muitas manifestações de protesto.

De que Zero Hora é mais acusada? Não faço esta pergunta ao editor porque ele já a fornecera espontaneamente: Zero Hora vive sob a acusação constante de ser contra o Partido dos. A acusação é verdadeira? Pode ser. Para o editor, é uma “velha lenda”. Independente

disso, o jornal também deverá aplacar a fúria deste leitor (caso das funções manifestas da coluna “Sobre ZH” e do próprio Conselho do Leitor).

Dirigir-se ao jornal não é fácil. O jornal pede identificação: o cadastro de leitores exige um completo preenchimento de dados. Costa, primeiro ombudsman do Brasil, lembra que só não devotava respeito aos anônimos. A esses, não cumpria o sistema de honrarias a quem entrava em contato com o ombudsmna e que previa fornecer, no mínimo, uma resposta de retorno.

Há um recurso mínimo à cidadania, portanto. O leitor, para ter existência enquanto leitor, deve existir como pessoa legalmente reconhecida. Há uma entidade já, que se manifesta. Rechaçar o anonimato é reconhecer a obrigatoriedade desta dimensão. Ele, leitor, nunca será ninguém. Ao mesmo tempo, como contraponto, perde-se no mar infundo da massa em que não há rostos. Se se salientar, pelo intermédio de qualquer tipo de proeminência (*status* social, por exemplo) perde a condição que lhe ajuda a sustentar a figura de leitor, esse comum, igual a todos. Sendo comum, do povo, será então um inocente, que não erra. Porém, ao mesmo tempo, vai ser acusado de “chato” e incompetente⁶⁴. São duplas faces, que dificilmente se descolarão uma da outra.

Porque o leitor acaba por ser considerado um chato? Ora, podemos avaliar que tal imagem talvez decorra da insistência. A insistência em entrar no jornal e a insistência, ou expectativa, por ver-se publicado. Abrir o jornal, com muitas janelas, é atrair um número cada vez maior de pessoas. A Editoria de Atendimento ao Leitor acaba revelando esta face: há muita gente para participar. Nesse aspecto, acaba assemelhando-se também ao ombudsman, através de um dilema que este último mecanismo vive: como ouvir e atender a todos? É o dilema esse da própria democracia: como é soberano o indivíduo, todos quererão ter voz. A resposta melhor que tem sido encontrada para esta aspiração vem sendo os modos pelos quais indivíduos vêm midiaticando-se na internet⁶⁵.

5.1.3.2.3 Coluna “Cartas ao Leitor”

⁶⁴ A noção de incompetência (falta de conhecimentos técnicos na área de jornalismo) notamos ser formada pelos jornalistas em relação a membros do Conselho do Leitor, conforme se demonstra ao longo desta capítulo.

⁶⁵ Caso dos blogues, por exemplo.

Seguindo uma linha semelhante à da coluna “Sobre ZH”, surge também a coluna “Cartas ao Leitor”, onde é aberta a possibilidade de o leitor dirigir ao jornal questionamentos sobre diferentes aspectos do trabalho jornalístico de Zero Hora, que são respondidos por jornalistas das áreas a que correspondem o questionamentos. Evidentemente, tal coluna mereceria uma análise específica, mas podemos aqui registrar a impressão que a “olho nu” ela nos causa: a de que o jornal assume um tom professoral. ZH, pela coluna, como que institui a possibilidade de gerar pequenas aulas de jornalismo, tendo jornalistas como professores e leitores como alunos.

Uma informação interessante obtida junto à Editoria de Atendimento ao Leitor dá conta de que o fluxo de manifestações de leitores dirigidas especificamente para este espaço é baixo, precisando muitas vezes haver o aproveitamento de manifestações ocorridas em outros contextos, que são então adaptadas para o formato da coluna, onde há, via de regra, um leitor emitindo algum tipo de questionamento sobre a cobertura de ZH.

Creemos ter flagrado uma destas adaptações ao descobrir que um questionamento de um leitor usado na coluna foi retirado do contexto de uma reunião do Conselho do Leitor. Tratava-se então de uma dúvida expressada por um leitor do grupo A sobre a autoria dos editoriais publicados por ZH. Na lista de discussão criada na internet por este grupo há uma troca de e-mails em que se tenta recordar quem teria emitido tal questionamento - “quem escreve os editoriais?” - durante a reunião que transcorrerá cerca de duas semanas antes, já que o leitor a quem a coluna atribuía a pergunta não possuía a memória de tê-la formulado.

A coluna “Carta ao Leitor” é publicada todos os domingos na página 3, com exceção do domingo que sucede a reunião do Conselho do Leitor, quando então tem lugar a coluna que, sob o título de “Conselho do Leitor”, contém um extrato da última reunião realizada pelo grupo de leitores. Além desse pertencimento a uma mesmo espaço na geografia editorial de Zero Hora, fica evidente que a coluna possui proximidade com o Conselho do Leitor pelo fato de sugerir a criação deste espaço didático entre jornalistas e leitores, algo que o conselho também faz, tanto no contexto das reuniões como no das colunas que levam ao público o resumo destas reuniões. Nestas colunas, conforme anotou Braga (2006, p. 108), há uma manifestação “pedagógica” do jornal sobre “técnicas de produção jornalística”.

Junto às colunas “Sobre ZH e “Conselho do Leitor”, a coluna “Cartas ao Leitor” completariam um conjunto de espaços editoriais dispostos por ZH que podem ser agregados em torno de uma característica comum: são espaços que, de um modo inédito até seu surgimento, tematizam o próprio jornal. E aqui, se for tomado o ombudsman por parâmetro, se pode dizer que há em comum ainda a realização desta tematização a partir de uma contribuição mais direta dos próprios leitores (que são conselheiros ou manifestam críticas, elogios e dúvidas através de correspondências), no lugar de possuírem uma figura de intermediação entre o jornal e o leitor, como é o caso do próprio ombudsman.

5.1.3.2.4 Pesquisas do call center

O jornal estabeleceu um mecanismo de auscultação de leitores ao utilizar-se de um setor não diretamente vinculado à redação, mas sim às áreas de comercialização e circulação, o *call center*, literalmente centro de ligações (chamadas telefônicas). O *call center* de ZH é colocado à disposição daqueles que se relacionam com o jornal em diferentes âmbitos. Um caso típico é o dos assinantes. Desse modo, o serviço recebe diariamente centenas de ligações de leitores, na condição de assinantes. Aproveitando esta afluência, o jornal passou a realizar uma pesquisa quantitativa perguntando a estes leitores quais os assuntos que mais lhes teriam chamado a atenção na edição do dia. Desse modo, diariamente chega à redação, e é distribuída entre os editores, esta pequena sondagem de opinião. Trata-se de um instrumento que, à época da coleta desse dado (junho de 2005), vinha sendo utilizado há três anos.

Como é esse uso? Não tivemos a preocupação de colher sistematicamente dados sobre tal instrumento. Apenas percebemos algumas indicações e aprofundamos alguns pontos, incluindo o tema das *pesquisas do call center* nas entrevistas com os jornalistas de modo secundário e ocasional. Tendo isso em conta, a impressão que colhemos é de que não se trata de um instrumento absoluto. Dada uma precariedade que lhe é inerente (o pouco rigor na realização da sondagem no que diz respeito à coleta da amostra, onde, por exemplo, são inquiridos apenas leitores que aleatoriamente fizeram contato telefônico com o jornal), a pesquisa é tida como um indicativo das preferências dos leitores que precisa ser

relativizado. O que quero dizer é que os editores com que conversamos sobre o assunto manifestam essa avaliação sobre o instrumento. Neste sentido, tal pesquisa se nos afigurou como sendo um instrumento considerado complementar a outros e, talvez, ou até especialmente, em relação ao Conselho do Leitor.

Mais de uma vez o pesquisador ouve ser traçado um paralelo entre o conselho e a pesquisa do *call center*. Haveria uma escala de importância, um seria considerado mais importante que outro? Parece-me que eles são classificados como possuindo uma certa paridade. Ambos comportam formas, embora diferentes, de auscultação de leitores, servindo para guiar discussões editoriais. E ambos são considerados incompletos, daí surgindo o sentido de complementariedade de um em relação ao outro. Porque incompletos? Porque nenhum deles conseguiria dar a visão geral do que pensa o leitor de ZH acerca do produto que consome. Existiria um tal instrumento, completo? Parece que é justamente este conjunto de dispositivos que estamos descrevendo que tenta ao máximo dar conta de tal tarefa.

Perguntar diariamente a leitores que telefonam para o jornal o que acharam da edição do dia certamente consegue abranger um universo maior do público de ZH do que um grupo fixo de pessoas que se reúne esparsamente no tempo para avaliar o jornal. Evidencia-se, assim, uma vantagem quantitativa da pesquisa do *call center*. Ao mesmo tempo, a avaliação contínua, aproximada e detalhada da opinião de um grupo fixo certamente consegue especificar melhor como um leitor, ou diferentes tipos de leitores, formam suas opiniões sobre ZH, evidenciando-se aí uma vantagem qualitativa.

Além disso, o conselho seria estimulado a não apenas manifestar uma opinião simples (gostou, não gostou; gostou mais de um ou de outro material), mas a exercer uma função crítica em relação ao jornal, que se aperfeiçoaria com o tempo, à medida que o grupo vai instaurando um processo de reflexão. Tal opinião é manifestada por um editor entrevistado:

- O ponto forte do conselho é que se tem um *continuum* de análise. São leitores que tem um compromisso com o jornal. Se bem selecionados, são mais bem preparados para criticar o jornal e o debate pode aprimorar as opiniões.

Pergunto a este editor como ele se relaciona com a pesquisa interna. Ele diz:

- Dá (a pesquisa) um retorno sobre as apostas que fiz na edição do dia.

Salienta-se aqui a possibilidade que a pesquisa oferece de dar um retorno diário. É como se o jornal tivesse conseguido imaginar uma solução pela qual fosse possível obter *feedback* do público edição após edição, o que certamente é muito útil, mesmo que tal solução careça de rigor metodológico. Seria uma solução encontrada de acordo com conveniências - aproveitar o fluxo de leitores que se dirigem ao jornal - e, portanto, de baixo rigor metodológico. Mesmo com a precariedade instalada em termos metodológicos, a pesquisa ainda assim é considerada válida porque consegue providenciar uma aproximação com a imagem do leitor, que, antes, na ausência de tal pesquisa, era ainda mais vaga e difusa. Desse modo, tal instrumento, como que sacia, mesmo que parcialmente, uma necessidade básica e que antes, resolvida de outras formas, encontrava-se bem mais a descoberto.

Além disso que estamos chamando de precariedade metodológica do instrumento, haveria ainda a evidenciação, pelo uso da pesquisa, do processo de apropriação pelo jornal do *feedback* obtido. Este processo não constitui o foco central de nosso estudo, mas reconhecemos aqui sua importância. Ao analisar o Conselho do Leitor, mais adiante, procuraremos definir, com alguma precisão, como se dá tal processo, buscando suas especificidades para o caso do conselho.

O diretor de redação, ao falar sobre o assunto, formulou o que nos parece ser uma espécie de lei básica, aplicável a instrumentos distintos, como a pesquisa interna e o próprio conselho. O que ocorre é que tal processo confunde-se com um processo mesmo de mediação: entre a indicação apontada pelo instrumento (pesquisa do *call center* ou conselho) e a tomada de alguma decisão editorial há um espaço de ação preenchido pelos jornalistas, onde se faz a leitura do significado daquilo que o instrumento apontou do ponto de vista da melhoria do produto jornalístico.

- O fundamental - diz o diretor de redação - é que nem sempre o que o leitor diz é direto. Temos a obrigação de fazer uma leitura à luz do que diz a linha editorial.

Neste mesmo momento da entrevista ele passa a ilustrar tal situação recorrendo aos resultados da pesquisa interna do dia. Nela está, entre outros dados, que naquele dia havia chamado a atenção dos leitores o fim do casamento entre o jogador de futebol Ronaldo Nazário e a modelo Daniela Cicarelli. Este seria um caso, afirma, em que a preferência popular não corresponde de imediato a um maior destaque editorial. Pega uma edição

daquele dia do Diário Gaúcho e ilustra que, tratando-se este de um jornal popular, o caso Ronaldo e Daniella ganhou o principal destaque na capa. Em Zero Hora seria diferente, pela própria diferença de linha editorial em relação ao Diário Gaúcho. O destaque de capa ao tema é menor. E mesmo havendo alto índice de leitura, conforme indicou a pesquisa, a linha editorial de Zero Hora não comportaria uma maior exploração do assunto, devido ao seu baixo grau de importância.

O diretor explica que a linha editorial procura fazer uma conjunção entre o importante e o interessante. No caso do casamento de Ronaldo e Daniela Cicarelli, a notícia comportaria mais em si o valor do interessante, do atrativo (daí o alto índice de leitura) do que o valor da importância pública.

- O que está na pesquisa não muda a decisão editorial que tomamos com base na linha editorial. Serve como mais um indicativo. A pesquisa tem informações que precisa depurar.

5.1.3.2.5 Contatos diretos por e-mail e telefone

A frequência das menções a este recurso levou-me a crer que ele acaba se constituindo em um importante meio pelo qual o jornal dá acesso, para o público, a seus profissionais. Novamente, aqui, sustentamos a hipótese de que o jornal emite a ordem a seus profissionais de que se deve ouvir leitores. A maior prova é a publicação dos números de telefone e e-mails de editores e repórteres nas páginas do jornal em diferentes situações (e-mails ao final das matérias, por exemplo, ou os números de telefone nos cabeçalhos das páginas de abertura de sessões).

Conforme já mencionamos, um dos diretores entrevistados demonstra orgulho ao afirmar que Zero Hora teria sido o primeiro jornal do Brasil a adotar o procedimento de disponibilizar o contato direto com seus profissionais, ainda na década de 90. O advento do e-mail certamente ampliou as possibilidades deste tipo de acesso, como ilustra a fala de um editor, que diz perceber a diferença entre e-mail e telefone.

- O e-mail é diferente de falar por telefone ou correio normal. É quase um acesso direto. É uma opinião quase sempre franca.

É interessante notar tais diferenciações. O que há de “direto” no e-mail? Se o acesso é rápido e econômico (em termos financeiros), também se trata de um meio que,

sob certo sentido, modifica a situação de face-a-face da comunicação, presente na interação por telefone. O face-a-face com certeza gera constrangimentos ou necessidades de ajustes para adaptar-se à presença do outro. Torna-se mais fácil esconder-se atrás do e-mail. E, portanto, dizer o que se pensa (como na situação em que a maledicência fica facilitada pela ausência ou distância do outro). Sem falar nas possibilidades de anonimato, um esconder-se ainda mais absoluto. O face-a-face constrange a violência. Qual teria sido o contato mais anônimo que ZH já recebeu?

Numa reunião do Conselho do Leitor, um dos mediadores fala de ligações telefônicas ao jornal contendo ameaças de morte, feitas no contexto do antagonismo com setores da esquerda gaúcha. Como identificar-se numa situação dessas? A prática da violência requer o fim da conversa entre sujeitos que se assumem. Zero Hora desperta ódios? Um dos diretores fala de um episódio pelo qual um agente do serviço de informação da polícia militar do governo estadual gaúcho teria conseguido tornar-se membro do conselho, porém (e evidentemente) sob identidade falsa⁶⁶. Como faz o inimigo para entrar no jornal? Aqui, neste episódio próximo ao que seria um ato de espionagem, o contexto, conforme detalharemos mais adiante, evolve o já clássico antagonismo entre Zero Hora e forças políticas de esquerda.

O e-mail permite maior franqueza? Permite também maior número. Esse editor, e também colunista (que pela qualidade literária e receptividade do público aos seus textos transformou-se numa espécie de “vedete” do jornal), manifesta como que um certo espanto diante da dimensão quantitativa referente à circulação de um meio de comunicação de massas. Zero Hora, afirma, possui 1 milhão de leitores.

- Um texto que escrevo em um dia é mais lido do que um livro, que eu levo dois anos e meio para escrever (ele menciona que já possui vários livros escritos).

O “quase” “acesso direto”, como ele diz, representado pelo recurso do e-mail, faz com que esta dimensão, digamos, gigante do fenômeno, dada à sua enormidade, acabe se visibilizando diante de olhos deste jornalista de um modo desconhecido. Administrar tais

⁶⁶ Tal fato teria ocorrido no período em que Olívio Dutra, do PT, era governador do Estado (1999-2002) e a Secretaria da Segurança era então ocupada por José Paulo Bisol. Como se verá mais adiante, ZH será acusada de prejudicar a imagem de Bisol. No grupo A do Conselho do Leitor, por exemplo, era constante a afirmação de que o jornal protegia o ocupante da pasta da Segurança durante o governo de Germano Rigotto, do PMDB, que substituiu Olívio Dutra entre 2003 e 2006, em contraste com tratamento editorial que havia sido dado ao secretário petista.

quantidades exige uma energia também desconhecida. “Cria uma outra atividade no jornal”, fala ele. Reponder a todos os e-mails é praticamente impossível, reconhece.

O contato por telefone/e-mail é possivelmente o meio mais desburocratizado de falar à redação de Zero Hora. Por este motivo poderia se tornar o mais eficiente? Se o leitor está aí sozinho, sem contar com nenhum apoio institucional (conselho de leitores, cartas), como estará o jornalista? Atender bem aos leitores depende do quê? Certamente, a burocracia do jornal não exerce controle agudo sobre a disposição do jornalista no atendimento ao público, tampouco seus atos de atendimento são monitorados de perto. As relações podem ser específicas. Quem vai garantir a ordem? O humor de um jornalista pode-se voltar contra o leitor ou contra a própria empresa, conforme demonstramos acima, no caso do editor que não simpatiza com o Conselho do Leitor.

Quem dá as cartas no atendimento ao leitor? A forma burocratizada por excelência (a editoria constituída para este fim específico) precisa prestar contas à administração. No pequeno relatório sobre as atividades da sessão, que nos é fornecido a título de prova documental pelo responsável pela Editoria de Atendimento ao Leitor, uma chave de conclusão do texto usada pelo autor nos chama a atenção: *“O ano (2004) se encerra com o lema nenhum leitor sem resposta sendo cumprido a risca”*.

O relatório fornece números acerca da atividade anual de atendimento - x telefonemas atendidos, x cartas publicadas. Não há desmando: o setor de atendimento precisa prestar contas. Sua criação remeteria justamente à necessidade de não deixar leitores desatendidos? Certamente terá sido uma fórmula de não deixar o leitor solto, a mercê das especificidades do atendimento de cada jornalista. É simultaneamente à existência desta estrutura burocrática, contudo, que cada jornalista é chamado a atender o público pela própria administração, já que foi ela quem decidiu publicar os telefones e endereços eletrônicos de todos os profissionais nas páginas do jornal.

O contato direto possivelmente pessoaliza o atendimento. Ou melhor dizendo, a redação possui territórios de autonomia. Não será porque o jornal “manda” que os editores e repórteres ficarão passivos. Irritar-se com o conselho (instrumento da administração) pode ser uma boa saída. Uma impressão que coletamos foi a de que haveria uma distância entre o conselho, centralmente conduzido pela direção de redação, e as editorias. Quando pedíamos para que se falasse do conselho, editores e repórteres reagiam, com alguma frequência,

dizendo não possuírem ingerência sobre este instrumento. Com certeza, o contexto beneficiava esta resposta: eu estava querendo saber sobre algo que era detido por outros sujeitos (a direção) que não aqueles (editores e repórteres). Era como se estivesse batendo à porta errada e me alertassem para que eu fosse buscar informações no lugar certo. Ficava então visível a distância.

Ao mesmo tempo, percebemos a importância que alguns destes jornalistas davam à experiência que tinham com conselhos próprios, vinculados às editorias onde trabalhavam. Foi o caso dos três repórteres que entrevistamos. Sempre disseram não conhecer o conselho (com exceção de um, que pedira para participar de uma reunião, justamente na tentativa de aproximar-se) e não sentiam-se, portanto, com propriedade para falar sobre ele. A desenvoltura na fala vinha quando o tema passava a ser a experiência com conselhos próximos (dos cadernos).

Observamos também que o mesmo acontecia em relação aos contatos diretos com leitores. Cada editoria tem seu processo de produção de vínculos com o público (e, no limite, cada jornalista), o que nos parece que se dá com base nas experiências próprias, ou mais próximas do seu próprio fazer, onde há um maior assenhoramento sobre a prática e esta prática não parece algo alheio, conduzido por mãos outras que não as do próprio sujeito. Evidentemente, entramos aqui no campo das disputas de poder no interior da redação.

Porque rivalizar com o chefe? Em um momento, por não se concordar com o teor de práticas profissionais específicas, o editor que se apresentou como inimigo quase declarado do Conselho do Leitor coloca em dúvida a prática de ouvir o público com a mediação deste mecanismo. Sua fala é provavelmente distorcida pela subjetividade (há um afeto exaltado nela), apontando que os conselheiros são suspeitíssimos enquanto leitores que mereceriam crédito. Ele chega a falar:

- Eu não sei qual o critérios (de seleção dos leitores), as perguntas que fazem, se fazem teste de *sanidade mental*⁶⁷.

É o rechaço mais completo ao Conselho do Leitor de que tivemos notícia por parte de um jornalista de Zero Hora. Se o conselho não é recurso deste profissional para se obter

⁶⁷ O uso desta expressão, creio, seria o sinal mais forte de que este jornalista relaciona-se mal com o Conselho do Leitor, tendo por base um afeto negativo.

um bem precioso nos anseios da profissão (o *feedback* do público), a preferência recai sobre o meio disponível, talvez o meio mais tradicional e desburocratizado de contato com o público na redação de ZH: o contato direto, antes só telefônico, atualmente dinamizado pelo e-mail. Uma afirmação forte do editor que mencionamos acima pode acabar se tornando uma chave:

- O leitor comum (não membro do conselho) bate direto no telefone e no e-mail.

O contexto imediato da entrevista revela que esta é uma frase pela qual o jornalista inutiliza a função do conselho (arrebanhar opiniões de leitores), como se dissesse: não preciso desses leitores que consegues (incompetentes que seriam na função de ajudar no trabalho editorial). Tenho os meus próprios leitores com que me orientar. E, de fato, é o que ele diz em sua entrevista.

- Este leitor (o do contato direto) acaba definindo para mim muito mais o que é o leitor do conselho, porque as pessoas são aleatórias e não estão cumprindo função obrigatória⁶⁸. Construo meu leitor muito mais por aí.

Ele explicita, no plano da abstração, este procedimento de construção do leitor. Diz que constrói um perfil de leitor médio que é um misto de diferentes perfis de leitores que ele fica conhecendo a partir de contatos diretos por e-mail e telefone.

É a posse, a demarcação de território. Muitos, se não todos, reivindicam seu espaço de interação com leitores. É claro que aqui não há obrigatoriedade de tensão entre um dispositivo e outro (conselho e contato direto). Há o caso de um editor, também colunista “vedete”, que vê no conselho o oposto do que disse ver esse editor belicoso que acabamos de citar. Para ele, o conselho é colaboração. Veja-se o que diz:

- Acho fantástico (o conselho). Eles (os leitores) são representantes fiéis, são parecidos com o que aparece de cartas. Tenho (com o conselho) a representação de todo o universo de leitores da editoria. Como colunista, recebo muita gente parecida com eles.

Em outro momento da entrevista, ele remete-se a uma reunião do conselho, transcorrida menos de um mês antes, da qual participara na condição de editor convidado. Lembra de um posicionamento específico, manifestado por um dos leitores do grupo, e diz

⁶⁸ Esta opinião, aqui isolada, na voz de um único jornalista, combina com o que Maia (2004) afirma ter percebido entre os jornalistas do Correio Braziliense, na relação com os conselhos de leitores deste jornal: o leitor-conselheiro deixa de ser considerado um leitor comum, porque empenhado em criticar o jornal. Diante disso, se distorceria uma representação desejada, como necessário *feedback*, de um leitor médio.

ter se surpreendido com o quanto tal posicionamento espelharia um leitor médio da sua editoria.

- É impressionante como isso chega no conselho. As manifestações são muito parecidas com as do leitor comum (...). Não temos (no conselho) nenhum semi-analfabeto que more na vila Pinto. Porque isso não representa nossos leitores. É leitor que escreve, que é participante, é um leitor especial. Junto com esse que participa há dezenas que pensam a mesma coisa. Com isso, a gente forma uma idéia sobre o leitor⁶⁹.

Há uma inversão de posições. Aqui, o conselho consegue ser o retrato de uma abstração que esse editor já tem formada sobre quem é seu leitor. E, apesar da oposição, se destaca na fala deste jornalista uma semelhança em favor dessa hipótese que estamos tentando construir: o conselho, para os diferentes jornalistas, assume significado a partir de uma base de experiência anterior, que surge em relação aos universos específicos de leitores de cada editoria. Esta experiência envolve conhecer leitores pelo modo direto (telefone/e-mail), que funcionava antes, e permanece funcionando, independente do dispositivo do conselho.

Será o contato direto o principal modo de interação com os leitores de que dispõem os jornalistas de ZH? Se as considerações feitas até agora não evidenciam esta predominância, cremos que ajudariam a levar a crer que os sujeitos constroem suas relações com leitores a partir, obrigatoriamente, de uma experiência própria, onde a existência do Conselho do Leitor tende a assumir um papel secundário. O conselho não é dos editores, muito menos dos repórteres, apesar de chegarem a eles (conforme explicitaremos depois) manifestações que afetam com maior ou menor intensidade seu desempenho cotidiano de tarefas na redação. Mesmo chegando tais manifestações, não são leitores que tais jornalistas poderiam considerar como seus, no sentido de que pode haver de uma instrumentalização - saber usar a interação, o *feedback*, em prol da melhora da produção jornalística.

Até onde será possível sustentar estas afirmações? Converso com o editor de uma sessão secundária na redação. Ele é receptivo ao conselho, o acolhe como uma boa decisão editorial, tomada pela administração. A editoria, contudo, não chega a se relacionar com o Conselho do Leitor de modo mais intenso, como acontece com outras editorias. Neste caso, seguindo nossa argumentação, aumenta a distância do profissional em relação ao conselho. Com este editor, tivemos exatamente esta impressão: a de alguém que observa de

⁶⁹ Na verdade, não há leitor comum entre os que se manifestam, independente da forma (conselho, contato direto, cartas). O provedor Joaquim Fidalgo, em sua entrevista, sustentou esta hipótese: todo leitor que se manifesta já é raro. Pergunta-se: o conselho não colocaria o leitor em um local até mais isento do que outros tipos de leitores que se manifestam, via de regra guiados pelos seus próprios interesses?

longe um objeto. Ele faz uma afirmação decisiva do ponto de vista disso que estamos querendo sugerir. Diz, e reitera, que é “mais produtivo” quando é possível participar da reunião do conselho, o que somente acontece mediante a convocação dos gestores deste instrumento. Questiono sobre a intensidade da sua participação. Responde que teria participado, ao todo, de “quatro ou cinco reuniões” durante os cinco anos que acumulava até então frente à editoria. A última reunião a que comparecera havia sido cerca de um ano antes. Pergunto porque seria mais produtivo participar das reuniões. Ele responde:

- É produtivo porque se vê faixas, segmentos da sociedade. Tu vê o que as pessoas sentem. Às vezes eles fazem críticas ou perguntas bobas, ingênuas, mas que mostram que não sabemos as expectativas dessas pessoas. Algumas situações para o jornalista podem ficar repetitivas, mas o conselho mostra coisas que são importantes. Para o leitor e para ti. A gente brinca: o jornalista não se vende como produto, não cuida da sua imagem, mais sacia a sua própria vontade. O Conselho do Leitor vem para quebrar essa idéia.

Aqui, o que nos interessa salientar: não são os benefícios extraídos da participação, que ele cita, mas o fato de que, para este editor, para colher tais benefícios, é preciso estar presente às reuniões. Sua fala sugere uma apropriação ocular (“se vê faixas, segmentos da sociedade”, “tu vê o que as pessoas sentem”) daquilo que o conselho teria condições de ofertar, pela sua estruturação, ou proposta: os estratos, os sentimentos e gostos, uma espécie, portanto, de “leitor vivo” capturado na sua própria animação, como uma fera viva exposta para observação. Ou então uma espécie de ave rara, no sentido de que a visão produzida pelo conselho costuma não ser acessível ao jornalista, via de regra enfiado nas redações. Aqui, no conselho (lugar onde o leitor vai até o jornal) o profissional consegue ver com seus próprios olhos, sem sair da redação.

Outro editor, então, já havia feito colocação semelhante, a de que o conselho é melhor aproveitado - fala isso da sua condição de editor - quando torna-se possível participar das reuniões. Veja-se, neste sentido, o seguinte trecho da sua fala:

- O interessante do conselho é que tu pode discutir com as pessoas. Essa é a diferença. Mas não que eu vá levar mais em consideração (o que o leitor sugeriu ou criticou, apenas por se tratar de um conselheiro e, portanto, um não-leitor comum).

Ou este trecho ainda:

- Quando tu tá na reunião, o contato pessoal é importante. Tende a ser mais rico, (saber) o que se esconde atrás de cada observação. Fora isso, acaba sendo como receber um contato por e-mail ou telefone.

Aqui, há uma diferença importante. O editor como que menospreza a importância do conselho, a reduzindo justamente ao ponto que estamos procurando salientar - o da participação nas reuniões. Aí, evoca-se, também diferente do outro editor, a possibilidade do diálogo (discutir com o leitor) e da observação atenta (descobrir o que se esconde por trás de cada observação). Isso é importante. E nada mais. Neste ponto, chegaríamos a dizer: é como se houvesse um clamor para ir às reuniões. Sem estar presente, o instrumento torna-se quase inútil (este editor parece estar dizendo precisamente isso).

Observando-se um editor e outro, se vê duas modalidades de distância. Porém, distâncias que percebem - talvez mesmo sem darem-se conta disso - da importância de estarem mais próximas. O primeiro editor acaba sendo a prova de que os editores de ZH não contam com o recurso do conselho para formar a base da sua idéia de leitor. Seria impossível. E qual a base, no seu caso? O contato direto. Diz ele:

- Converso com 20 leitores por dia.

Diz que também faz observações diretas, do comportamento de pessoas comuns olhadas enquanto consumidores da mídia, incluindo observações em seu próprio âmbito doméstico.

- Isso faz um perfil do leitor. O conselho é um (recurso) a mais, que pode ser cada vez mais importante.

Conversar com leitores todos os dias, contudo, é a principal atividade que este editor diz desempenhar em função da necessidade de conhecer leitores. Fica então cada vez mais claro que as editorias precisam *apropriar-se*, no sentido de tornar próprio, *seu*. Menos vale o recurso alheio, de outrem. Dentro disso, vale a difusão do *eu*. Como disse um dos editores que citamos acima, atender bem aos leitores parte do seu próprio compromisso ético profissional, independente de ordens superiores.

O eu, na verdade, habita todas as instâncias. As pessoas estão nos processos e esse estar as condiciona. O eu, poderia-se dizer também, é intransigente. Onde é negado, recua; ou abala-se em seu afeto (torna-se agressivo). As editorias de Zero Hora encarnam *personas* coletivas, que, parece, não se vêem no conselho. Desse modo, e esta é uma

hipótese que estamos formulando, não o negariam, não totalmente, mas a ele adeririam com nem tanta energia. Prefeririam ater-se àquilo que é resultado de um trabalho que possui a marca de suas próprias mãos. O instituto do contato direto será o mais valorizado, entre os vários outros que o jornal possui? Entre os jornalistas que entrevistamos, parece que sim.

5. 2 Funcionamento do Conselho do Leitor

Como funciona o Conselho do Leitor? Esta é uma pergunta básica para o entendimento do objeto, que procuraremos a partir de agora responder. Um tal funcionamento pode ser visto de uma maneira simples. O jornal escolhe um grupo de pessoas (de oito a dez leitores), que passa a participar das reuniões periódicas com o objetivo de avaliar o jornal. Estas reuniões são mediadas pelos ocupantes dos mais altos cargos da hierarquia redacional (diretor de redação e editores-chefe). O conteúdo das avaliações chega até a redação e manifesta-se nas páginas do jornal, contudo sem vínculo de obrigatoriedade. Além disso, é publicada uma coluna, no primeiro domingo logo após as reuniões, dando conta aos leitores de ZH dos assuntos que foram tratados nos encontros⁷⁰.

Esta seria uma descrição simples do mecanismo no seu conjunto. Cremos que não há razões para desconfiar dela. Ela pode ser apreendida facilmente por quem olha rapidamente para o Conselho do Leitor e faz perguntas rápidas sobre seu funcionamento. Poderia-se dizer então que, quando não há detenção do olhar, é isso o que se forma. Depreendemos esta forma assim que entramos na redação de Zero Hora, para uma primeira entrevista, com um dos diretores. Antes, sabíamos do mecanismo apenas pelo jornal, de vê-lo através da coluna, de onde se retirava a noção básica de que ZH reunia periodicamente um grupo de leitores de modo a obter destas pessoas uma avaliação sobre a qualidade do jornal.

⁷⁰ Inicialmente, as reuniões eram quinzenais, tornando-se, a partir de 2004, mensais. A periodicidade de publicação das colunas, em função disso, também se alterou. As colunas chegaram a ser semanais, tornando-se, por fim, mensais, até serem suprimidas por completo, como se verá adiante. Também alterou-se gradativamente o período de renovação do grupo de conselheiros. Inicialmente, trimestral, passando a semestral e, depois, anual.

No mesmo dia desta entrevista, participei, pela primeira vez na vida, de uma reunião de um conselho de leitores. A reunião em si é um acontecimento que poderia ser dotado de autonomia, com vida própria. Aquele dia, saí da redação de ZH com uma hipótese já formulada e que provavelmente passou a projetar-se sobre o objeto, na forma como passei a olhá-lo. Tal hipótese foi a de que se produz um desencontro fundamental entre as pretensões dos dois lados que neste espaço interagem - leitores e jornalistas. Os quereres são distintos e produz-se então um vácuo de acordo, que passaria então a chamar pela necessidade de uma superação. Esta hipótese ainda não me abandonou. Pelo contrário, foi se reforçando à medida que avançávamos na observação. O processo de descrição do objeto, com um mais alto teor de formalização, como faremos daqui em diante, nos ajudará a desenvolvê-la melhor, com uma maior quantidade de especificações.

Como dissemos, não há porque duvidar daquela descrição simples do objeto que oferecemos logo acima. Há efetivamente um mecanismo que é posto em funcionamento. Contudo, aproximar o olhar e jogá-lo demoradamente sobre tal objeto consegue revelá-lo para além de uma simples aparência. O conselho aparecia para todos através da coluna “Conselho do Leitor”, possuindo a partir disso diferentes significados e garantindo existência pública. Certamente, Zero Hora buscou tornar claro, explicar o que significa o conselho para o conjunto de seus leitores, fazendo isso em oportunidades que surgem ou são criadas. Melhor exemplo não haveria que o da primeira matéria que informou aos leitores sobre a existência deste mecanismo, publicada em 29 de agosto de 1999. Veja-se abaixo a íntegra deste texto.

IMPrensa

Zero Hora cria conselho de leitores

Grupo reúne-se quinzenalmente com a Redação para opinar sobre o jornal

Zero Hora abriu mais um espaço para o leitor. A cada duas semanas, um grupo de seis leitores encontra-se com a direção de Redação, editores e executivos do jornal para fazer críticas e sugestões sobre ZH. O objetivo é ter o leitor discutindo em profundidade o

conteúdo do jornal e colher contribuições que ajudem a fazer uma Zero Hora ainda mais afinada com os interesses do público.

Os representantes dos leitores foram escolhidos seguindo-se critérios relacionados ao perfil do público de ZH, com idades e profissões diferenciadas. Os participantes também são especialmente interessados no jornal, conforme atestam suas contribuições às seções de cartas e telefonemas assíduos à Redação. A participação é voluntária e não-remunerada. Os mandatos são de três meses, renováveis por no máximo mais três meses, a fim de possibilitar um sistema de rodízio entre os leitores.

Qualquer assunto pode ser pauta da reunião do conselho, que ocorre sempre nas noites de quarta-feira, com a duração de uma hora. Os temas são sugeridos tanto pela Redação quanto pelos participantes, e a crítica é absolutamente livre. Na última reunião, por exemplo, discutiu-se desde a cobertura de assuntos importantes da semana, como a Expointer e a Marcha dos 100 Mil, até um detalhe gráfico, como o tamanho da letra da coluna de Luis Fernando Verissimo.

Mas este não é um encontro secreto. Os demais leitores de Zero Hora saberão semanalmente o que se passa entre as quatro paredes do Conselho do Leitor. A cada domingo, na página 3, assuntos discutidos nas reuniões de quarta-feira serão publicados e eventualmente comentados ou explicados por editores de ZH.

Experiência inédita entre os jornais brasileiros, conselhos de leitores são comuns entre publicações européias e norte-americanas. A inovação no campo da interatividade com o público não constitui uma novidade em ZH. No Congresso Mundial de Jornais de Amsterdã, em 1997, ZH foi apontada como referência internacional no atendimento a seus leitores. A nova iniciativa de reunir os leitores para esquadrihar o jornal é mais uma ação com o sentido de refletir os anseios e as expectativas do público a cada edição de ZH.

Os primeiros dois parágrafos já fornecem quase toda aquela estrutura básica que enunciamos logo acima: um grupo reúne-se com editores periodicamente para avaliar o jornal tendo em vista contribuir no seu processo produtivo. Mais adiante, a estrutura básica que fornecemos completa-se, quando o texto diz que “os assuntos discutidos serão publicados” “a cada domingo, na página 3”. Toda a estrutura básica do conselho, portanto,

desenrola-se, através desta matéria, diante dos olhos do público. Talvez não devesse haver dúvidas, também, de que esta mesma estrutura é assim compreendida pelos principais sujeitos do processo que a instituição do Conselho do Leitor envolve - jornalistas de ZH, de um modo geral, e os leitores-conselheiros.

Podemos re-enunciar a tal base, de que falamos: um grupo de leitores reúne-se periodicamente com jornalistas de ZH a fim de emitirem opiniões tendo em vista o melhoramento do produto; é publicada também uma coluna contendo os temas discutidos. Esta fórmula básica envolveria, portanto, os seguintes elementos: 1) a constituição de grupos de leitores; 2) o desenvolvimento de um processo de audição; 3) a aplicação das contribuições dadas pelos leitores; 4) a publicação da coluna. Acreditamos, desse modo, que uma descrição mais detalhada do objeto granjeará segurança ao partir desta base consolidada de conhecimento (da qual ninguém duvida). É tal descrição que passamos a fazer a seguir⁷¹.

5.2.1 Constituição dos grupos de leitores

A existência de grupos de leitores é decorrente de uma iniciativa de Zero Hora. O que caracterizaria estes grupos? Que são organizados por ZH a fim de cumprirem objetivos traçados por este mesmo sujeito, ou seja, o próprio jornal. Tais grupos não existem sem Zero Hora. O que observamos, contudo, a partir da observação de um grupo específico, o grupo A, foi um *movimento de autonomização*, que, neste caso, provavelmente por contingências específicas, não conseguiu desenvolver-se sem uma contrapartida de resistência por parte do jornal.

O tamanho dos grupos é irregular (entre oito e dez membros). No primeiro grupo, contudo, temos o registro da atuação de apenas seis conselheiros. Na verdade, todos os elementos que ajudam a fazer a descrição acerca do tópico “constituição dos grupos de leitores” variaram ao longo do tempo, desde o número de integrantes até os critérios e os modos de seleção. Estas variações ajudam a determinar o quanto a existência do grupo, e

⁷¹ A intenção que eu possuía de descrever o funcionamento da coluna, em uma sessão específica, infelizmente não pôde se realizar devido a pressões de tempo. Tal aspecto, contudo, é retomado no final deste capítulo, devido à sua grande importância.

suas razões de existir, referem-se aos propósitos do jornal. Confere ao conselho um caráter de ferramenta de uso, de *instrumento*.

O modo de constituição dos grupos, e portanto, a própria constituição dos grupos, mudou três vezes, conforme o relato que nos foi fornecido por um dos diretores. Houve um modo inaugural, abandonado ao fim da sua primeira tentativa de aplicação. Depois, um modo que se estendeu por quatro anos, até que entrasse em crise. E, por fim, um modo substitutivo que procurou sanar a crise que se instalara.

O primeiro modo já foi referido, em alguns de seus aspectos, pouco acima. Consistiu, diante do problema de como formar um grupo de conselheiros, em buscar componentes entre os leitores que escreviam cartas para o jornal e, dentro desses, os que escreviam mais assiduamente. Interpretamos logo acima, que, desta forma, o Conselho do Leitor teria recolhido, para ser forjado, a referência do instrumento de contato com os leitores mais antigo em Zero Hora, qual seja, a sessão de cartas (o mais antigo pelo menos entre os modos formalizados, e que, por esta formalização, ganharam algum tipo de autonomia). As cartas seriam então uma espécie de instituição credora a quem o conselho deveria parte de sua origem.

O diretor, em uma fala de sua entrevista, explica o porquê desta solução inicial, a de buscar leitores-conselheiros junto aos leitores-missivistas que o jornal já possuía. Segundo ele, acreditava-se que os leitores que mais escreviam seriam também “os que tinham muita opinião para dar”, tendo em vista a necessidade de buscar, para compor o conselho, leitores “elaboradores”, ou seja, que pensassem criticamente sobre o jornal e enunciassem esta crítica. Como nos disse um outro diretor, em entrevista, sobre o método de seleção de conselheiros: “Queremos pessoas críticas, que tenham opiniões, que sejam palpiteiras”.

Buscando identificar “palpiteiros”, portanto, o primeiro modo de constituição do Conselho do Leitor teria os encontrado entre os colaboradores mais assíduos da sessão de cartas. Mas houve um problema, algo com que não se contava: seriam estes leitores por demais auto-centrados. Segundo o diretor, perfazeriam desse modo um perfil indesejado. Sua capacidade elaborativa expressa na produção destacada de cartas (em termos quantitativos) poderia estar relacionada com a maior disponibilidade de tempo (ócio, portanto) para esta elaboração. O diretor como que sugere esta possibilidade. Lança ainda outras hipóteses. Diz que estes leitores também manifestavam em demasia o desejo de ver

seus próprios textos publicados no jornal, o que seria igualmente uma atitude aquém das expectativas do jornal. Afinal, não se tratava de os leitores publicarem seus próprios textos, mas sim de colaborarem com a manifestação de críticas. É como se esses leitores fossem movidos por um desejo de aparecer, que já lhes seria um motor desde antes, no caso do endereçamento freqüente de cartas ao jornal. Outra hipótese do diretor é a de que tratava-se de um grupo de “conselheiros de uma nota só”, no sentido de que, ao levantarem opiniões sobre o jornal, prendiam-se a um tema ou reivindicação específica, não abrindo o leque de uma análise crítica mais ampla que o jornal esperava dos participantes do grupo.

Com esse pequeno conjunto de explicações, o diretor justifica a conclusão de que constituir o primeiro grupo do Conselho do Leitor, a partir de leitores que freqüentavam habitualmente a sessão de cartas, havia sido, como ele mesmo disse, um “erro”. Sua avaliação, assim, é a de que esses leitores, por serem quem eram, acabaram frustrando uma certa expectativa de qualidade. Não tivemos como aprofundar se foi exatamente assim que as coisas se deram. Poderíamos, por exemplo, cotejar a fala deste diretor com as dos outros dois diretores. De qualquer modo, nos parece ser segura a informação de que, findo o período do primeiro grupo de conselheiros, partiu-se, com base numa frustração de expectativa, para a adoção de um novo modo de constituição do Conselho do Leitor. Este novo modo vigorou do início de 2000 até o primeiro semestre de 2005, quando terminou o período de vigência do último grupo escolhido sob tal modelo.

O que mudou basicamente foi a forma de acionar os leitores interessados em participar no conselho. Passou-se a um processo de convocação de candidatos a conselheiros, que usava como recurso as páginas do próprio jornal, através de uma nota comunicando os leitores em geral que ZH estaria selecionando conselheiros e solicitando, dos interessados, o envio de currículos. Além das informações prestadas nos currículos, entrevistas realizadas por telefone auxiliam na escolha.

Desde o funcionamento do primeiro modo de instituição do conselho, conforme o diretor, havia a preocupação em escolher leitores de variado perfil político-ideológico. Com a implantação do segundo modo, os critérios para a escolha sofisticaram-se. Em entrevista, um outro diretor nos fala da existência de critérios segundo sexo, idade, classe social e profissão. Conforme este diretor, a seleção procura reproduzir, da maneira mais fiel possível, o universo amplo dos leitores de ZH. Ele afirma que este espelhamento do

conjunto dos leitores dentro do conselho toma por base dados empíricos coletados por pesquisas estatísticas que buscam desenhar o perfil do leitor de Zero Hora. A existência destas pesquisas, realizadas por empresas especializadas, contratadas pela empresa jornalística, não reflete apenas uma demanda da redação, mas, antes, demandas provenientes do setor comercial, especialmente vinculadas à comercialização de anúncios.

Vale dizer que, ao seguirmos a pista relativa à existência de tais pesquisas, acabamos realizando uma entrevista com a pessoa que ocupa uma função gerencial importante, situada no interior da hierarquia de cargos do departamento comercial de Zero Hora. Este entrevistado explicitou-nos que as pesquisas estatísticas que procuram definir o perfil do leitor do jornal, de cunho eminentemente quantitativo, são contratadas junto a empresas especializadas com o fim último de gerar dados de teor científico que auxiliem no processo de comercialização de anúncios. Servem como recurso na argumentação de venda, explicitando a composição do público do jornal de modo a que o anunciante possa orientar-se (por exemplo, ver a localização do seu público-alvo entre os leitores do jornal) e convencer-e pela compra de determinado espaço publicitário. Tal utilização, conforme o entrevistado, faz parte de algo que ele designou pelo termo “venda técnica de mídia”.

Na fala deste entrevistado foi possível entrever noções acerca de uma progressão que estaria em curso no mercado publicitário de Porto Alegre, já que fez-se referência ao fato de que o uso de instrumentos como as mencionadas pesquisas quantitativas tornou-se uma prática imprescindível, uma espécie de obrigação da parte do vendedor do anúncio, no caso, ZH, que desse modo “qualifica” seus argumentos no processo de negociação com os anunciantes, via de regra intermediado por agências de publicidade. De acordo com o entrevistado, esta apresentação de dados de teor científico tornou-se uma exigência das agências publicitárias, o que ajudou a “profissionalizar” o mercado local, a exemplo do que ocorreria em mercados mais centrais, como o de São Paulo. Desta forma, estas pesquisas estatísticas não deixam de ser mais um modo pelo qual o jornal busca conhecer seu público e que auxilia na composição do Conselho do Leitor, a exemplo do instituto das cartas que, por seu funcionamento ao longo de numerosos anos, ajudou na formação de um catálogo de leitores (o que também é uma forma de sistematização de dados sobre o público).

No tópico anterior, arrolamos, ao lado das cartas, outros recursos de interação do jornal com seus leitores. Uma diferença fundamental destes mecanismos em relação às

pesquisas quantitativas refere-se ao fato de que estas últimas compreendem um mecanismo unilateral de contato: são apenas os leitores que se dão a conhecer, sobre eles o jornal forma uma opinião; o contrário não acontece, os leitores não recolhem impressão alguma do jornal. Aliás, é significativo o fato de que não é nem mesmo o jornal que operacionaliza a pesquisa, apesar de promovê-la, mas sim os institutos de pesquisas contratados.

Um dos diretores nos informa que a intenção deste segundo modo de instituição dos grupos de conselheiros sempre foi a de reproduzir o conjunto dos leitores de Zero Hora em sua diversidade. Este diretor também enumera alguns padrões de perfil de leitor pelos quais o jornal se orientaria. São padrões, ao que tudo indica, e especialmente pela maneira de nominá-los, formados a partir de uma cultura da redação. Alguns exemplos de padrões de leitores, sempre conforme a fala deste diretor: o leitor perfil “mulherzinha”, constituído pelo público feminino, atento para temas como casa, filhos etc; o perfil “cabeção”, um leitor politizado e intelectual que lê, por exemplo, o suplemento cultural; o perfil “jovem fã”, constituído por um público jovem, formado por estudantes, e que possui interesses específicos como viagens e entretenimento.

Outro aspecto presente na seleção dos leitores é a tentativa de ter representados no conselho leitores do interior do Estado, considerando que o jornal, conforme este diretor, possui nesta região geográfica em torno de metade do seu público total. Esta representação, contudo, não consegue ser perfeita e, ao que parece, esbarra em restrições orçamentárias. Um dos conselhos cujas reuniões observei, o grupo A, formado de acordo com as regras do modo de constituição que estamos detalhando, entre nove leitores, possuía apenas dois provenientes de cidades do interior. O diretor refere que arranjar uma representação perfeita (com metade dos leitores, portanto, provenientes do interior) implicaria custos não passíveis de cobertura pela empresa, já que as despesas com transporte e estadia dos leitores do interior são bancadas pelo jornal.

Outro elemento fixo da constituição do grupo é a inclusão de um estudante de jornalismo entre os conselheiros, regra que já vigorava desde a constituição do primeiro grupo, em 1999. Um dos diretores, inquirido a respeito, afirma ter sido ele mesmo o autor desta idéia de criar uma espécie de cadeira cativa no Conselho do Leitor, reservada para estudantes, que aqui surgem até menos na condição de leitores e mais na de uma espécie de

“analistas amadores” da mídia (o termo é nosso). Tanto é que a presença contínua destes estudantes é assim justificada pelo diretor mencionado:

- Não há ambiente mais crítico a Zero Hora que as faculdades. Como queremos leitores críticos e jovens, pegamos estudantes.

Haveria, então, como que a busca de uma interface constante com o mundo acadêmico, pela sua capacidade de crítica, justamente a crítica, uma das principais buscas do jornal ao constituir o mecanismo do conselho. Porém, uma interface algo incompleta, já que, ao trazer estudantes, traz para o grupo não os críticos da mídia de matiz acadêmica, mas apenas aprendizes deste tipo de crítico.

Em maio de 2005 é empossado um novo grupo de leitores, onde as regras de constituição respondem, mais uma vez, a novos princípios. Deixou-se o processo de busca de candidatos através de chamadas no jornal. O novo procedimento envolve arrebatar conselheiros a partir de contatos que o jornal já tem estabelecidos com leitores. Para a constituição do referido grupo, conforme explicação de um dos diretores, foram solicitadas indicações, às diferentes editorias que constituem a redação de ZH, de leitores que se encaixariam no cargo de conselheiro. Mas, afinal, o que teria provocado esta mudança? Infelizmente, não posso afirmar ter segurança quanto à clareza dos dados que consegui obter na tentativa de responder a esta pergunta. De qualquer modo, vou explicitá-los aqui.

De um modo geral, a partir da minha posição de observador, torna-se possível afirmar que os gestores do Conselho do Leitor acumularam uma frustração quanto à qualidade da colaboração deste instrumento. Dessa forma, a mudança no modo de instituição do conselho responde a esta circunstância. Quanto a isso, não parece haver razões para alimentar dúvidas. Lembro-me do quanto me surpreendeu uma das primeiras conversas que tive com um dos diretores. Manifestou ele, já então, a mencionada frustração. Uma frase sua ficou-me bem gravada na memória, bem mais que outras: quando ele afirmou que o Conselho do Leitor tendia a não dar mais bons resultados, “não com esta metodologia”. Referia-se então à metodologia que encontrava-se em vigor, através do funcionamento do grupo constituído no início de 2004 e desfeito em 30 de março de 2005. Evidenciou-se, assim, mesmo que preliminarmente, que haveria uma crise no funcionamento do mecanismo. Estávamos em novembro de 2004. Os acontecimentos posteriores ajudaram a confirmar esta primeira indicação. Efetivamente, ao ser instalado

um novo grupo, em maio de 2005, a mudança de metodologia apregoada pelo diretor de redação acaba acontecendo.

A data de instalação do novo grupo (4 de maio de 2005) antecedeu em apenas uma semana a data em que realizei minha principal entrevista com este diretor. Lembro-e do quanto esta mudança metodológica tornou-se uma espécie de tema preferencial, tanto em nossas conversas, como na entrevista. Recordo-me da sua expectativa em saber como eu avaliaria a qualidade do novo grupo, estreante em 4 de maio. Ele próprio, sem que eu pedisse, emite a sua própria opinião a respeito desta qualidade, dizendo que ficara satisfeito com a intervenção dos novos conselheiros.

Parece que não ha como duvidar, de fato, que tratava-se de uma frustração com a qualidade. Nas entrevistas que realizamos na redação, este mesmo ponto - de uma alegada baixa qualidade de intervenção por parte dos leitores-conselheiros - surge na conversa com dois editores, sem que o provocássemos. Em comum, eles dizem que o último conselho, empossado em maio de 2005, a partir de uma nova metodologia, seria o melhor de todos os grupos que já haviam atuado, justamente em função do processo de seleção. Afirma um dos editores:

- Nesses seis anos melhorou a seleção. A atual é a melhor equipe que já se teve. Os primeiros foram mais fracos.

O outro editor fala diretamente que tratou-se de um processo de aprendizagem por parte do jornal.

- Agora são pessoas mais selecionadas. O conselho está mais seletivo (...). A gente brincava que as pessoas vinham comer bolacha e ter com quem conversar. Foi um aprendizado.

Algo me chama a atenção na fala deste segundo editor. O ponto que me intriga: é como se toda experiência anterior com o conselho estivesse sendo negada e só então, depois de seis anos, se estaria chegando a uma formulação mais adequada para o funcionamento do mecanismo. De qualquer modo, estas duas falas ajudam-nos a acreditar que o jornal enfrentava problemas com o conselho em um ponto relacionado a seu modo de constituição. Mesmo na fala do presidente Jayme Sirtosky encontramos uma manifestação desta situação, quando ele menciona, algo lateralmente, em relação ao foco da conversa que vínhamos tendo, que ouvira comentários de que o conselho não vinha obtendo os melhores

resultados em função do que seria uma baixa disposição dos conselheiros para a elaboração crítica.

Desde nossas conversas iniciais, procuro saber de um dos diretores acerca dos motivos da insuficiência percebida no Conselho do Leitor. Ele fala então do que seria um fenômeno de repetição das falas dos conselheiros: com o passar dos diferentes grupos, as falas dos leitores teriam se tornado recorrentes, sem representar alguma novidade que pudesse acionar mudanças significativas. Ele menciona um exemplo: grupo após grupo, aparece a queixa dos leitores de que a editoria de Interior recebe pouco espaço nas páginas do jornal. Apesar da pertinência da observação, ela não possuiria o poder de produzir algum efeito prático sobre tendo em vista que o problema já encontrava-se detectado pela redação (sem, contudo, poder ser imediatamente resolvido devido à sua complexidade, concernente a aspectos organizacionais).

Mais tarde, quando entrevistamos este diretor, o mesmo motivo, o da repetição, é evocado para justificar a queda da confiança na qualidade do Conselho do Leitor. Ele fala também de uma impossibilidade de usar as sugestões porque elas não tinham nenhum “objetivo prático”. Nesta mesma entrevista, o diretor evoca um outro tipo de justificativa para a desilusão com o mecanismo. Fala do que seria um comportamento padrão percebido entre os conselheiros e que frustraria expectativas de qualidade:

- Em dado momento se percebeu que vir no conselho era um programa para conhecer outras pessoas.

Pergunto se esse seria um comportamento generalizado. Ele reconhece que era o de alguns poucos. Prossegue:

- Quem se candidatava era quem tinha mais tempo, como aposentados, ou quem queria saber como funcionava o jornal. Depois de duas ou três reuniões, já sabia como funcionava e não vinha mais. Chegava no final com duas ou três pessoas, dizendo as mesmas coisas. Porém, eram os melhores.

A fala, de algum modo, coincide com aquela que mencionamos acima, emitida por um dos editores entrevistados, dizendo que surgira na redação o comentário, em tom de brincadeira, de que os conselheiros participavam do grupo para “comer bolacha e ter com quem conversar”. As duas falas, cremos, denunciam uma percepção pela qual os conselheiros se desviariam da atividade proposta – analisar e criticar o jornal - preferindo tomar uma espécie de caminho lúdico (comer, conversar descompromissadamente). É o registro, então, de uma decepção com os conselheiros. A atividade prevista, de comparecer periodicamente às reuniões os atrairia, mas por motivos outros.

Será uma brincadeira ou uma maledicência a referência à suposta preferência dos conselheiros em relação a “comer bolachas”? Sabe-se que as fronteiras entre brincar e mal-dizer são tênues. Outro editor também toca neste ponto, porém de um modo diferente. Veja-se:

- Eles (os conselheiros) são bem tratados e não estão aqui porque dão cafezinho e bolachinha para eles, como alguns dizem.

A frase acaba acusando a existência de uma maledicência da qual este editor se exime de praticar. O que terá havido? Porque os conselheiros terão virado alvo de chacota, mesmo que não generalizadas?

De qualquer modo, esta é apenas uma das muitas possíveis dimensões do problema. Um problema que, se formos generalizar, poderíamos chamar de depreciação do Conselho do Leitor, e que não é absoluto. Existem também falas abonadoras do mecanismo, proferidas inclusive pelo diretor que manifestara suas frustrações em relação aos resultados obtidos com o mecanismo. Contudo, a afirmação direta, e já de partida, numa de nossas primeiras conversações, como que me produziu uma espécie de choque, provavelmente porque eu esperava – é o que se torna possível supor – duas atitudes diferentes por parte do jornal, expectativas estas não desprendidas de minha subjetividade/singularidade. Primeiro, que o jornal não detratasse o mecanismo que, visto de longe, me parecia democrático. Segundo, que o jornal não detratasse uma instituição que precisa ser mantida e sustentada como válida perante um pesquisador. Será que Zero Hora encontrava-se então com um órgão falido nas mãos - o Conselho do Leitor?

O certo, a par disso tudo, é que havia uma insatisfação com o instrumento, e que essa insatisfação se relacionava com a qualidade de intervenção dos conselheiros. O novo modo de instituição do conselho sem dúvida procurou reparar isso. Este diretor, durante sua entrevista, menciona ainda uma outra motivação para a mudança no modo de constituição do conselho, que nos parece ser paralela, e menos importante. Afirma que o processo de seleção via candidaturas se tornara por demais trabalhoso (o serviço era executado por um dos diretores). Diz ele:

- A gente não queria terceirizar a escolha. Teria que ser alguém (o responsável pela seleção) que participasse das reuniões. E finalmente chegamos à nova formulação.

Pergunto se a necessidade de economizar mão-de-obra influenciou na adoção do novo método de recrutamento. Sua resposta parece ser conclusiva.

- Foi decisivo na escolha ter pessoas que tinham algo a dizer.

Consagra-se então a idéia de que haveria uma frustração com a qualidade da intervenção dos conselheiros. Isso fica ainda mais visível quando se considera o perfil do grupo instituído segundo o novo modo: são oito pessoas, incluindo dois doutores (um em Economia, outro em Educação), um juiz de direito, um empresário, uma psicóloga, uma médica veterinária, uma dona-de-casa (estudante de pedagogia) e uma estudante de jornalismo, que ocupa então o lugar cativo no conselho proveniente das fórmulas anteriores.

O conselho anterior incluía dois professores universitários (das áreas de Agronomia e Filosofia), uma psicóloga, uma técnica em nutrição, um médico, um condutor de ambulância, uma relações públicas, um gerente de banco e um estudante de jornalismo. A diferença, talvez, à primeira vista, não seja tão grande. Mas ocorrem alterações qualitativas importantes de um conselho a outro. Pelo menos quatro personagens do novo conselho possuiriam um estatuto diferentes do simples leitor, o que se vincula ao modo pelo qual estes conselheiros foram recrutados (o que permite entender, por sua vez, a diferença introduzida pela mudança metodológica vista como necessária e expressada por um dos diretores desde nossas primeiras conversas).

Estes conselheiros são indicados pelas diferentes editorias do jornal e são vistos, a priori, como autoridades, mais do que pessoas que aleatoriamente atendiam a um chamado do jornal para ocupar o cargo de conselheiro. Pode-se dizer que são agora pessoas escolhidas a dedo, diminuindo assim o risco de, como no processo anterior de seleção, selecionar pessoas menos adequadas à função, talvez eliminando as probabilidades de conselheiros apáticos que, na versão maledicente, eram reduzidos apenas a sujeitos interessados em usufruir de pequenos benefícios proporcionados pelo exercício da função - a possibilidade de encontros, como se as reuniões fossem clubes sociais, e regalias de caráter gastronômico (as bolachinhas com café).

Os novos conselheiros, e novos porque pertencentes a um novo estatuto, estariam agora numa posição mais desinteressada porque, no lugar de serem candidatos (alguém que quer ocupar o posto), são convidados e, portanto, pressupõe-se que descarregados de intenção.

Além disso, e esse talvez seja o ponto mais importante, aproximam-se do perfil da sumidade, daquele que deve ser ouvido (o fundamental, disse o diretor de redação, é que tivessem “algo para dizer”). Tanto é que seu perfil inclui o fato de, pelo menos naqueles quatro casos que citamos, serem também fontes de editorias pelas quais foram indicados. Os dois professores universitários, além de ostentarem titulações acadêmicas máximas (doutores, o que não era o caso dos também professores univesitários do conselho anterior), são fontes de informação para o jornal. O doutor em Economia, durante o procedimento de auto-apresentação dos integrantes do grupo em sua reunião inaugural, fala que desenvolve um tipo específico de pesquisa, com extração anual de resultados, que são, com esta mesma periodicidade, divulgados por ZH. Trata-se, portanto, de uma fonte habitual e colaboradora do jornal. Interessante notar que esse conselheiro, durante sua auto-apresentação, manifesta não saber com certeza porque havia sido convidado para o conselho. Porém, suspeitava que o motivo estivesse relacionado com a colaboração que mantinha com o jornal.

- Imagino que seja em função disso - afirmou.

O doutor em Educação, por sua vez, ao apresentar-se, na mesma reunião, fala que vinha atuando como consultor de uma campanha que encontrava-se então sendo desenvolvida pela RBS, a campanha “Educar é Tudo”, que veiculava nos veículos da rede mensagens sobre a importância da educação de qualidade na infância. Já a médica veterinária, que disse possuir uma clínica de animais em um bairro classe A de Porto Alegre, o que pode ser um dado significativo, declarou ser uma fonte habitual do suplemento dominical feminino do jornal (o caderno *Donna*).

Há ainda o juiz de direito, cujo caminho da formulação do convite não conseguimos apurar. Contudo, a manifestação de um editor nos deu a senha de como ele poderia passar a ser visto por membros da redação que, de algum modo, se apercebiam afetados pelo funcionamento do conselho. Trata-se de um editor da área policial que, em sua entrevista, manifestou achar útil, do ponto de vista editorial, a presença do juiz no conselho. Coincidentemente, na reunião inaugural do grupo, uma questão editorial levantada pelo mediador permitiu ao juiz emitir uma opinião técnica que foi prontamente aceita como colaboração. Tratava-se de divulgar ou não o nome do acusado de um crime que, àquela altura, encontrava-se na etapa da investigação policial correspondente à do indiciamento do acusado - e este era o *lead* da notícia, o de que o acusado pelo crime estava sendo indicado

pela polícia. Ao que o juiz sugeriu que o jornal explicasse com didatismo o significado do ato jurídico do indiciamento. Ao entrevistar o referido editor da área policial, ele justamente comenta este fato como que saudando a chegada do novo conselheiro, em suas credenciais técnicas, e também agradecendo por esta primeira colaboração:

- Tem um juiz agora dando idéias interessantes. Vamos colocar o que é indiciamento.

Creio que as exemplificações sejam suficientes para demonstrar aquilo que já estava mesmo afirmado por um dos diretores: buscou-se alguém que tivesse “o que dizer”. Será que agora o jornal estaria atingindo um nível de qualidade para o conselho como fora preconizado por um dos editores que entrevistamos na redação? Este editor nos falara, diretamente, que não considerava o Conselho do Leitor uma boa iniciativa. Para fazer esta afirmação, alegava a falta de qualidade da opinião emitida pelos conselheiros. Coincidentemente, ou não, este editor também afirma que o mecanismo padeceria do mal de fazer com que as manifestações de leitores acabassem soando repetitivas, como já nos havia afirmado o diretor de redação. Diz ele:

- É repetitivo. As questões são sempre as mesmas. O leitor individualizado tem uma opinião muito precária.

Perante esta negativa, por ele mesmo estabelecida, este editor cogita uma alternativa:

- Seria mais importante um conselho de notáveis. (...) Um conselho de notáveis teria uma opinião mais abalizada. Muda a opinião de quem diz e de quem ouve.

O novo modo de constituição dos grupos de leitores teria, sem saber, seguido a opinião expressa por este editor? Apesar de se manter a definição de conselho de leitores, parece não haver dúvidas de que se procurou “notabilizar” os integrantes do conselho, fazendo com que os lugares do grupo fossem assumidos por pessoas com perfil de autoridade.

O editor fala, como complemento à sua posição de que é preferível um conselho de notáveis, que sabe correr o risco de ser taxado de “elitista” (o termo é seu) por tal opinião. Mesmo assim, a mantém, sob a seguinte justificativa:

- A democracia é o melhor governo, mas não é ótima. Numa empresa, tu não tem democracia, se não ela vai à falência.

A mudança de perfil do Conselho do Leitor de ZH, conforme acabamos de descrever, poderia ser uma espécie de confirmação da tese enunciada por este editor? Face à

importância capital deste aspecto para a compreensão de nosso objeto, o retomaremos mais adiante, introduzindo novos elementos, resultantes da busca de dados empíricos.

5.2.2 Processo de audição

Não há dúvidas, para mim, enquanto observador, de que os leitores contatados por Zero Hora estão no conselho para serem ouvidos. É justamente em torno deste ponto, contudo, que desenvolve-se um processo de geração de tensões, desencontros, cumplicidades e disputas de poder que se nos afigurou como o grande processo constituinte e definidor do significado do Conselho do Leitor de Zero Hora. O jornal, sim, ouve. Porém, não precisa, e talvez nem possa, assumir o compromisso de efetivamente levar em consideração o que está sendo dito. Quanto do que se diz é efetivamente ouvido, no sentido de gerar uma transformação direta no modo de agir daquele que ouve?

O Conselho do Leitor poderia muito bem ser um simples órgão consultivo, no sentido de sondar preferências simples e desgostos básicos do público⁷². Mas não é o que acontece. Ouvir leitores é apenas um dos movimentos que o jornal faz ao instituir o conselho. Um outro, tão constitutivo da natureza do mecanismo quanto esse, é o de formar um *instituto*, no sentido de gerar um significado do qual se revestem os sujeitos que ocupam o cargo de conselheiro. Este significado sugeriria a tais sujeitos que ser um conselheiro é bem mais do que apenas emitir opiniões sobre a qualidade do jornal sem a expectativa de qualquer consequência. Aquele que se vê *instituído* como conselheiro quererá mais - desejará colaborar e ficará frustrado ao ver, ou supor, que sua função não estaria tendo o grau de importância que ele esperava que tivesse.

Esta é, em suma, minha principal hipótese de trabalho sobre o Conselho do Leitor de Zero Hora, extraída do conjunto de dados com o qual tive contato. Curiosamente, comecei a formulá-la, como afirmei antes, já na primeira reunião a que assisti, ainda no período de coleta preliminar de dados, em novembro de 2003⁷³. Depois disso, tal hipótese,

⁷² Seria então a lógica consultiva de um grupo focal, como aponta Braga (2006), que funcionaria, como indicamos no capítulo 4, como um “informador qualitativo” do jornal.

⁷³ Nesta ocasião, um conselheiro chega a demitir-se do cargo. Em uma atitude que não consegui decifrar completamente, ele toma tal resolução alegando que suas opiniões não estavam sendo reconhecidas por ZH.

como também afirmei antes, apenas se reforçou: o jornal cria um cargo que é investido de diferentes intenções pelos diferentes sujeitos, diante da proposta emitida implicitamente pelo próprio jornal de que é possível ter poder, ser sujeito na elaboração do produto noticioso, o que nem sempre é verdade. Agora, o trabalho minucioso de descrição do objeto pode nos ajudar a aperfeiçoar tal hipótese.

Por isso, dizemos: é certo, sim, que o processo de interação com os leitores, instituído pelo jornal, compreende um real movimento de escuta, cujo significado, contudo, só pode ser relativizado diante do exposto. A descrição do que estamos chamando de “processo de audição” nos ajudará a iniciar uma evidenciação disso tudo que estamos querendo afirmar.

5.2.2.1 As reuniões

Os leitores encontram-se às 19h30 para o início da reunião. Sentam-se todos a volta da mesa comprida, de vários lugares. A reunião acontece mensalmente. O que cada um trará? Não se trata de uma ordem expressa, mas cada um ali sabe que acabara firmando um compromisso: avaliar o jornal. Há esse acordo, algo implícito. Ninguém comparecerá sem achar que se espera algo de sua pessoa, nomeadamente, opiniões.

O que é um conselho? Um conselho serve para ser ouvido. As reuniões se estruturam em torno, portanto, do que pensam os conselheiros. Por que duvidar que Zero Hora faz isso? De certo modo, é como se o jornal estendesse um ouvido, em um gesto semelhante ao de quem oferece uma cadeira para alguém sentar-se. Há um serviço colocado à disposição. O jornal recebe, coloca-se a postos. Há a fala de um editor entrevistado (mencionada antes) que ilustra bem tal situação: “eles, (os conselheiros) são muito bem tratados”. Bandejas de biscoitos e salgadinhos são colocados à disposição, junto com água e café. É como se o jornal dissesse: fiquem à vontade, falem, a casa é sua.

Na reunião a que assisti, este leitor remete-se então a um caso concreto: uma determinada opinião sua havia sido acolhida mas não fora colocada em prática devido a uma falha operacional do jornal (a determinação da mudança havia chegado à redação, mas por um erro interno não fora adotada). A reação deste conselheiro fez-me começar a especular que os leitores guardavam intenções próprias, nem sempre coincidentes com as dos jornalistas.

A reunião é aberta. Quem é esse mediador? É um “dono da casa”, que conduz o processo - um dos diretores⁷⁴. A reunião começa. Sua estrutura é razoavelmente fixa. Durará em torno de duas horas. Ela ocorre, também, via de regra, na sala de reuniões da redação, cotidianamente usada por este setor da empresa jornalística para diferentes fins, incluindo as reuniões rotineiras de pauta.

Enquanto acontece o encontro, as editorias movimentam-se, praticamente ao lado. Pode-se dizer, neste sentido, que o ambiente da reunião do Conselho do Leitor é invadido pelas circunstâncias relativas ao fato de que tudo aí é circundado pelo ambiente laboral de uma empresa. Ocorre sempre a participação de outros membros desse ambiente de trabalho, para além dos mediadores. Do ponto de vista dos profissionais que trabalham na redação, a reunião ordinária do Conselho do Leitor é o local onde os diretores isolam-se para encontrarem-se com um grupo de colaboradores ocasionais. Não há como afastar a idéia de que os diretores, revezadamente, interrompem o seu trabalho para juntarem-se a estes colaboradores *sui generis*, que aos poucos foram se incorporando à rotina da redação. Até abril de 2004, e desde agosto de 1999, as reuniões eram quinzeanais. Agora, no tempo desta narrativa, são mensais. Como é quebrar o trabalho? A rotina diária é fechar o jornal em sua série de atribulações. Ouvir leitores, neste sentido, é uma atividade nova e diferenciada. Seria então uma quebra na rotina? E como será para os que chegam, os que entram na casa como visitantes?

A reunião é relativamente planejada. Prevê sempre a participação de um ou dois editores, que via de regra iniciam o encontro. Depois, abre-se um momento para a chamada “pauta”. É quando cada conselheiro faz suas considerações sobre as edições publicadas desde transcorrido o último encontro. São dois momentos básicos e perfeitamente distinguíveis. Do ponto de vista discursivo, estes dois momentos são ainda completados pela publicação da coluna “Conselho do Leitor”, sempre no domingo posterior ao encontro. São três momentos distintos de cruzamentos de falas, portanto, onde as falas dos jornalistas cruzam-se com as falas dos leitores. Dentro do presente tópico, sobre a estrutura das reuniões, analisaremos separadamente os momentos da participação de convidados e da “pauta”.

⁷⁴ Conforme adiantamos no início do capítulo, as reuniões que acompanhei foram mediadas pelo diretor de redação e por um dos editores - chefe. Indistintamente, os designamos pelo termo “mediador”.

5.2.2.2 A participação dos convidados

5.2.2.2.1 O jornal tem “fome” por feedback

Cheguei a chamar este primeiro momento da reunião, em meu texto de qualificação, de participação “prata da casa”. Aí, Zero Hora exibiria suas “reliquias” ou “preciosidades”, do tipo colunista famosos, com uma dupla pretensão: impressionar os leitores e animar o encontro. Como se houvesse um pouco de uma perspectiva exibicionista: o jornal exhibe estrelas, estrelas tais que ajudam Zero Hora a manter-se vinculada a seu público. Contudo, este modo de participação que julguei inicialmente perceber agora me parece não encerrar o conjunto das funções que o jornal guarda para este momento da reunião em que jornalistas são convocados a comparecer para falar com os leitores. Mesmo assim, haveria algo parecido com o efeito decorrente de um exibicionismo, mesmo que esta atitude exibicionista não seja intencional.

Peço aqui licença para acessar de modo mais franco minha própria subjetividade. Lembro-me de um certo gozo que tive ao, acompanhando as reuniões, partilhar do mesmo espaço físico - a mesa da sala de reuniões - destes colunistas famosos. Eles estão ali, e seria impressionante sua proximidade. Por que impressionam? Justamente por não pertencerem ao círculo dos comuns. São de outra esfera. Mas, como já disse, as funções deste momento específico da reunião não se reduzem a isso. Em meu período de observação, presenciei a participação de dois colunistas-“vedete”, mas que também estavam ali na condição de editores bem graduados na hierarquia da redação. Sua aparição no conselho não se reduzia ao seu vedetismo, portanto, apesar de ser esta uma dimensão existente.

Nas sete reuniões de a que assisti, compareceram aos encontros os seguintes convidados, que listo conforme seu estatuto no quadro funcional da empresa: os editores-executivos de Política, Interior, Esporte e Fotografia; editor do caderno Patrola (direcionado ao público adolescente); editor do Segundo Caderno; gerente de circulação; e, por fim, o presidente do Conselho de Administração da RBS, Jayme Sirotsky.

Em um dos encontros presenciados, por tratar-se da reunião final do grupo A, não houve convidados. O encontro inaugural do grupo B também foi *sui generis*: envolveu a participação do ocupante do mais importante cargo da organização midiática, o presidente do Conselho de Administração da RBS, como dissemos logo acima, que de certo modo também dá continuidade à figura do fundador Mauricio Sirotsky Sobrinho. Trata-se, portanto, de uma presença de forte teor institucional ocorrida em um contexto específico, o da inauguração de um novo grupo, deliberadamente agendado para acontecer no dia do aniversário do jornal (4 de maio).

A participação do gerente de circulação me parece que também não possa ser classificada como não corriqueira, pelo fato deste funcionário do jornal pertencer a um outro setor do jornal (o de circulação) que não a redação. A distinção aqui existente é de uma natureza semelhante a de um aspecto que encontramos entre os ombudsmen portugueses e também na Editoria de Atendimento do Leitor de ZH: é extremamente comum, nestes dois serviços, o aparecimento dos leitores interessados em resolver problemas referentes à entrega do jornal aos assinantes, ou à circulação, junto com o jornal, de produtos associados, como livros, CDs e DVDs. No caso do conselho, testemunhamos a situação pela qual dois conselheiros levantam problemas desta natureza, o que dá origem à convocação do mencionado gerente para comparecer a um encontro do Conselho do Leitor.

De um modo geral, o que determinaria cada participação, e como ela se desenrola? O que o jornal quer? A suposição que fazemos é a de que o jornal busca leitores com o objetivo primordial de ouvir suas opiniões sinceras. Contudo, não há contrapartida suficiente de satisfação pelo lado dos leitores. Se o jornal consegue obter aquilo que quer, opiniões sinceras, o mesmo não se daria com os leitores, no sentido de que suas buscas encontram menores chances de concretizar-se. Os conselheiros têm interesses e desejos difusos que, no entanto, ganham alguma organicidade quando buscam definir para si os objetivos da função que desempenham, como procuro expor mais adiante.

Fica fácil demonstrar que o jornal espera ouvir a crítica. O que detectei durante as reuniões a que assisti foi a presença de uma franca postura auditiva, onde Zero Hora recolhe opiniões de um modo persistente. A totalidade do dispositivo representado pelo conselho, pode-se dizer, serviria para isso. A crise se instala a partir do momento em que os conselheiros possuem desejos outros que não se conformam à perfeição frente a esta

necessidade auditiva do jornal. Como ver isso? A etapa da reunião compreendida pela participação dos convidados, ao que me parece, consegue expressar parte desta situação. Seria possível ilustrar o que estou querendo dizer através de alguns exemplos, como os que seguem abaixo.

Exemplo 1 - O cronista sob avaliação

Um dos convidados da reunião é o editor-executivo de esportes, que também é um destacado colunista do jornal. Sua participação é dominada pela discussão de seu trabalho nesta última função. O mediador procura saber do grupo de leitores o que se pensa a respeito dos textos do convidado, que possuem caráter algo polêmico (por se tratar de uma espécie de uma literatura quase sensual em que se fundem dois elementos importantes do universo masculino: futebol e mulheres). O mediador, em meio à conversa, dirige-se ao conjunto do grupo e pergunta:

- Vocês todos lêem o (nome do colunista)?

Seu interesse é pelo desempenho do subordinado enquanto cronista. Os leitores manifestam-se positivamente, em tom elogioso. Um dos leitores ressalva que considera os textos demasiados longos. O mediador retorque:

- Vocês não acham as crônicas muito pesadas?

O mediador acaba não escondendo dos leitores que ele mesmo considera “pesados” os textos do colunista em virtude da recorrência da temática sexual. Um leitor manifesta-se dizendo que sente-se surpreendido pela liberdade que é dada ao cronista para fazer do sexo um de seus principais assuntos. O diretor pergunta:

- Na parte do sexo, ele perturba ou o quê?

O leitor responde que “o que perturba é o machismo”. Diz que os textos são “inteligentes”, mas que “às vezes ele (o cronista) exagera”. O mediador então preocupa-se em saber, com outro leitor, que ele sabe ter um filho adolescente, se o jovem lê a coluna e que tipo de impacto produzido pelo texto se perceberia nele. Após a resposta do leitor (da qual não temos o registro), o mediador fala, em referência à sua própria atitude de sondar ostensivamente junto aos leitores os efeitos produzidos pelos textos do colunista:

- Estou só tirando a prova dos nove.

Fica explícito, portanto, que o medidar estava ali testando os efeitos do jornal que ele mesmo dirige sobre a audiência. Há um aproveitar da oportunidade da reunião do grupo para se concretizar uma consulta. Ali estão, como havia afirmado um editor que citamos acima, os diferentes estratos da sociedade, representativos das camadas que lêem ZH, manifestando-se a respeito da leitura que fazem do jornal. Conforma-se um significado de concretização da opinião do público que, fora dali, encontra-se disperso. Nestes momentos, o conselho constitui-se em puro dispositivo de sondagem de opinião, de checagem de efeitos sobre a audiência.

Exemplo 2 - A editora “nota 10”

O convidado da noite é a editora-executiva de Política e também colunista Rosane de Oliveira. O mediador, ao introduzi-la na reunião, pede que se faça uma avaliação, pelos conselheiros, da cobertura política de ZH. Ele comenta que o tema da política costuma suscitar a passionalidade dos integrantes do conselho, especialmente em períodos de campanha eleitoral. A partir disso, tanto o mediador como a editora vão dirigindo perguntas ao grupo, num puro momento de sondagem. Fala o mediador:

- Minha primeira pergunta é: nossa cobertura é adequada na distribuição dos assuntos nacionais e locais?

Trata-se do segundo encontro do grupo B. São conselheiros novatos, portanto. As respostas, ainda um pouco titubeantes. Parece não haver certeza entre os conselheiros de qual seria o proceder correto naquele ambiente. Neste contexto, a postura direta do mediador me surpreende. Sua primeira pergunta ganha respostas oscilantes e talvez para ele fosse apenas uma estratégia de introdução ao assunto, porque logo em seguida surge a questão provavelmente considerada inevitável, a pergunta que não poderia deixar de ser feita:

- A cobertura (política) de Zero Hora é tendenciosa?

Pergunta forte. Como se portar diante dela? Seria como perguntar a alguém com quem se convive “o que você acha de mim?”. Porque vai-se ao fulcro da questão sobre o

que achar de Zero Hora. Ora, se a pergunta é sobre tendenciosidade, certamente ocorre a afirmação, nos ambientes em que o jornal circula, de que ZH é tendenciosa. O mediador, então, estaria querendo saber a respeito de um “falatório” que há na sociedade sobre a tendenciosidade de ZH. A primeira resposta que ele recebe coincidentemente consegue expressar esta situação.

- A sociedade acha que sim (que ZH é tendenciosa) - diz um dos conselheiros.

A opinião pública a este respeito já estaria estabelecida? O mesmo leitor contextualiza sua opinião dizendo que houvera uma forte polêmica nas eleições de 2002⁷⁵, quando a publicação de pesquisas eleitorais, cujos resultados foram contrariados pelos resultados das urnas, deram margens a acusações de que ZH estaria manipulando informações em prejuízo ao Partido dos Trabalhadores.

Outro leitor refere que costuma ver no próprio jornal cartas de leitores acusando ZH de tendenciosidade, com as quais diz não concordar - que se trataria de um conjunto de acusações sem fundamento.

- Acho que as pessoas atiram. Para mim, as notícias são satisfatórias.

O leitor, contudo, ressalva: “não conheço política”. É o julgamento de ZH perante a opinião pública. O jornal passa a ser julgado. As acusações de tendenciosidade estarão sendo injustas? O mediador busca ampliar o espectro de opiniões, buscando uma especificação. Dirige-se ao conselheiro que ocupa a cadeira cativa do conselho destinada a estudantes de jornalismo e pergunta:

- Na faculdade, acham que Zero Hora é tendenciosa?

O estudante confirma. Diz que sim. O conjunto das respostas emitidas até o momento são consideradas brandas pelos jornalistas. É o que revela um comentário da editora convidada:

- É que não estamos em ano eleitoral.

É como se soubesse já qual deveria ser o tom das respostas. Pouco antes, o mediador havia mencionado, como referi acima, que o tema da política costuma despertar a passionalidade dos leitores. Ele afirma e já ter havido a existência, inclusive, de um conselho de caráter “incendiário”. Pode parecer estranho, mas foi como se os jornalistas

⁷⁵ Mais adiante, aprofundaremos o contexto gerado por esta polêmica, já que ele possui conseqüências sobre a interpretação que fazemos acerca do Conselho do Leitor.

tivessem se frustrado com as repostas, considerando-as leves. Eles esperavam outra coisa, talvez algo de uma reação exacerbada que costuma colocar ZH no banco dos réus.

A participação da editora é longa: se estende por mais de uma hora. A orientação auditiva permanece, apesar de o rumo da conversa derivar, o que faz com que o mediador e a editora procurem de tempos em tempos corrigir este rumo, fazendo as falas voltarem à âncora auditiva. É o que fica evidente quando a editora, depois do mais longo desvio transcorrido (a conversa ingressara na questão do tratamento que o jornal dava e deveria dar ao pagamento de altos salários a funcionários públicos), retoma o leme da conversa falando:

- Não quero me alongar. Tenho mais algumas perguntas para vocês.

Ela formula então uma nova pergunta, que gera um novo debate entre os conselheiros, com troca de opiniões. É decorrido mais um certo período de tempo até que a editora, que já havia antecipado a necessidade de encerrar sua participação - “não quero me alongar muito” - procura promover um desfecho efetivo levantando uma nova questão:

- O que vocês acham melhor na editoria?

Esta pergunta só não encerra a participação da editora porque, depois de ela despedir-se formalmente, afirmando que colocava-se à disposição dos leitores, o desfecho é dado pelo mediador, que volta a fazer uma nova pergunta à queima-roupa:

- A Rosane supera o Barrionuevo ou vocês acham que a página perdeu qualidade?

A referência é ao antigo colunista político de ZH, José Barrionuevo, que ocupava o mesmo lugar de Rosane de Oliveria e cuja atuação polêmica insere-se no contexto pelo qual Zero Hora é acusada de fazer oposição a partidos e governos de esquerda (tal colunista possuiria, por estas acusações, uma atuação acentuadamente parcial, contrária, por exemplo, ao Partido dos Trabalhadores).

O mediador faz com que a palavra “rode” entre os conselheiros, para que cada um emita sua resposta. As respostas são afirmativas. Todos dizem que Rosane supera Barrionuevo. A sugestão geral de sentido, no cômputo de todas as respostas, é a de que Rosane contrasta positivamente com seu antecessor devido ao estilo mais brando (“mais feminino”, disseram duas leitoras). Esta rodada avaliativa chega ao fim em um tom de quase aclamação, como se Rosane tivesse recebido nota 10 dos leitores, em uma torrente de elogios suscitada pelo pedido do mediador para que se traçasse uma comparação entre

ela e o Barrionuevo. É o que, ao fim, leva o mediador a dizer, dirigindo-se à editora/colunista:

- Passou no teste.

Novamente, como no exemplo que citamos anteriormente, o diretor tira uma “prova dos nove”, onde acaba por submeter seus subordinados a uma espécie de exposição avaliativa em público. O sentido, poderíamos dizer, seria semelhante ao de uma mãe que pede que seu filho, enquanto aluno, seja avaliado na sua frente pelo professor. Aí, pela exposição pública, o subordinado corre o risco de estar sendo mal-avaliado em frente ao subordinador. Poderia-se dizer que o diretor pressiona seu subordinado com a avaliação.

Seria uma espécie de ditadura do público? De certo modo, pode-se pensar que aqui o público é soberano, ou que pelo menos constitui-se numa instância ideal de avaliação: submeter seus subordinados ao veredito fidedigno do público é tudo que os mais altos responsáveis pela redação de um jornal poderiam querer. Evidentemente, sabe-se que o sistema representado pelo conselho é imperfeito. Ao se explicar as regras de funcionamento do mecanismo ao grupo B, em sua reunião inaugural, tal questão é posta sobre a mesa. Um leitor pergunta:

- Até onde nossa opinião é válida? O que acontece com um colunista por ser criticado pelo conselho?

Ao que o mediador responde:

- O conselho não demite ninguém.

Entre outras razões, diz ele, pelo fato de o mecanismo não corresponder à realização de uma pesquisa quantitativa que, por ser quantitativa, se aproximaria mais da opinião real do público. Além disso, argumenta, a qualidade de um colunista não deveria ser medida por uma alta popularidade que viesse a ser prospectada quantitativamente.

- Mesmo que 99% dos leitores não gostem do colunista, não demitimos, porque colunista não tem função de agradar. Colunista que me preocupa é colunista que não gera comentário.

Aí, portanto, o valor estaria no potencial para a geração de polêmica. O diretor dá como exemplar o caso do colunista Diogo Mainardi, da revista Veja, que notabilizou-se pela expressão de opiniões altamente polêmicas.

Exemplo 3 - O editor professor

O editor de Fotografia é o convidado da reunião. Ao apresentá-lo ao grupo, o mediador esclarece que haveria um interesse específico por parte do jornal de promover o encontro deste profissional com os conselheiros: discutir as questões éticas surgidas com as possibilidades técnicas cada vez mais avançadas de manipulação de imagens. A menção do termo “manipulação de imagens” logo cai na espécie de vazio gerado pela ignorância da maior parte dos conselheiros em relação ao tema. A consequência imediata desta situação é que passa-se então, por parte do editor convidado, a uma fala explicativa sobre os processos técnicos de tratamento de imagens. Neste momento, como que a reunião transforma-se em uma aula: o professor ensina para alunos atentos. Naquele dia, em meu diário de campo, anotei que a fala do editor me despertara um certo encantamento. A fala é recheada de exemplos ilustrativos e interessantes sobre o que é possível fazer com uma imagem ao computador. O registro, no caderno, creio, deveu-se ao fato de que me surpreendi com minha própria reação - esta, a de deixar-se levar pela escuta da história interessante contada por um bom narrador.

Teria a fala conseguido me igualar, naquele momento, aos conselheiros? Convenci-me que sim, porque tal fala me puxara da condição de pesquisador, levando-me do meu chão, como possivelmente estava levando a todos ali presentes. Era bom ouvir histórias da imprensa... Tal fato barra o sendo crítico da audiência, por tratar-se de um processo de sedução e encantamento? Talvez melhor pensar que nem sempre o conselho, enquanto grupo formado para constituir a polêmica, devesse apenas pautar-se pelas discordâncias.

A explicação do editor culmina com a exposição da postura ética assumida pelo jornal diante do tema da manipulação digital de imagens: ZH adota como princípio básico não manipular. O mediador reforça a fala do editor:

- A questão de fundo é que o leitor não deve ser iludido, enganado.

Nesse dia, o desenrolar da reunião é apressado pelos próprios conselheiros, que solicitam, por um motivo específico, um encurtamento de seu tempo. É desse modo que há um clima de pressa no ar, o que faz com que a discussão pretendida a partir da fala do editor se frustre um pouco. O momento planejado pelo mediador torna-se, com isso, quase

que totalmente explicativo. Acabou havendo o domínio da fala do editor e, portanto, de ZH, sendo o jornal pedagógico para os leitores com relação a um aspecto específico da sua produção, ao mesmo tempo em que firma um princípio editorial: o de não manipular fotos.

Talvez seja relevante o dado de que todas estas explicações são algo compulsórias. Os leitores não haviam pedido que, na reunião daquele dia, transcorresse uma conversa com o editor de Fotografia. Este profissional foi introduzido na pauta do encontro provavelmente por idéia do mediador. Este, ao iniciar a reunião, anuncia a presença do editor de Fotografia em substituição ao de Geral, cuja presença havia sido acordada com os leitores no encontro anterior. Trata-se, portanto, de uma situação inesperada. Em outros episódios, os jornalistas convidados fazem-se presentes a partir de demandas produzidas pelos conselheiros. Aqui, não. Como parece explicitar a fala do mediador, é o jornal que tem interesse em que se discuta o ponto apresentado. É como se os leitores estivessem atendendo ao pedido de um favor. E trata-se de uma discussão sobre ética. Por mais de uma vez, ouvimos um dos diretores falar que as discussões sobre ética talvez fossem a principal especialidade do Conselho do Leitor - aquele ponto onde este dispositivo renderia mais frutos. É a partir daí que poderá haver esperança de uma maior produtividade do mecanismo que, a esta altura da sua própria história, conforme relatamos anteriormente, já conseguira acumular uma descrença razoável em torno da possibilidade de ser produtivo.

Devido à pressa dos próprios conselheiros, nesse dia, a discussão que deveria estabelecer entre eles “não rende”. A posição mais fortemente assumida é a firmada por um leitor que diz considerar que as fotografias devem espelhar fielmente a realidade, não sendo passíveis, portanto, de manipulação. Ao que o mediador retribui:

- É esta exatamente a nossa posição.

O jornal confirma, então, seu posicionamento ético diante da questão. Se o debate não “esquentou”, também poderia ser uma indicação de que o tema não é potencialmente polêmico. Restou como ponto forte da participação do editor sua presença “enriquecedora”, no sentido dos conhecimentos que teria conseguido transmitir aos conselheiros.

5.2.2.2.2 Os leitores querem ser críticos ativos

O jornal quer ouvir. Seria possível dizer: o jornal paga para ouvir. Ou não paga? Porque o conselho tem caráter voluntário? Na verdade, o jornal precisa contar com os conselheiros de uma maneira voluntária, diferente do modo pelo qual conta com seus funcionários. Os conselheiros devem ser livres no manifestar das suas opiniões.

Poderíamos pensar tratar-se de um modo barato de colocar leitores a serviço do jornal, avaliando-o? Creio que esta seria uma afirmação que não se sustenta. Contudo, a questão pode ser reveladora. Zero Hora poderia pagar os conselheiros por sua atividade? Temos a informação, coletada junto ao nosso entrevistado no departamento comercial do jornal, de que, assim como é feito um bom investimento na contratação de pesquisas quantitativas, perscrutando o perfil do leitorado, também acontece de o jornal pagar por pesquisas qualitativas do tipo grupo focal. O Conselho do Leitor seria uma espécie de grupo focal? Mais tarde, abordaremos tal questão. Agora, basta-nos ter esta informação em tela para tecer a consideração de que Zero Hora já investe na auscultação de leitores, independente do Conselho do Leitor. Deve-se levar em conta, no entanto, que o uso das pesquisas pagas é um procedimento não localizado na redação do jornal.

Zero Hora, portanto, paga para conhecer melhor o que pensam seus leitores. Porém, de diferentes modos. O grupo do Conselho do Leitor, mesmo assim, não é sustentado pelo jornal e isso prende-se à necessidade de que os conselheiros sejam livres e suas opiniões, por consequência, sinceras. No limite, não há como remunerar leitores para que estes sejam, simplesmente, leitores. Mesmo os leitores consultados no grupo focal para uso do departamento comercial não ganham nada: situam-se como uma espécie de “cobaias” de uma situação experimental, onde profissionais especializados em avaliar o comportamento humano tentam descobrir seus afetos sobre o produto (o jornal), sem que eles nem mesmo tenham consciência disso. A remuneração direta de um leitor o encheria de intenções, mesmo que se pagasse para a obtenção de uma crítica. Um dos mediadores, ao explicitar as regras do jogo com o novo grupo de conselheiros (grupo B) enuncia esta, digamos, verdade, conforme já citamos antes: o trabalho precisa ser obrigatoriamente voluntário, “até porque perderia a franqueza”⁷⁶.

⁷⁶ Repetimos aqui a citação, já apresentada antes: “Não tem remuneração até porque perderia a franqueza. Tem perfil parecido com ONG, só que com impacto profundo. Que fique bem claro. Há um idealismo. Nós produzimos um produto muito diferenciado, pela sua função social”.

Há, nesta fala do diretor, a menção a uma atividade social – uma espécie de benemerência. É como se o presidente do Conselho de Administração da RBS, que, como já tentamos demonstrar, exerce, por intermédio do conselho, e de outras ações, uma espécie de boa ação social, livre de interesses comerciais, aqui estendesse sua vontade de simplesmente fazer o bem (o simplesmente humano do espaço público burguês desenhado por Habermas) a outros que atores que não apenas o ator coletivo representado pelo jornal do qual é dono, neste caso, aos leitores. É, ainda, como se dissesse: “Façam o bem comigo”. Desse modo, o conselho é mais do que voluntário. Seria uma espécie de congraçamento de forças em favor da qualidade da informação pública jornalística, no caso, a emitida pelo principal veículo impresso do Rio Grande do Sul.

Este é o estatuto proposto pelo jornal, inclusive de modo explícito, e que se dá aos conselheiros. É com esse “chapéu” que os conselheiros entram na reunião. E é como se fosse esse chapéu uma toga. Eles são, os conselheiros, investidos no cargo. E, sob certo sentido, este é o preço a ser pago pelo jornal: conseguir estruturar sujeitos desta estirpe. Na reunião, tais leitores falam crendo-se investidos do papel de conselheiros que buscam o bem social, voluntariamente, através da melhoria da qualidade da informação pública.

Os exemplos trazidos anteriormente nos ajudaram a figurar uma dimensão *ativa do jornal*, que se apresenta, nas reuniões do conselho, querendo ser avaliado para que se cumpram suas intenções de obter um necessário *feedback* do público. Queremos agora ilustrar uma dimensão *ativa do grupo de conselheiros*, cujas intenções não correspondem a dar apenas um *feedback* para o jornal, mas sim a exercer um papel, o de conselheiro, cujo estatuto, apesar das definições dadas pelo jornal, permanece incerto, conforme demonstraremos mais adiante.

Exemplo 1 - O leitor inquieto

O convidado é o editor de Interior. Seu ingresso no espaço da reunião lembra a instauração de um espaço de conflito. Essa foi a reunião que inaugurou meu processo de observação sistemática. Logo me chamou a atenção o quanto havia um clima de ataque por sobre o convidado – uma pretensão de cobrar soluções sobre problemas identificados. Não

se deve entender, contudo, que os interesses do jornal, representados nas reuniões especialmente pelos mediadores, e os interesses dos leitores, encontram-se absolutamente dissociados. Antes, haveria uma fronteira sutil que os separa.

O grupo está sentado à volta da mesa. O mediador encontra-se à cabeceira. Ao seu lado, o editor convidado. Ele diz que o jornalista encontra-se à disposição para responder às questões trazidas pelos conselheiros (houve aqui um agendamento prévio da presença do convidado, diferente do caso da presença do editor de Fotografia, relatado logo acima). Houve tempo, portanto, para uma pré-elaboração por parte dos leitores. O primeiro conselheiro a falar traz algo que o inquieta (seu tom de voz é de inquietação). Ele expõe uma queixa. Relata que sente inconformidade com a distribuição de espaços no jornal entre municípios do interior: os municípios pólo de região apareceriam mais que os pequenos municípios. Ele também reclama das conseqüências de uma coluna, de responsabilidade da editoria, chamada Rio Grande Universidades. Sua queixa é de que a coluna apresenta apenas notas curtas sobre eventos realizados em campi de universidades do interior do Rio Grande do Sul, sem que tais eventos sejam repercutidos noticiosamente.

As queixas apresentadas por este leitor repercutirão por todo o período de tempo em que o editor permanecer na sala, conversando com os conselheiros. Nelas, julgamos ver uma atitude, a assunção de uma determinada postura. Que postura é essa? A de cobrar. O jornal é como que jogada a uma espécie de banco dos réus. Do outro lado, a fazer questionamentos que procuram apontar sobretudo faltas, estão os leitores investidos do cargo de conselheiros. O que eles querem?

Acompanhemos a cena. A cobrança traz uma resposta: o editor explica que é a estrutura de sucursais que ZH tem disponível no interior do Estado que condiciona os resultados da cobertura, resultados estes, portanto, que estariam sendo bem percebidos em suas deficiências pelo leitor (haveria, de fato, uma concentração de matérias em torno dos municípios pólo). Quanto à coluna, o jornalista responde que se trata de um espaço editorial especialmente criado para dar vazão ao grande número de *press releases* enviados pelas universidades interioranas. Daí também o teor das informações constantes neste espaço, ou seja, a divulgação de eventos transcorridos em instituições acadêmicas. Tais divulgações apenas informam, com brevidade, que o evento irá acontecer. Nisso a falta sentida pelo

leitor, que gostaria de ver os eventos repercutidos, o que aumentaria o espaço de cobertura⁷⁷.

Há uma queixa, ou melhor, duas, que, digamos, batem de frente com critérios já estabelecidos e sólidos pelos quais o jornal se orienta. Será o caso de derrubá-los? A provocação do leitor faz o mediador disparar procedimento auditivo. Ele faz a palavra rodar pela mesa de modo a que todos os conselheiros manifestem sua opinião. Pergunta ao conselheiro que formulou a crítica porque os leitores do interior sentiriam necessidade de notícias enfocando seus municípios.

- É importante para informar ou é pela auto-estima (das pessoas que moram no município)?

O leitor responde que se trataria de uma questão de auto-estima. Em seguida, o mediador dirige a mesma pergunta à mesa. A primeira resposta que recebe vem em tom corrosivo. Diz, reforçando a opinião do leitor autor da questão, que importa a satisfação de o município ver-se no jornal e que, efetivamente, para um município pequeno figurar no noticiário, é preciso “morrer um ou dois”, referindo-se à certeza de cobertura que recebem fatos envolvendo crimes com mortes. A partir deste novo estímulo, o mediador aplica novo procedimento auditivo. Dirige-se à mesa e, depois de formular a seguinte pergunta, pede as repostas nominalmente para cada conselheiro:

- O que vocês acham que tem mais leitura no interior, notícias positivas ou negativas?

O resultado é um empate entre as duas opiniões possíveis. O editor convidado retoma então a sua participação e volta a remeter o esclarecimento da questão para o problema das carências de infra-estrutura do jornal no interior. Ele levanta-se e, de pé, faz uso de um mapa fixado na parede para explicar que algumas sucursais possuem uma área de abrangência geográfica muito grande. Além disso, os repórteres não conhecem distinção por editoria, precisando cobrir todo e qualquer assunto. Em suma, cada sucursal tem recursos limitados frente às possibilidades de noticiamento de cada região.

Porque o leitor reivindica? Tratar-se-ia de uma reivindicação de fato? Note-se, neste episódio, em como o que se pede – a queixa, precedente ou não – choca-se contra disposições editoriais e organizacionais já estabelecidas. Pedimos licença para propor uma

⁷⁷ Em entrevista, o editor, ao lembrar, a meu pedido, deste episódio, acrescenta a informação de que Zero Hora tem por critério não repercutir eventos deste tipo.

imagem: é como uma bolinha arremessada contra uma muralha, algo inofensiva. Além do problema infra-estrutural alegado, há uma questão de prática editorial sedimentada, conhecimento jornalístico consagrado, um saber fazer que não se desmancha facilmente ao contrapor-se ao posicionamento dos leitores, de que os municípios querem ver-se e, portanto, merecem ser vistos nas páginas do jornal. O mediador diz: o que é noticiado em um município deve interessar ao conjunto dos municípios do Estado e não somente ao município noticiado.

Exemplo 2 - O leitor que cobra

É ainda a reunião da qual participara o editor de Interior. Sua presença é substituída pela do editor de Esportes. Não queremos aqui retratar o conjunto da sua apresentação, mas antes enfatizar, nela, esta postura ativa dos conselheiros, que estamos procurando identificar.

O modo da participação dos jornalistas na reunião seria variável? Dos sete convidados que pudemos observar participando da reunião, cinco deles, incluindo Jayme Sirotsky, foram como que colocados à disposição dos conselheiros para que esses fizessem perguntas ou expusessem suas avaliações, em tom crítico ou elogioso (mas especialmente crítico). No caso dos outros dois convidados, o movimento inverte-se. São os jornalistas que, mais ativos, voltam-se sobre os leitores querendo revelar, nestes, a impressão que possuem do jornal. O editor de esportes é um dos casos em que os leitores “caem em cima”. Vamos selecionar, dentro disso, quatro intervenções de leitores (que estarão identificados por números).

O conselheiro 1 é o primeiro a assumir a palavra e logo sai “batendo”. Critica o que seria uma espécie de vício da imprensa esportiva, ~~em~~ fazer referência explícita a Zero Hora:

- Por que um jogador mal saiu das fraldas e já se consagra ele como um craque?

A resposta dada pelo editor é a de que se trata de uma falha da imprensa, que tenta ser evitada por Zero Hora. Contudo, seria algo que foge ao controle do jornal na medida em que o jornal possui uma série de colunistas autônomos na área de Esportes.

A palavra, em seguida ao esgotamento deste assunto, é tomada pelo conselheiro 2, que faz a colocação de uma crítica: o noticiário esportivo de ZH daria ênfase excessiva ao futebol, em detrimento de outras modalidades esportivas. O editor responde:

- Há mais espaço (para o futebol) porque há mais leitura. Mas tentamos cobrir outros esportes quando há eventos importantes.

Ele também menciona a criação recente de um espaço editorial que ajudaria a suprir a lacuna mencionada pelo leitor.

O conselheiro 3 assume então a palavra e emite também uma crítica. Refere que, como gaúcho, pertence a uma categoria peculiar de torcedor: não torce por nenhum dos grandes times locais, mas sim pelo Botafogo, do Rio de Janeiro. Nesta condição, diz sentir falta de notícias de times de outros estados quando estes times se deslocam ao Rio Grande do Sul para jogar com as equipes locais. O editor aceita a crítica: “O senhor tem razão”. Ele atribui tal situação à prioridade que o jornal costuma dar à cobertura dos times locais e admite:

- É um erro nosso.

Esta crítica, específica deste leitor, virá a constituir-se, nas reuniões seguintes, em uma nítida cobrança. No encontro imediatamente posterior, este mesmo conselheiro apresenta uma lista de reivindicações de mudanças a serem adotadas pelo jornal, saldo de reuniões anteriores, entre elas, esta mesma relativa a um maior noticiário sobre os times visitantes que jogam com os times gaúchos. Ele reclama:

- No esporte, nossa sugestão não foi seguida, nada, nada.

Na reunião do mês seguinte, repete-se a cobrança, desta vez abarcando o conjunto das críticas que haviam sido apresentadas pelo conselheiro ao editor de Esportes durante o encontro que estamos descrevendo. A forma ainda é a mesma. Em meio a uma série de reivindicações trazidas como dívidas a serem cobradas, o leitor fala:

- O Esporte não nos ouviu nada. Nós fizemos uma série de sugestões e o (nome do editor) não nos ouviu.

É interessante notar ainda que na crítica expressada por esse conselheiro ao editor de Esportes ocorre uma divergência. Depois da manifestação inicial, o ponto é retomado por outro leitor, que diz discordar da necessidade de ampliar a cobertura sobre times visitantes que joguem com times gaúchos. Tal observação, contudo, é contraposta pelo próprio editor,

que volta a enunciar seu acolhimento à crítica que havia sido formulada pelo outro leitor. Diz ele:

- É (a cobertura sobre os times visitantes) uma informação a mais.

Os convidados sucedem-se. Teríamos aqui um relato de um dos momentos constitutivos das reuniões do Conselho do Leitor. Como já dissemos, momento perfeitamente distinguível: é quando convidados comparecem ao encontro. Dentro disso, uma postura ativa do jornal. Editores, de modo mais ou menos intenso, podem aproveitar a oportunidade para “explorar” o conselho, no sentido de aproveitar os recursos ali disponíveis do mesmo modo como se vai recolher recursos a uma fonte. Ali estão leitores vivos, reais, que a princípio representam o conjunto do leitorado do jornal. Mencionamos em um tópico anterior: editores manifestaram a opinião de que a existência do conselho tende a ser mais válida – no sentido de incidir de modo positivamente transformador sobre o seu trabalho – na medida em que se pode estar presente nas reuniões. Ao mesmo tempo, para os diretores, acaba conformando-se uma situação onde é possível submeter seus próprios subordinados ao crivo, digamos, cruel, dos leitores. Cruel porque, de certa forma, a visão que se constrói acerca do leitor é a de um ente, por definição, unilateral. Aquele que recebe o produto é o avaliador final e conseguir seu aval torna-se uma obrigação. A posição de leitor, neste sentido, é algo despótica – fato que vai em consonância com a máxima “o cliente sempre tem razão”. Mesmo que os leitores estejam errados, representam, contudo, a última instância, o fim para o qual o jornal é feito.

Por esses dois movimentos, via editores e via mediadores da reunião, o jornal avalia-se. É assim que os convidados sucedem-se, a um ritmo até intenso. Chegam, em alguns momentos, a ser dois por reunião, enchendo a pauta do encontro⁷⁸. Podem ser convocados a partir de estímulos surgidos em reuniões anteriores, envolvendo aí acordos entre jornal e leitores, ou podem ser trazidos por decisão unilateral do jornal. Como no caso em que estando prevista, por acordo, a participação do editor de Geral, e frustrando-se a possibilidade de tal participação, compareceu, por decisão de um dos mediadores, o editor

⁷⁸ Na lista de discussão dos conselheiros do grupo A na internet transparece que esta disposição gera desgostos entre os leitores. Em uma mensagem, menciona-se que os assuntos internos ao jornal consomem o espaço das reuniões, dando-se menos lugar às demandas dos leitores. Veja-se: “*Se tu perceber a cada reunião um novo assunto 'interno', como é chamado pelo editor-chefe, nos é colocado. Com isto é tirado a representação do leitor.*”

de Fotografia. Aqui, fica mais uma vez caracterizado o movimento que julgamos ter flagrado: é o jornal o ativo, que quer ser avaliado e conduz os rumos desta avaliação. Neste sentido, poder-se-ia dizer que o jornal procura fazer desfilar diante do conselho todos os seus setores da redação, para que nenhum fique sem ser visto e apreciado pelos leitores.

Em contrapartida, ocorre também a atividade dos leitores. O conselho sabe-se enquanto tal. Haverá, na verdade, uma crise de identidade sua, que tentaremos evidenciar mais adiante. A distinção que importa agora é que o conselho *traz* questões por vontade própria. Dois exemplos mais de episódios observados a campo nos ajudam a definir melhor tal distinção.

Curioso: são episódios transcorridos não na própria reunião, mas em seus bastidores. Em um deles, dois leitores, em um momento que sucedia a reunião, enquanto esperam suas respectivas conduções em frente ao prédio de ZH, trocam impressões sobre o funcionamento do conselho em frente ao pesquisador. O contexto é o do grupo B, em início de experiência, portanto. Um dos comentários é uma crítica (aliás, o tom geral desta conversa que flagramos é bem mais crítico do que elogioso) ao modo da presença do convidado daquela noite, a editora de Política. Um dos conselheiros manifesta contrariedade com o fato de a presença desta editora não ter sido anunciada previamente. Se tivesse sido, argumenta, poderia ter ocorrido uma preparação prévia, de sua parte, o que tornaria o debate mais produtivo.

Não se trata de uma dissensão, portanto, mas de um desencontro. Os mediadores não se negam a negociar as participações. Tanto que ao final daquela mesma reunião já ficara definida a pessoa do próximo convidado (o editor do Segundo Caderno). Contudo, na participação daquele dia, não houvera acerto prévio - e por uma razão que desconhecemos, mas provavelmente por algo da ordem do detalhe administrativo, como esquecer, ao final do encontro com os leitores, de combinar o próximo convidado. Aí, o que se manifesta, então, é uma questão de unilateralidade, involuntária, mas unilateralidade. Como no caso que citamos, onde, não havendo disponibilidade do convidado previsto, o mediador tomou a liberdade de chamar outro. Aqui, podemos dizer: o unilateral tende para o resultado da submissão de um dos lados. A conseqüência é o descontentamento, já que se fere a liberdade, em diferentes graus, evidentemente.

Neste episódio, forçado por circunstâncias, o jornal foi mais ativo. Não atuou ao seu bel-prazer, mas seus interesses específicos puderam predominar. Afinal, se tivesse ocorrido discussão, poder-se-ia ter chegado à decisão de uma presença diferente que não a da editora de Política. Quais seriam os motivos que teriam levado à escolha desta editoria? Seria porque ao jornal interessa buscar uma avaliação dos seus atos nessa área, considerando-se que é na área política que o jornal enfrenta seus maiores desafios de legitimidade? Sustentarei depois esta tese. Mas não há como determinar agora se o jornal, ao escolher o editor de Política para apresentar como convidado inaugural do grupo B, teria tido estas motivações.

Curiosamente, a política encontra-se envolvida no segundo episódio que vamos mencionar. Mas de um modo outro. O episódio envolve o grupo A e o espaço em que transcorreu - ao menos o espaço no qual tivemos contato com tal episódio - foi a lista de discussão que este grupo criou na internet. Aí, uma troca de e-mails revela que há um conselheiro descontente com o convidado da reunião que estava por acontecer, o editor de Esportes. O motivo: este conselheiro queria a continuidade das discussões que vinham ocorrendo sobre política e que haviam se acentuado em função do recém transcorrido período eleitoral. Na lógica manifestada por esse leitor, passar da política para o esporte, em termos temáticos, representaria uma degradação na qualidade dos objetivos do conselho, formulados a partir da perspectiva do grupo de leitores. No e-mail enviado, para ser lido pelos participantes do grupo de discussão (todos os conselheiros), há referência ao fato de que houvera uma decisão negociada, entre leitores e jornal, sobre a presença do editor de Esportes na reunião que estava por acontecer – decisão da qual o conselheiro diz discordar. Repare-se em suas palavras:

Eu não (vou) mais me manifestar já que vocês cairam⁷⁹ naquela do esporte. A maioria dos conselheiros não curte e nem estava interessada em discutir com o (nome do editor de Esportes), mas prevaleceu e eu que não tenho papas na língua quando discordei fui massacrado, chamado de intransigente. Eu sei que o Raul perdeu por outros fatores, mas nós conselheiros vamos esquecer a cobertura da eleição no segundo turno para ficar nos deleitando com o (nome do editor), discutindo futebol e outras amenidades.

⁷⁹ É preservada a grafia original da mensagem, incluindo erros ortográficos e de digitação.

Há um rechaço da participação do editor e a explicitação de uma divergência interna ao grupo. O contexto deste episódio é amplo e permite lhe dar um significado mais complexo do que esse, que vamos enunciar agora. Saber que houve o rechaço significa que ocorrem desavenças, até mais do que discordâncias, em torno da convocação dos convidados. Adiantado um pouco do contexto prometido para depois, podemos dizer que este conselheiro, de algum modo, acaba isolando-se no interior do grupo dado o grau de desacordo que ele manifesta em relação à administração centralizada do conselho pelo jornal. Aqui, as vontades de ação, que buscam resultados distintos, chocam-se; porém, não com a vontade do grupo, mas com a de um conselheiro. Mais tarde, explicitaremos como o grupo de certo modo esforçar-se para constituir uma coesão que acaba não sendo alcançada. Tal busca de coerência e, portanto, de força interna, ocorre justamente em função da necessidade de definir objetivos para o papel de conselheiro, objetivos que, em alguns casos, acabaram não se revelando os mesmos que aqueles definidos pelo jornal.

5.2.2.3 A “pauta” e as individualidades

Quem são esses? Refiro-me aos conselheiros. O que cada um pode? Olhá-los atuando nas reuniões chama para um compromisso assumido. No grupo A, sobre o qual detivemos mais tempo o nosso olhar, ocorreram cisões, desavenças. Que papel desempenhar?

Qual o problema das reuniões, para onde ir? Findas as participações dos convidados, é chegada a hora das participações individuais. Cada conselheiro deve colocar-se. Quem são eles? Como colocar-se? Há uma função pública. Como aceitar um papel desses? O que haveria quanto à existência de um possível estatuto definidor? As explicações fornecidas pelo diretor de redação serão suficientes?

Presenciamos a reunião inaugural do grupo B. Fornecem-se as informações básicas. Precisaremos aqui reconstituir esse momento. Após a fala de teor institucional de Jayme Sirotsky, o mediador assume a palavra. Reforça a noção que Sirotsky havia expressado, de

accountability, para contextualizar o significado que possui, para a empresa, o conselho. Em seguida, passa a falar sobre o modo de funcionamento do mecanismo. Reproduzimos abaixo um trecho do registro que fizemos do encontro:

Mediador:

- Qual é a regra do conselho? Não tem regra. E não tem assunto tabu. Não há a menor possibilidade de nos incomodarmos com as críticas. Se não houver crítica, perde o sentido.

Diz que é normal acontecer um “eventual elogio”. Prossegue:

- Outra regra: não tem certo ou errado. O jornal é Grêmio ou Colorado?

Ele procura salientar que os leitores não devem se preocupar em ficar ao lado do jornal. Diz que as percepções dos conselheiros servem para fazer “correções de rumo”.

Acrescenta:

- Terceira regra, muito suscinta: estamos aqui para discutir o jornal. (...) Não é para o público essa discussão. Ela é interna. Então eu vou puxar, trazendo a discussão para o produto. E conclui:

- Fora isso, não tem regra.

Olhemos agora com mais um pouco de atenção. Somando-se a este trecho outro já citado, em que o mediador fala sobre a função social dos conselheiros, e outras passagens anteriores, em que se abordou os limites da aplicação das críticas elaboradas pelos leitores, consegue-se afirmar que os esclarecimentos prestados pelo mediador poderiam ser divididos em três categorias principais:

1) *Crítica franca* - Espera-se a crítica dos leitores, e a crítica honesta. Poderia se dizer que a principal atribuição do conselho é criticar o jornal.

2) *Função social* - Há o cumprimento de uma função social. O conselheiro, ao desempenhar sua função, estará desempenhando uma atividade de impacto social. Talvez não se trate exatamente de uma regra, mas de uma premissa que ajuda os conselheiros a formarem um significado em torno do próprio papel. Pode-se dizer ainda que o conselheiro

não é um representante do leitorado, ou de parte dele, no sentido de ter recebido um mandato. Contudo, não é desrecomendado pelo jornal que os conselheiros busquem ampliar a base de sua crítica ouvindo outras pessoas e procurando saber o que elas pensam sobre Zero Hora.

3) *Poder de influência* – Os leitores não recebem poderes especiais. Trata-se de uma instância de audição. Busca-se ouvir, sim, mas não há o compromisso com a adoção de sugestões que aí surgem.

É necessário comentar que, no trecho reproduzido logo acima, o mediador fala em um caráter interno das discussões (“Não é para o público essa discussão. Ela é interna.”), o que de certo modo contraria que estamos definindo como um caráter público ou social da função, e que seria atribuída pelo próprio jornal. Mais adiante, ficará explícito o quanto este é justamente o principal foco das tensões que se estabelecem em torno da definição da identidade dos conselheiros.

As características que definimos acima, contudo, não encontram-se formalizadas em algum modo típico de explicitação - algum texto escrito, por exemplo. São enunciadas pelos mediadores quando tal fato se faz necessário. Foi o caso, por exemplo, do episódio que relatamos, por tratar-se da reunião inaugural de um grupo, onde estavam leitores que desconheciam totalmente a lógica de funcionamento do conselho. Neste sentido, possuíam ali uma visibilidade, mas algo fugaz e de caráter não ostensivo.

Que espécie de acordo se formará a partir destas enunciações das regras do jogo? Quem, entre os conselheiros, a elas se submeterá integralmente? Haverá algum tipo de desvio, não no sentido de burlar a regra, mas no sentido de conferir-lhe um significado próprio?

Não tenho olhos suficientes para descobrir a individualidade de cada conselheiro e relacioná-la ao desempenho do papel que lhe é conferido por Zero Hora. Esta seria uma busca de pesquisa extremamente complexa e específica, requerendo instrumentos especiais de análise. Desse modo, pode-se dizer que cada um destes leitores passará como que oculto perante minhas intenções de pesquisa. Somente posso recriá-los, vagamente, para assim obter uma tênue idéia do que são. Posso saber, contudo, que há um papel a ser cumprido,

cujo desenho foi traçado logo acima. Quem caberá neste molde? A resposta que tenho, com base na pesquisa de campo, é a de que cada leitor tentará se adaptar a tal molde, a ponto de rasgá-lo quando houver uma maior incompatibilidade entre o que o jornal, que formula e determina as regras do jogo, quer, e o que cada conselheiro, individualmente, ou mesmo em grupo, busca. Pretendemos demonstrar esta situação, a começar pela tentativa de ver como as individualidades se expressam no segundo momento constitutivo das reuniões do conselho, chamado de “pauta”. Primeiro, tentaremos descrever de modo abrangente o perfil de atuação de três conselheiros (a quem identificamos através das designações *Azul*, *Amarelo* e *Vermelho*). Em seguida, exploraremos esta descrição do “perfil de atuação” de mais um conjunto de conselheiros pelo viés dos *conteúdos* das críticas que estes leitores levam às reuniões durante a “pauta”.

Conselheiro Azul - Leitor combativo

O grupo de conselheiros é organizado pelo próprio jornal. Como em um processo de paternidade, há uma ascendência do criador sobre a criatura, no sentido de que a criatura, no caso, o Conselho do Leitor, depende do criador, ou seja, de Zero Hora. Ao mesmo tempo, há sempre o potencial de um levante. Por quê? Porque os indivíduos são livres e os pais, potencialmente tiranos. O pai sabe, contudo, que tem por papel dar autonomia ao filho.

Azul é o mais revoltado contra o pai. Como descrevê-lo? Certamente forte, combativo. Conseguiu, de algum modo, congregar os colegas em torno de um objetivo originalmente seu que, conforme se revelará mais adiante, será capaz de mobilizar parte significativo do grupo A em torno de um legítimo projeto de autonomização. Infelizmente, não tive oportunidade de observá-lo a pleno. Esteve presente a apenas duas reuniões a que eu assisti. Também negou-me entrevista (alias, o único conselheiro a que me dirigi e que adotou tal postura). Conheço-o melhor da lista de discussão do grupo na internet, onde é um dos membros mais ativos.

A chamada “pauta”, via de regra, transcorre depois da participação dos convidados. Há exceções, que confirmam a regra. Na reunião final do grupo A, por exemplo, não comparecem convidados. O encontro começa então com a própria “pauta”. É uma das reuniões por mim presenciadas a que Azul está presente.

O encontro começa. Ele é o primeiro pegar a palavra. Reproduzo abaixo trecho do registro que fiz do encontro:

Azul:

- Há uma pergunta que não quer calar.

Ele fala do incidente envolvendo a queima de um carro da RBS, no interior do Estado, por integrantes do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST). Pergunta ao mediador se a empresa recebeu uma nota do Sindicato dos Jornalistas alertando sobre possíveis riscos nesse sentido. Indaga:

- Esta carta chegou?

Mediador:

- Oficialmente, não posso te dizer. Mas, pelo que eu sei, sim.

Azul:

- A empresa levou em conta (...)

Mediador:

- (É uma) história de divergência entre a direção do sindicato e a direção da empresa. É mais uma carta. Essa carta soou tão mal aqui na redação e no meio jornalístico. O sindicato perdeu a categoria em massa. Acharam a carta o supra-sumo da falta de sensibilidade. Como se fosse uma ameaça (...). Mas achamos por bem não publicar porque parece que estaríamos nos provalecendo diante desta fraqueza do sindicato. O sindicato não concorda com a RBS, o Rigotto não concorda, o Fogaça não concorda. Mas o próprio PT repudiou este ato.

Azul:

- Obrigada. Estou satisfeito com o esclarecimento.

Azul não chega a apresentar uma crítica. Antes, busca um esclarecimento. Cobra, na verdade, uma posição, ou melhor, põe-se numa postura de exigir que o jornal levasse em conta as considerações do sindicato. Este conselheiro, como já dissemos, possui um espírito combativo e militante. No grupo de discussão na internet, revela-se como o mais forte opositor do jornal, ou um dos mais. O perfil que transparece, por ali, é a de militante político de alcance intelectual alargado pela posição social alcançada e, provavelmente, também devido às suas capacidades pessoais.

Na mesma reunião, depois de a questão do ataque ao carro de ZH ter rendido um pequeno debate (três conselheiros manifestaram-se: um como que repetindo o tom de cobrança suscitado pela afala de Azul; outros dois perguntando por detalhes do episódio), Azul faz um elogio a uma crônica do colunista Paulo Santana, com o qual esgota seu momento de intervenção na pauta.

Azul:

- Eu não aplaudiria o Paulo Sant'ana. Mas nesse última reunião quero render uma homenagem pela sensibilidade em relação à crise que pessoas estão vivendo. Achei a crônica de domingo muito interessante. É um primor de crônica.

A crônica versa sobre as perdas da vida. Azul completa:

- Hoje as relações estão mais pragmáticas. (...). Assim, parabênizo o Paulo Santana.

Mediador:

- (...). Se o mesmo texto fosse publicado há dois anos, seria taxado de capacho do seu patrão. Por isso que é difícil lidar com movimentos sociais. Essa é a nossa dificuldade. Porque as pessoas lêem o que querem ler. Se fosse dois anos atrás, haveria de novo protestos etc⁸⁰.

O mediador acrescenta que o texto do Santana "praticamente" pede o impeachment do governador Rigotto.

⁸⁰ Há um resíduo, nesta fala do mediador, da conversa que se desenvolvera pouco antes, sobre a queima do carro da RBS por integrantes do Movimento dos Sem-Terra.

O tom neste momento da fala de Azul é efetivamente modulado pela contexto de fala final, de reunião de despedida. Há uma cordialidade evidente. O elogio, na verdade, é difícil de acontecer, o que representa um dado a mais na demonstração da hipótese de que a crítica é a tônica do conselho.

Conselheiro Amarelo - Será o leitor comum?

Me surpreendo com este conselheiro. Será ele um leitor básico, um leitor médio? Não consegui olhar para Amarelo a não ser através desta minha cortina de pensamentos próprios – com pouca objetividade, portanto.

Vamos, então, reconstituir o que falou-se a seu respeito, o que talvez nos ajude a ganhar mais distância. Há entre nossos dados o depoimento de um conselheiro que adula Amarelo. Trata-o como uma pessoa que mereceria afeto de companheiro. Enaltece nele especialmente o que chama de “neutralidade”. Amarelo, então, não seria comprometido com ideologias políticas de esquerda, pelas quais este leitor elogioso demonstrou um certo despreço. Falaria, Amarelo, apenas sobre o que vê no jornal, a partir da sua própria realidade, de problemas concretos que traz da sua própria vida, e não de programas e projetos políticos, juntando-se a isto o fato de que este leitor, ainda assim, manteria uma linha de atuação de forte crítica ao jornal, mesmo na área política. “Neutro”, em termos ideológicos e político-partidários, mas opositor do jornal, ao, sem constrangimentos, fazer a crítica. Na opinião deste conselheiro, Amarelo seria o conselheiro ideal. Vale a pena resgatar a integridade deste fala:

- (...)Ele fazia essa figura de quem não, não..., não, ele, ele alegava esta questão de que a Zero Hora publica algumas coisas que não são os fatos verdadeiros. Ele citou um exemplo que aconteceu com ele, que a Zero Hora publicou, acho que tu tava presente, um acidente, e tal, né, então ele questiona muito esta questão dos pontos de vista tomados pela Zero Hora. Mas eu acho que dentro de uma questão política, ideológica, ele era o mais neutro de todos. Acho que ele é o que captou mais o espírito de criticar a Zero Hora naquilo que ele acreditava. Eu acredito que muitos lá acabaram se deixando levar pelas suas

influências políticas e às vezes também pelo ego, acho que ficou muito marcado isso. Mas... ele, acho que foi a pessoa que foi com a intenção própria do conselho. Ele era o mais neutro. Eu não sabia se ele, tipo, que partido político ele era, o que ele pensava do governo. Ele falava exatamente aquilo, o que ele acha errado. Independente da ideologia política dele, ele criticava.

-Ele se guiou no jornal...

- No jornal, no jornal. Ele criticava as questões, ele não, tipo, não tinha uma defesa. Ele não estabelecia uma defesa do tipo, eu vou defender esse lado aqui porque eu sou desse lado e vou criticar o outro. Não, ele criticava tanto direita quanto esquerda na questão política.

- Mas, tipo... uma vez eu escutei lá, eles estavam discutindo assim, as privatizações. Daí a questão vai e tão discutindo a privatização, aí o (nome do mediador da reunião) precisa puxar, diz não, estamos discutindo o jornal. É isso que tu tá dizendo que ele fez?

- Não. Ele fazia mais assim a defesa, ele levava o ponto de vista dele, a experiência própria dele do que acontecia na... ao redor, assim, digamos assim, as notícias, ele pegava as notícias que realmente afetavam ele na verdade, tipo a questão da saúde, a questão de segurança, estas questões que eram publicadas no jornal, que afetavam ele diretamente, era isso que ele levava, cobrava da Zero Hora, tipo, ô, porque não tem uma cobrança maior nesse setor aqui da saúde, porque tá acontecendo isso aqui, e tá acontecendo aquilo lá, mas eu não tô vendo sair no jornal. Ele fazia essa cobrança aqui, ã, diferente dos outros. Não vou dizer também diferente de mim porque, ã, eu fui mais lá como, no último dia eu falei, eu acabei indo mais lá como ouvinte. Então a minha participação, a minha cobrança não foi tão efetiva assim, mas a maioria dos membros do conselho cobraram coisas que... que favoreciam mais as suas ideologias políticas do que realmente o... as pessoas que o jornal atinge, a... não sei se tu me entende.

- Ele seria um leitor mais... mais comum?

- Mais comum (tom de confirmação). Ele seria um leitor mais comum. É. Ele seria um leitor comum. Ele seria o leitor mais comum de nós ali, era o mais neutro, que se tivesse assim dez dele ali dentro, aí sim, o conselho ia ser válido. Porque eu acho que a Zero Hora ainda tem essa coisa assim... ele eu acho que foi o mais neutro e o mais verdadeiro de todos os membros daquele conselho.

Eu diria, mais simples. O leitor mais simples. Será que consigo interpretar o que o leitor elogioso quis dizer de Amarelo, quase o enaltecendo, compondo uma ode em seu favor? Sem dúvida, considerarei Amarelo mais simples. Terei, durante a entrevista, botado palavras na boca do entrevistado, sugerindo que Amarelo é o “leitor comum”? O entrevistado, contudo, confirmou: este (Amarelo) é o leitor comum. O que o leitor elogioso diz na entrevista, também detectei na observação direta que pude fazer do comportamento de Amarelo: uma referência às suas próprias situações de vida.

É reunião do conselho: momento da pauta. Depois de terem sido entrevistados/avaliados dois editores pelos conselheiros, Amarelo pega a palavra, que, ao rodar pela mesa, é colocada ao seu dispor. Fala de uma situação problema tirada de seu cotidiano de trabalho e que virara assunto na imprensa. Cumpro esclarecer que Amarelo atua profissionalmente em um órgão de caráter público. Situação *sui generis*, portanto: há no conselho alguém que momentaneamente passara da simples condição de leitor para a de fonte jornalística. Sua fala é de tom extremamente queixoso. Relata que um comentarista da Rádio Gaúcha (veículo do grupo RBS) interpretara erroneamente o episódio - um litígio envolvendo o órgão de caráter público em que Amarelo trabalha e a polícia militar -, emitindo com isso uma opinião injusta, desfavorável à participação do conselheiro no dito episódio litigioso. O mediador pergunta se a notícia, em Zero Hora, havia sido dada com correção. Ele afirma que sim. O problema só se referiria, portanto, ao desempenho do comentarista da rádio.

O que a rádio Gaúcha tem a ver com Zero Hora, ou melhor, com os membros do Conselho do Leitor de ZH? Nada, absolutamente nada. Contudo, ocorre aí uma outra característica que singulariza este leitor: possui ele a visão, explicitada durante a entrevista que nos concedeu, de que deveria haver uma aproximação entre a atuação do conselho de ZH e outros veículos da RBS (ele cita nominalmente a Rádio Gaúcha e a RBS TV). Veja-se sua fala neste sentido:

- (...) a gente não vê aquilo funcionando dentro da RBS. Infelizmente, dentro do jornal, assim, especificamente dentro do jornal, e isso também, porque serve também pro rádio, pra televisão.

- O quê?

- Algumas críticas que a gente fez, da imparcialidade, ela serviria pra todo grupo.

- Tá, mas tu tá querendo dizer que as críticas que fizeram ali poderiam ter chegado aos outros?

- Eu acho também, ou, no mínimo, se a empresa é intencionada, no mínimo ela tem que criar também ouvidores também pro grupo, pra rádio e televisão, alguma coisa nesse sentido. A gente imaginou, que, se vamos levar ao pé da letra que os conselheiros tão tentando ajudar e tão ajudando o jornal, também poderia se formar um conselho da rádio e um conselho da televisão, ou um conselho que abrangesse todas essas áreas, porque quem lê o jornal, também escuta o rádio e ele vê a televisão também.

- O que tu mais esperava que fosse ouvido e não foi ouvido?

- O fato da parcialidade como os assuntos que são colocados.

- De um modo geral?

- De um modo geral.

- Não é só na política.

- Não.

O leitor, individualmente, é o único que pensa desta forma. Parece tratar-se de um caso de elaboração própria de significados, independente dos significados propostos pelos administradores do conselho. O leitor demonstra ignorar que o Conselho do Leitor de ZH é estanque em relação às outras instâncias por ele mencionadas. Uma série de filtros barra a passagem de opiniões já dentro de ZH. Extrapolar este âmbito, chegando às estruturas da rádio e da televisão, seria uma tarefa ainda mais complicada. Além disso, se Zero Hora monta uma instância de avaliação onde as opiniões não tem peso de obrigatoriedade, tais condições parecem passar ao largo da apropriação de sentido que faz este conselheiro. Ele esperava, de fato, que Zero Hora corrigesse a postura editorial por ele considerada parcial, e que ainda extrapolasse esta correção para outros veículos do grupo de mídia.

Amarelo, como se vê pelo trecho da entrevista reproduzido acima, é um leitor crítico, formulando opiniões que fustigam o jornal com a acusação de imparcialidade, fazendo isso, nas reuniões, isoladamente ou em conjunto com outros leitores. Uma das críticas mais recorrentes que vimos surgir durante as reuniões que acompanhamos foi esta:

uma espécie de cisma com a idéia de que o jornal é tendencioso a ponto de favorecer o então secretário estadual da Segurança, José Otávio Germano, em particular, e a administração do governador Germano Rigotto, em geral, sempre manifestada durante os momentos da pauta.

O que haverá nestes momentos? A crítica pesa, pelo fato de ser proferida em conjunto, quase num unísono. Observe-se o seguinte desenrolar de falas em uma das reuniões que observamos. Iniciada a pauta, o primeiro conselheiro a assumir a palavra queixa-se que, ao enviar um texto para a sessão de cartas do jornal, comentando criticamente uma viagem que havia transcorrido do governador Germano Rigotto à Itália, havia ocorrido um processo de edição de conteúdo com o qual não concordava.

- Omitiram a minha menção ao nome do (deputado) Vieira da Cunha. Gostaria de saber porquê.

Deste ponto o leitor passa à crítica do próprio fato noticiado em ZH. O mediador contrapõe-se.

- Deixa eu fazer uma pergunta. Vocês viram a notícia da viagem em outros jornais?

Ninguém havia visto. O mediador insiste:

- Vocês vêm em outros lugares? Alguém comentou com vocês a notícia?

- Mas o nome do Rigotto continua intacto - comenta outro conselheiro conselheiro.

Este leitor passa a reclamar do que seria uma postura acrítica do jornal em relação ao governador. “Às vezes pega um secretário para falar mal”, diz ele. Mas o nome do chefe do Executivo, afirma, não é atingido.

- É verdade - concorda outro conselheiro.

Amarelo fala:

- Tenho uma crítica. Porque o (José Otávio) Germano (secretário estadual da Justiça e Segurança) chega na (rádio) Gaúcha e o Lasier Martins (apresentador da rádio) se ajoelha aos pés dele? Se é numa outra época, meu deus do céu⁸¹.

- Concordo - diz um conselheiro.

- Concordo - diz outro conselheiro.

- Vocês leram as matérias? - pergunta o diretor de redação.

⁸¹ A referência que ele faz a “outra época” relaciona-se ao ocupante da pasta da Segurança durante o governo de Olívio Dutra, José Paulo Bisol.

- O Rigotto está de lombo liso - responde um dos leitores.

A sequência de opiniões críticas cria um clima de pressão sobre o jornal – e de uma conseqüente expectativa por resposta. O mediador acaba por se manifestar.

- No conselho, estamos mais para ouvir. Não para dizer se percepção (dos conselheiros) é justa. Não é esse o papel do conselho.

Neste momento da reunião, anoto que o mediador me parecera um pouco intimidado pela situação. Sua resposta não corresponde à intensidade das críticas recebidas.

Vamos rever a cena. De um fato particular, a viagem do governador, e sua cobertura no jornal, passa-se a uma crítica global da postura editorial do jornal, que implicitamente - é isso o que se diz - estaria sendo acrítico em relação ao governo do Estado. É um colocar sobre a mesa, sem constrangimentos. Se, como demonstramos antes, o mediador apela para a franqueza dos conselheiros recém empossados do grupo B, aqui (no grupo A, anterior ao B) esta franqueza já se encontra estabelecida, não é preciso mais apelo algum. Será que tal franqueza dói, que fere a auto-estima do mediador?

O clima nesse primeiro episódio que relato foi de uma pressão absoluta: o conselho parte para o ataque. Lembra um jogo de futebol. Um primeiro conselheiro pega a bola e desfere o primeiro chute. Outros atacantes vêm e colocam-se em posição de cumplicidade, dizendo concordar, reforçando assim o golpe que havia sido desferido. Em seguida, um destes atacantes remete outro golpe derivado do primeiro. O enunciado e a enunciação são humilhantes. Fala-se que o adversário peca naquilo que deveria ser seu ponto forte: a isenção e a objetividade. Fere-se assim a moral, a dignidade da casa. O gesto humilhante, agressivo, irônico, ganha a cumplicidade de outros dois conselheiros.

Tudo isso é dito “na cara”, jogado sobre a mesa. O mediador fica acuado. A sensação que tiro do ambiente é a de um constrangimento no sentido de pressionar. Com efeito, fica posto um clima de expectativa por resposta. Calar-se é ser derrotado na arena representada pela reunião do conselho. Que estranha vitória os conselheiros beligerantes aí obtém? O mediador engole a resposta. Não diz nada. Certamente, teria muito a dizer, como se verificará mais adiante. Ele mantém a espada baixa. Reforça, apenas, que há uma postura auditiva, esta mesma que já destacamos existir de fato.

Para onde vai o conselho? Até onde ele chega, a que ouvidos? Conforme nossas observações, os jornalistas de Zero Hora parecem estar acostumados a ouvir acusações

como as que relatamos acima. Quantos mecanismos de defesa já estariam, então, consagrados? Na reunião seguinte, o tema volta. Surge inesperadamente, como uma onda que aparece formada em meio a outros marulhos. Quando se vê, rebenta, quebra-se no choque com o rochedo. Há um ataque à postura do jornal em relação à política de privatizações no governo do Estado. Reclama-se do apoio do jornal a esta política, expressado em editoriais. Diz um leitor:

- Queria solicitar que Zero Hora tivesse postura mais crítica em relação ao governo. Houve editoriais aprovando privatizações, que não é solução, nem aumentar imposto. Vocês começam os textos justificando o governador.

Outro leitor reage: manifesta um ponto de vista diferente. Sugere que desenvolva-se uma pauta a partir da qual a editoria de Economia elaboraria uma matéria explicando o processo de privatização. Há uma ponderação, e o tom é apaziguador. A seqüência, contudo, é de um novo ataque. E é Amarelo, o conselheiro cuja postura agressiva estamos descrevendo, que vem com a bola. Diz que Zero Hora “fala mal” do funcionalismo e do Banrisul⁸². E complementa:

- Mas do secretário de Segurança não aparece nada.

É o retorno da onda inesperada. O jornal desta vez, contudo, defende-se. O mediador cita o caso de duas matérias publicadas recentemente, que teriam problematizado a questão da segurança. Fala ainda que haveria um processo pelo qual as fontes sentirem-se vítima do jornal seria um procedimento corrente. Deste modo, ocorreriam reclamações de ambas as partes: de leitores, que vêem o jornal defendendo políticos; e destes mesmos políticos, que se vêem, no lugar disso, prejudicados pela cobertura que o jornal costuma dar. Fala o mediador:

- Perguntem o que o Germano (José Otávio Germano, o então secretário de Segurança) se queixa do noticiário de polícia da Zero Hora.

Porque a postura do diretor terá mudado em relação à última reunião? Teria se cansado de ouvir calado, apesar da preferência pela postura auditiva que ele mesmo havia alegado, por ocasião dos ataques da reunião anterior? Duas reuniões depois, o tema volta, em um momento atípico do conselho - acontece um encontro esvaziado, com apenas dois integrantes. O mediador é outro. Um novo embate em torno da acusação de que Zero Hora

⁸² Banco do Estado do Rio Grande do Sul.

beneficia o secretário de Segurança tem lugar. Reproduzimos abaixo trecho do registro que fiz da reunião. Os leitores estão identificados por conselheiros 1 e 2.

Conselheiro 1:

- (...) e a campanha para o nosso secretário de Segurança tá grande.

Relata que viu frase sobre ele no jornal (...). Relata que também ouviu notícia sobre o festival Planeta Altântida com elogios ao secretário⁸³.

(...)

Cita outro caso de aparição do nome do secretário de Segurança em Zero Hora, onde se pergunta por uma eventual candidatura a um cargo eletivo. E conclui:

- Aí fico me perguntando...

Mediador:

- Isso é uma pergunta sem resposta. E a entrevista com o Tarso⁸⁴, há 15 dias, foi vista da mesma forma?

Conselheiro 1:

- Eu não lembro, ele é ministro. Eu nem tô dando bola para isso.

Editor-chefe:

- Mas no caso do Germano tu detectou (?).

O conselheiro 2 pede a palavra, que lhe é concedida.

- Zero Hora passou de oposição sistemática com o Bisol a um apoio grande (ao então atual secretário, José Otávio Germano).

Passa a falar do caso da página de Opinião.

- Tem que tirar os deputados dali e deixar uma página só para o leitor. É uma proteção exagerada ao José Otávio Germano.

Conselheiro 1:

- Tem paparicação, bem no meu popular, no meu direito de leitor.

Ele cita duas notícias na área da segurança, que não teriam rendido postura crítica do jornal em relação a Germano.

- Se fosse um outro (secretário), (o jornal) ia cair na cabeça dele.

⁸³ Festival de música jovem promovido pelo grupo RBS.

⁸⁴ Tarso Genro, então ministro da Educação, ex-prefeito de Porto Alegre pelo PT.

Mediador:

- Posso te falar agora? Esse é um assunto tão complicado que não tem fim. Respeito a opinião de vocês, que não é isolada. No caso do Zé Otávio, nós mesmos estamos pagando pela má administração do Bisol. O Bisol foi um provocador da opinião pública. Tinha atitudes polêmicas. O Bisol tem esse aspecto. Ele vai e fala. E, ele, ao falar, dá a pauta. Então, o Bisol tinha isso. A gente imagina (...) que no caso do José Otávio vamos levar isso para sempre.

Ele ilustra a isenção do jornal com o caso recente de uma notícia:

- Colocamos na capa a agressão a dois jovens negros. Se fosse na época do Bisol, iam cair de pau em cima de nós. (...) Fizemos agora com O Zé Otávio e ele ficou brabo igual. Demos a notícia, mas a gente não estava a serviço de determinado governo ou partido...

O conselheiro 1 fala de uma frase, publicada no jornal cerca de 15 dias antes, que teria manifestado a opinião de que José Otávio Germano era o melhor secretário de Segurança que o Rio Grande do Sul já teve.

Mediador:

- ... não é que tu não tem razão, mas esse caso é tão delicado que ele vai ser olhado com a matiz de quem quer olhar o caso.

O conselheiro 1 menciona novamente o caso da frase.

Mediador:

- Se tu achar essa frase dita por jornalistas de ZH, nós vamos parar e rediscutir toda a empresa, porque aí estaremos burlando uma regra básica do jornalismo.

O conselheiro 1 contrapõe:

- (...)

Mediador:

- O Zé Otávio odeia a empresa. O Fogaça⁸⁵ recém entrou e já está reclamando.

O conselheiro 2 diz que a frase mencionada pelo conselheiro 1 havia sido publicada na sessão de cartas do jornal.

⁸⁵ Prefeito de Porto Alegre, cuja eleição recente havia dado fim a quatro mandatos consecutivos do PT. A menção de seu nome serve para reforçar a idéia de que o jornal é isento, desagradando também a políticos adversários do PT.

É todo um recarregar de baterias. O leitor queixa-se. Seu tom é azedo. Nesta mesma reunião, já anteriormente ele vinha queixando-se, porém de um outro referente. Sem apresentar propriamente uma crítica, dissera que lhe soava mal o modo como os veículos do grupo RBS repercutem-se, um citando o outro, especialmente a rádio citando o jornal.

- Vejo a RBS como criando notícia para repercutir em seus diferentes veículos. A RBS cria notícia para ela mesma.

É um mau-humor, um atacar a partir do ponto de vista que, entre outras coisas, parece conter como que um desgosto com o embatedor. Terá sido um reflexo da reunião anterior, quando o tempo, de fato, havia “fechado”? Como se relatará adiante, a estabilidade afetiva do grupo sofre um grande solavanco quando, por motivos que depois explicitaremos, o conselho vê-se diante da escolha de dissolver-se (o que levou de fato um leitor a afastar-se do cargo). Que tipo de abalo teria então se produzido? Porque, efetivamente, havia transcorrido uma briga entre leitores e jornal - uns leitores mais implicados, outros menos. O leitor que aqui reintroduz o assunto o secretário de Segurança certamente saíra machudado do encontro anterior e agora poderia estar expressando, ainda, esta mágoa.

Queixar-se do favorecimento ao secretário tornara-se já então um hábito, uma maneira de alfinetar. O leitor, neste episódio, traz fatos novos que atualizam a reclamação. Refere-se a notícias e comentários ouvidos em outras mídias do grupo RBS. Ganha o apoio do único outro leitor presente à reunião, que manifestara em reuniões anteriores críticas sobre o mesmo ponto. A intervenção chegaria a uma espécie de ápice quando o leitor queixoso diz: “Tem paparicação, bem no meu popular, no meu direito de leitor”.

É um leitor que se fere? Viemos a conhecer depois a preferências políticas deste conselheiro. É assumidamente de esquerda, ou melhor, perfaz o perfil de leitor que, envolvendo-se nas disputas eleitorais do Rio Grande do Sul, e votando com convicção no PT, considera o grupo RBS, de um modo geral, tendencioso no sentido de prejudicar as manifestações políticas de esquerda. Evidentemente, um leitor com este perfil estaria suscetível de se ver ferido no caso de terem se desenrolado, de fato, aqueles acontecimentos editoriais denunciados (como a frase elogiosa ao secretário, cuja referência como que escandalizou o mediador). Ou, talvez, não os atos editoriais, suscetíveis de interpretação, mas o que o próprio leitor qualificou de “paparicação”. Ver, ou julgar estar vendo, o

adversário político paparicado na imprensa certamente machuca um leitor que venha a ser implicado.

Será este um leitor comum? Porque ele evoca o seu “direito de leitor”? Esta situação contrasta com as falas daquele conselheiro, citado acima, que elogia Amarelo como sendo o conselheiro ideal justamente por não possuir ideologias político-partidárias, por ser “neutro”. Por que ter partido solaparia o direito de ser um leitor mais representativo do conjunto de leitores? Parece que esse leitor comum, na avaliação deste conselheiro a que estamos nos referindo, seria uma espécie de santo, ente não ferido por necessidades e interesses. E que só pensaria então na simplicidade do seu próprio bem, que seria o bem de todos. É interessante pensar que tal raciocínio, ao apregoar a virtude do ser “neutro”, como que subtrai o direito de tomar parte, no caso, de assumir preferência por um partido político. Seria uma conclamação à suprapartidariedade como condição ideal?

Desta vez, o jornal defende-se, e com maior veemência. As estratégias não são idênticas às usadas pelo mediador na oportunidade anterior, em que se discutira também o tema do secretário de Segurança, mas muito parecidas. A principal delas parece ser esta pela qual o jornal atribui as acusações de imparcialidade a um problema de subjetividade. Cada um olha conforme o seu prisma. Deste modo, todos sentem-se prejudicados porque o jornal, justamente por ser isento, não beneficiará prisma algum.

Conselheiro Vermelho - Leitor aplicado

Quem será esse leitor? Cada um traz a combinação possível da relação pessoa-ambiente/ambiente-pessoa. Vermelho captou como o significado do ambiente do Conselho do Leitor? As possibilidades de interpretação são múltiplas, talvez até inesperadas. Um dos conselheiros me fala, em entrevista, que um integrante do grupo A, logo cedo, por volta da terceira reunião, abandonara o posto. Motivo: se decepcionara com o fato de que os conselheiros teriam uma voz menos ativa do que ele supunha inicialmente. Um fragmento de memória deste conselheiro entrevistado recorda: houve aquele colega que desistira de comparecer aos encontros. Ouça-se:

- Até teve um que abandonou acho que na terceira reunião porque, foi um médico, porque ele se sentiu assim, que ele não ia ter êxito naquilo que ele pensava, até por frustração ao que ele pensava e em relação ao que estava acontecendo. Ele tinha uma expectativa de que o conselho teria mais voz a partir daquele momento. Ele pensava que alguma coisa fosse mexida a partir daquele momento. Isso foi o que ele me colocou. Ele pensava assim, a partir do momento em que o conselho tá reunido, se ele tá dando sugestões, estas sugestões automaticamente entrariam em prática dentro do grupo. E isso, como ele não tava vendo isso acontecer...

As razões são claras, apesar de toda bruma narrativa. Um homem contou a outro, que agora conta a um pesquisador. O que sobra do fato puro, mediado por tantas subjetividades? Resposta: a persistente afirmação de que alguém frustrou-se porque gostaria de reinar. Perdoem-me a licença poética: ó sujeito, porque persistes tanto? Por que não vais embora? Este, do exemplo, efetivamente foi.

As intenções acabam desencontradas. Quem é esse conselheiro, afinal, Vermelho? Foi um dos que mais me impressionou. Passou-me a sensação de um máximo controle. Saberria ordenar as situações, seus próprios impulsos. Na lista de discussão na internet, enquanto trama-se, sob certo sentido, contra o jornal, foi o único a permanecer como intermediário entre os seus (ou seja, os colegas conselheiros) e ZH.

Vermelho opina. É a última reunião do grupo A. Diz ter a impressão de que o caderno Vestibular (um dos muitos suplementos de ZH) teria seu foco por demais centrado nos leitores da Capital. O que se desenrola, então, é interessante. O mediador adota um procedimento que vi somente ele fazer (na comparação com o outro diretor que medeia as reuniões): acionar um telefone armado com dispositivo de viva-voz, pelo qual contata o editor responsável pelo caderno criticado pelo leitor. Todos na sala, então, ouvem o mediador explicar ao interlocutor, do outro lado da linha, a situação de queixa. Diz que está na reunião do conselho e que um leitor falara da predominância de foco que haveria no caderno. O editor, constrangido, responde:

- Confere. Precisamos ver isso.

A transparência do mediador não passa desapercibida. Afinal, seu subordinado é pego de surpresa. Como poderia ter reagido? Se ele responde que há, de fato, o problema indicado, não há como deixar de pensar que haverá algum tipo de providência, afinal, todos

viram o que se passara - e o jornal não tomar providência alguma é contradizer o reconhecimento de uma falha apontada pelo conselho.

O mediador então tece um elogio em referência ao transcorrido. Diz que o comentário de Vermelho ilustraria bem o papel do conselho, por “ajuda a ver” problemas que, no cotidiano, passam despercebidos aos olhos dos jornalistas.

- (...) Serve (o conselho) para nos desviciar, nos desintoxicar. (...) Vocês nos ajudam a ver.

Observar Vermelho atuando como conselheiro me passou sempre a sensação de quem trazia de casa o dever cumprido. Um conselheiro, como em qualquer outra atividade, poderá desempenhar bem ou mal sua função, o que acarretará, obrigatoriamente, uma impressão causada a outrem, como os colegas, por exemplo. O dever de um conselheiro pode não ser simples. Precisa fixar-se na edição completa de um jornal diário de no mínimo 40 páginas, além de vários cadernos. No período de um mês, quem comporta criticamente todo este conteúdo? Vermelho, junto com outro conselheiro, forma então uma dupla que, num grupo de oito, mais dá mostras de que trabalha de modo sistemático, preparando-se para as reuniões. Ambos trazem suas observações organizadas, em pontos que são arrolados um a um no momento em que assumem a palavra, na hora da “pauta”. São também os dois conselheiros que mais trazem observações, o que muito provavelmente encontra-se relacionado a condições/capacidades que esses conselheiros possuem de organizar suas críticas sobre o jornal. Tornam-se, com isso, mais produtivos.

Vermelho possui ainda disposições para o ataque, apesar da postura de acentuada ponderação. Como no caso de outros conselheiros, conforme já se demonstrou, ele *cobra* do jornal. Com frequência, expressa que tal ou qual posição/ação editorial de ZH causa nela algum tipo de afetação (irrita-se ou indigna-se). É o caso desta sua intervenção, cuja transcrição extraímos do registro de uma das reuniões:

- Eu preciso saber. A Zero Hora não se preocupa em nada com os informes comerciais? Por quê? É que eles têm cada vez mais cara de notícia. Eles não têm compromisso de fonte e saiu na Zero Hora. O povão não distingue (...). É informação descontrolada.

O mediador admite:

- *É problema para nós. Legalmente, solucionava. Mas, eticamente, não. Vamos levar esse assunto adiante. Gostaríamos de eliminar isso. É um problema para nós. Tu tem razão, e nos deixa desconfortáveis.*

Vermelho:

- *E se um maníaco quiser fazer carta aberta, vai ser aceito?*

Mediador:

- *Vários anúncios são barrados por semana nos classificados. Tem censura, a partir do departamento jurídico.*

Note-se como o conselheiro toma a palavra e introduz aquilo que quer dizer: “eu preciso saber”. Ora, mas porque haveria esta urgência, a que se prenderia esta necessidade de saber? Minha suposição, considerando todas as características deste conselheiro, é a de que tratar-se-ia de uma manifestação, expressa nesta fala, do modo como é assumido o papel de conselheiro. Um modo compenetrado, que busca recursos (“eu preciso saber”) para desempenhar seu papel a contento, e que também compreende uma atitude de cobrança.

5.2.2.3.1 Os conteúdos de cada leitor

Os três conselheiros vistos acima não podem deixar de ser sujeitos específicos. Cada membro do conselho o é e sempre o serão, independente do papel a ser cumprido. Deste modo, cada um dará a sua solução frente a tarefa de ser conselheiro. Os perfis de atuação, conforme anunciamos antes, podem ser complementados pela descrição dos conteúdos que cada leitor leva para as reuniões no momento da “pauta”. Para este procedimento específico, usaremos uma designação dos conselheiros por letras (A e B). Destacamos mais dois leitores, ambos do grupo A, especificando exemplos de temas tratados nas reuniões e tecendo, em seguida, comentários que procuram vincular o fato destes temas serem levados para a reunião do conselho com as características individuais de cada conselheiro.

Leitor A - Jovem e “social”

Conteúdos⁸⁶:

- *Assinatura de ZH* - Comunica que enfrenta problemas com a entrega do jornal em seu local de trabalho.

- *Evento de games digitais* - Diz que sentiu falta de matéria sobre evento específico de games digitais no caderno de informática de ZH.

- *Coluna Sobre ZH* - Formula a pergunta sobre quais são os critérios de funcionamento desta coluna.

- *Prêmio Esso de Jornalismo* - Pergunta porque ZH não publicou matéria sobre vitória de jornal de bairro de Porto Alegre, o Oi, no Prêmio Esso de Jornalismo, considerado o principal do país.

Foco comunitário - Elogia o jornal, dizendo que haveria aumentado espaço editorial para matérias de foco comunitário, que prestam apoio social.

Caderno sobre o Social - Reforça sugestão de que jornal deveria possuir um caderno específico com foco no “social”.

Show de pop star - Reclama que cobertura de ZH sobre show do *pop star* Lenny Kravitz, em Porto Alegre, teria sido excessiva.

⁸⁶ As listas de conteúdos que apresento não são exaustivas, refletindo apenas o conjunto dos dados que consegui dispor referentes a participação de cada leitor.

Renato Russo - Reclama ausência de matéria sobre aniversário deste cantor pop (já falecido).

Custo da passagem - Sugere realização de matéria dando continuidade à pauta sobre aumento do valor da passagem do transporte coletivo em Guaíba (município da região metropolitana de Porto Alegre).

Comentário

Haveria uma tematização adolescente em função da faixa etária? Provavelmente, sim. É o que se vê no caso da abordagem a temas relativos a cultura pop, como shows, ídolos musicais e *games*. Em entrevista, este leitor nos revela que possuía algo como um tema preferencial. Considerava necessário que ZH abordasse aquilo que ele chama de “questão social”, ou, mais do que abordar, que o jornal criasse uma sessão fixa que fosse voltada para “questões sociais”, onde se fariam matérias

do tipo (...) instituições, matérias em instituições que precisam de ajuda, mais um retrato social de como é que anda a situação do, digamos, assim, das pessoas que estão morando numa favela, uma coisa mais investigativa, aprofundada.

Este leitor também nos revelou que tal idéia havia surgido de uma sugestão de pauta que ele próprio apresentara logo que iniciara sua participação no conselho, e que ganhara acolhimento. A sugestão fora a de que se desse continuidade a uma matéria, já então publicada, que havia contado a história de um fabricante de violinos que almejava fundar uma escola de música para crianças. A sugestão de que esta história fosse retomada pelo jornal, para se descobrir seu desenrolar posterior à publicação da primeira matéria, relata o leitor, teria tornado evidente o quanto o jornal poderia ser um instrumento poderoso de ajuda aos necessitados, uma vez que se descobrira que, depois de ter sua história relatada

no jornal, o fabricante de violinos recebera uma série de apoios para construir a escola que tanto ambicionava ver funcionando.

Leitor B - Político e também técnico

Conteúdos:

Carta e governador – Queixa-se que uma carta sua, criticando viagem do governador do Estado ao exterior, fora indevidamente editada ao ser publicada na sessão de cartas de ZH. O comentário “ataca” em duas frentes: ao mesmo tempo em que reclama da edição à carta, acusa uma tendenciosidade do jornal em favor do governo estadual.

Balanço e cobrança – O leitor apresenta como que um bloco de apreciações sobre o andamento de questões que vinham sendo apresentadas pelo conselho, quando fala inclusive em nome da coletividade. Diz que ZH foi “aprovada” na cobertura das eleições municipais; recomenda que “falta criticar mais o Rigotto (governador do Estado); aponta que a página de Opinião do não teria levado em conta críticas proferidas pelo conselho, pois “não mudou nada”⁸⁷; faz comentário semelhante em relação à editoria de Esportes, onde “nossa sugestão não foi seguida nada, nada”.

Perspectivas – Por se tratar de uma reunião de fim de ano (dezembro de 2004), o leitor apresenta o que chama de “perspectivas para 2005”, referente a temas que recomenda que sejam abordados por Zero Hora. Os temas são: tensões na questão agrária, envolvendo agropecuaristas e agricultores sem-terra, onde aponta criticamente que Zero Hora funcionaria como “estande da Farsul” (entidade de classe dos agropecuaristas); empreendimentos da empresa Aracruz Celulose no Rio Grande do Sul, com o alerta de que plantações de árvores para extração de celulose podem gerar danos ambientais e o pedido de que ZH seja “pró-ativa” sobre o assunto; numa derivação deste último tema, queixa-se

⁸⁷ A crítica constante deste conselheiro, em relação à página de Opinião, é a de que os espaços reservados a artigos privilegiam autores com perfil de autoridade.

que Zero Hora, ao dar cobertura à instalação da empresa Votorantin no Rio Grande do Sul, teria sobrevalorizado o aspecto da geração de ganhos econômicos, esquecendo a questão dos riscos ambientais.

Página Opinião – O leitor comunica que conversara no dia anterior pessoalmente com o editor da página de Opinião, reapresentando a queixa de que artigos selecionados baseariam-se demasiadamente no critério da “autoridade” do autor. Anuncia que, a partir da conversa, passou a nutrir expectativa de mudança neste critério⁸⁸.

Foto do governador - Reclama de foto publicada na capa do jornal, onde o governador gaúcho Germano Rigotto entrega documentos ao presidente da República, Luís Inácio Lula da Silva, em Brasília. Sua queixa é de que a postura corporal dos dois políticos na foto denotaria uma falta de dignidade do governador gaúcho durante o importante ato de entrega do documento.

Prova de inglês na seleção de diplomatas - Afirma considerar que Zero Hora não soube abordar o assunto, tanto na cobertura informativa como em editoriais. “Ela (Zero Hora) não me convenceu como leitor.”

Postura do jornal - Tece comentário sobre posicionamento do jornal em relação à medida do governo estadual que procurava aumentar alíquota do ICMS. Sua fala é irônica, referindo-se ao que seria uma postura parcial do jornal em relação ao governo do Estado: “Pela primeira vez se vê Zero Hora contra o Rigotto”.

Cuba - Critica a colunista de Política Rosane de Oliveira por ter afirmado, em uma nota da coluna Página 10, que o parlamento de Cuba é meramente “decorativo”.

Viagem de repórter - Reclama que matéria do caderno Campo & Lavoura não esclarece se deslocamento do repórter responsável pelo texto havia sido financiado pelas fontes

⁸⁸ Repare-se que o conselheiro dirigiu-se diretamente a um editor, sem a intermediação dos diretores responsáveis pelas reuniões do conselho, o que demonstra uma aproximação maior deste leitor em relação ao jornal, não observada nos casos de outros conselheiros.

empresariais que são citadas na matéria. Em seguida, faz crítica ao caderno, dizendo que matérias valorizam tecnologias que dão prejuízos aos agricultores.

Financiamentos - Sugere que caderno Campo & Lavoura dê atenção a um assunto específico: um plano de financiamento de maquinário para produtores rurais que, segundo este leitor, tem potencial de gerar endividamentos.

Movimentos Sociais - Apresenta fala que permite deduzir que este leitor coloca-se como um intermediário na interlocução entre movimentos sociais de agricultores e Zero Hora. Como que passa um recado ao jornal: “Eu tô tentando com eles (movimentos sociais). Zero Hora tem que ter muito cuidado. (...) Quero que tu (o jornalista que medeia a reunião) dê uma olhadinha para que tu civilize o teu pessoal”. Este “civilizar” seria tornar a cobertura menos desfavorável aos movimentos, já que as matérias tenderiam a apresentar apenas as justificativas dos agropecuaristas com áreas invadidas por agricultores sem-terra⁸⁹.

Turismo sexual em Cuba - Reclama que nota publicada na sessão de Economia noticia o crescimento do turismo sexual em Cuba, sem contudo esclarecer a fonte da informação.

Jornalista parcial - Reclama de parcialidade de determinado jornalista, a quem cita o nome, da editoria de Política. Diz que este jornalista tem vínculos com partidos políticos (PMDB e PDT).

Seca - Reclama que matéria sobre efeitos da seca na agricultura gaúcha tem foco negativista. Sugere que sejam mostrados exemplos de agricultores que conseguiram vencer as adversidades da estiagem em virtude das especificidades de tecnologias que adotaram.

Comentário

⁸⁹ Na parte conclusiva do trabalho, ser verá que esta intermediação localiza-se em um contexto importante, que ajuda a determinar o significado final (mas sempre provisório) que proponho para o caso do Conselho do Leitor de Zero Hora.

O mais notório neste conselheiro, talvez, olhando-o pelo conjunto de temas que apresenta, é o seu posicionamento político. Há também um recorte temático (a agricultura), em virtude de seu perfil profissional. É também um conselheiro persistente, talvez o mais de todos. O posicionamento político aparece nas críticas ao governador Rigotto e no colocar-se ao lado dos chamados movimentos sociais do campo. Aliás, a ideologia do leitor, de esquerda, atravessa praticamente todos os seus comentários.

Será ele um leitor parcial? Com certeza. Não tenha a menor dúvida disso. Em sua entrevista, esse leitor confessa que gostaria de ter sido jornalista, mas que havia desistido por dar-se conta da sua própria parcialidade e incapacidade de isenção diante dos fatos. Daí que, em uma das reuniões do conselho, chega a me elogiar perante os membros da mesa, fazendo referência a uma característica que teria observado em meu comportamento (a frieza de observador, capacidade de apenas olhar, sem envolver-se com as questões). Afirmou que, por não ser capaz de tal postura, de imparcialidade, a admirava.

Há qualidade, contudo, nas suas intervenções. Demonstra conhecimento do funcionamento do espaço público. Neste sentido, funcionou como uma espécie de “mestre” para os demais conselheiros. Por mais de uma vez, ouvi de alguns conselheiros a referência ao fato de que este leitor teria ensinado os demais integrantes do grupo A a ler os editoriais de Zero Hora.

Este conselheiro é, na verdade, um político, inclusive sendo detentor de filiação partidária e já tendo concorrido a cargos eletivos. Daí, provavelmente, também, sua competência para habitar o espaço público. Com certeza, trata-se de uma pessoa preparada para o debate, a análise e a reflexão. Sua vinculação temática também o define. É um técnico. Foi coroado de êxito numa das recomendações que deu ao jornal, como conselheiro: sugeriu o tema de uma matéria, na área da agricultura, que acabou rendendo ao jornal um prêmio de jornalismo, conferido pela Associação Riograndense de Imprensa (ARI). Possui um ar professoral. Muito irônico, provavelmente se enquadraria no que aquele editor que mencionamos acima chamaria de conselho de notáveis (talvez até pela própria idade). Sem dúvida, um conselheiro competente, que se enquadraria num conceito de conselheiro capaz de “perturbar” o jornal através de sua crítica.

5.2.2.3.2 O conselho é “como a vida”

O quanto há de cada indivíduo no cumprimento do papel de conselheiro? Muita coisa, quase tudo? Talvez fique certo que cada um desempenhará o papel à sua maneira, colocando ali seus olhos e suas mãos; seu pensar e seu agir, portanto. O Conselho do Leitor, ao ser considerado desta forma, se nos revelou como um emaranhado de tramas e intrigas. Apesar da imensa dificuldade que teríamos - que qualquer um teria - de apreender esta complexidade (e nem era este o nosso objetivo), torna-se necessário manifestar que este ponto veio a ser aquele que mais nos intrigou.

Difícil apreensão da complexidade, decorrente da variedade de comportamentos humanos. A manifestação deste problema nos feita por um dos diretores, que admitiu não ter conhecimentos técnicos necessários a um processo de condução de grupos.

- Eu não sou especialista em dinâmica de grupo. E todo grupo precisa de uma condução. E acontece que tem gente que gosta muito de falar e os que falam menos.

Seria a confissão de uma incompetência? Nos parece ser o reconhecimento, pelo menos, de uma necessária sensibilidade. O que fazem os sujeitos? Que motivações subjazem a motivos declarados, a precipitações explícitas? Não é que os conselheiros de um jornal não estejam preocupados em ser conselheiros. Mas não adiviria uma outra possibilidade, de que se manifestassem pretensões inúmeras?

Quanta diversidade de comportamentos há num conselho? São ali possíveis vários recortes: classe, gênero, idade, sistemas de crenças políticas. Mas, e se formos nos deter apenas sobre o sujeito, indivíduo em si, sua personalidade? Os exemplos que construímos teriam conseguido expressar esta situação? O que fazer com os diferentes temperamentos?

O diretor confessou uma certa incompetência. Há sempre os que falam mais e os que falam menos, diz ele. Como resgatar estes leitores, para conseguir sua cumplicidade? Como fazer com que um, calado, fale mais? Como fazê-lo acreditar que sua palavra tem valor? O que acontece ao conselheiro que não tem um aproveitamento explícito de suas opiniões? Ele continuará igualmente estimulado a participar? Como prever o que cada um irá fazer com o pequeno poder que lhe é posto nas mãos? O que fará cada um deles com os desagradados que o próprio jornal manifesta?

O que vi no Conselho do Leitor de ZH? Vi o imperfeito. Quem será o conselheiro ideal? Ora, o leitor cidadão, como se discutiu no capítulo anterior, sobre o ombudsman, igualmente não parece existir. É, antes, um modelo. A sua hora, a sua presença, caracteriza-se por ser absolutamente irreal. Algo bem diferente, contudo, é *querer* que ele exista.

Misturei-me aos conselheiros para lhes conhecer a face. Provavelmente, disseram-me o que queriam. Em outros momentos, revelaram-se contraditórios, absurdamente contraditórios. O que vi, portanto, além do imperfeito? A imponderabilidade.

Queríamos ver aqui o momento da “pauta” na reunião do conselho. O vimos a partir do recorte das identidade pessoais. Não é que não haveria outros recortes possíveis. É que se considerou este duplamente importante. Primeiro, porque assim haveria a oportunidade de introdução do próprio recorte. Segundo, porque o vínculo entre as identidades e a pauta me parece ser revelador. O que querem os sujeitos, as pessoas? É pelo desejo ardente de ser que as pessoas entram e portam-se no mundo. O papel do conselho não suplanta o *ethos* pessoal. Antes, funde-se a ele. O momento da pauta era o momento das reivindicações, onde cada um se revelava. Não haveria, ali, nunca, um falar dissociado da pessoa, especialmente porque tratava-se do momento destinado justamente às aparições dos indivíduos. *Cada um* aparecia ali, mais do que em outros momentos, no sentido de que cada um ali se concretizaria como conselheiro - trazendo suas contribuições, mostrando, enfim, seu trabalho - mais do que em outros momentos.

O pegar a palavra para falar e expor-se acaba constituindo-se uma hora crítica: é preciso fazer. Mais do que já ter lido o jornal, será necessário articular-se. Tanto que alguns jornalistas, falando da redação, indicam, sem referirem-se a nenhum grupo específico: há até mesmo aqueles conselheiros que não sabem o que dizer, que falam, de certo modo, forçados pela situação de serem obrigados a falar. Em função disso, apontam estes profissionais, trariam como pretensa contribuição apenas clichês ou banalidades. Veja-se a fala deste editor, neste sentido:

- É dito (aos conselheiros): tu tem que dar opinião sobre isso aqui. E eles dão a opinião que vem na hora.

Ou desse editor também, ainda mais cortante:

- (...) (alguns leitores) só tem opinião superficial sobre essas coisas, (...) emitem opiniões para não estar por fora. Para não dizer que não lê. A opinião é para preencher um

traçadinho. A pessoa repete clichês. “Ah, a economia é muito vendida”. Nesse sentido, vejo dificuldade de tirar coisas mais consistentes.

Efetivamente, um conselheiro pode melhorar em sua crítica. Como saber se há ou não um acerto? Ou então, como não frustrar-se diante da constatação de que o que se diz parece não fazer diferença? É como se eu conseguisse ouvir os editores de ZH dizendo: - *Meninos, nós gostaríamos de dizer que vocês estão sempre certos. Mas não é o caso.* Errar pode se tornar penoso, mas como superar o erro? O indivíduo não gosta de se ver ferido. A dimensão do ser, do eu, não prescinde de considerar-se legítimo (eficiente, no caso dos conselheiros). O grupo A busca esta identificação para si.

Foi o que vi ao travar contato com a lista de discussão do grupo, na internet. A primeira mensagem enviada é mesmo uma auto-congratulação, onde o grupo festeja a sua própria qualidade diante do fato de que foi capaz de articular-se a ponto de providenciar uma lista de discussão na internet. Na mensagem, um conselheiro parabeniza o colega que agiu tecnicamente para fazer a lista funcionar. Diz:

- O nosso conselho é mesmo muito bom.

Esta mesma lista é rica em exemplos neste sentido. Veja-se este outro caso, no contexto de um episódio de extremo vulto, quando o grupo, através da lista, organiza-se em torno de um projeto de autonomização, que detalharemos mais adiante:

- Pelo que eu sei, os outros grupos não eram tão ativos quanto nós somos.

É como se dissessem: *Viva a nossa qualidade!* Para que esta necessidade de ter certeza? Ora, quem não se sabe bom e belo sempre se acreditará feio e mau. É difícil ser conselheiro? Talvez não se trate disso, mas sim de ouvir uma voz estimuladora. Há um certo momento, também na lista de discussão, em que a qualidade da mediação das reuniões é colocada em cheque por um integrante do grupo. Veja-se:

Eu não me sinto a vontade com a diretividade do (nome do mediador). Acho que a implicância é comigo. Ele não deixa eu terminar a frase já devolve com mil pedradas. Se continuar assim eu vou entrar mudo e sair calado da reunião. Só não vou faltar para não dar o gostinho.

Não há nenhuma outra reclamação neste sentido. Ninguém mais sente-se exatamente assim, a ponto de direcionar a expressão de um desagrado de modo tão direto. Mas, na lista de discussão, surgem ecos diante desta mensagem queixosa:

*Compartilho do sentimento do (nome do autor da mensagem citada acima), pois muitas vezes já saí da reunião frustrado, pensando que não consigo ser um leitor não comum e/ou não consigo expor meu ponto de vista **com valor** (grifo nosso). Sugiro que UM de NÓS fique responsável em manter a linha da reunião, pois como disse o (nome de um dos mediadores), estamos lá para discutir o jornal e não os assuntos dele... Não era este um dos propósitos de termos alguém responsável pela pauta?*

Que valor será esse? O que os conselheiros querem? Como se reafirmará mais adiante, de modos mais detalhado, eles querem pertencer a uma identidade de conselheiros autônomos. Por isso, chocam-se com o mediador das reuniões. A mensagem aqui, por fim, acaba explicitando a tensão que procuramos evidenciar durante a descrição do primeiro momento das reuniões (aquele reservado às participações de jornalistas convidados). Se há uma intenção/necessidade do jornal em extrair dados do conselho, há uma espécie de não-passividade dos leitores, que buscam exigir a pertinência de seus próprios temas e enfoques. É neste sentido que acaba conformando-se uma disputa pelo controle da “pauta” que, ao final, ao término das atividades do grupo, revela-se como uma disputa que reside apenas no plano das intenções dos conselheiros. Ela é apenas evocada como uma possibilidade, que acaba por sucumbir diante da falta de tempo/espço que o grupo enfrenta para melhor articular-se.

As reuniões do conselho são “como a vida”, diz um dos mediadores no encontro final do grupo A, onde se procede a uma avaliação das atividades desenvolvidas ao longo do último ano. Sim, são como a vida, ao que eu acrescentaria: nelas, assim como em qualquer espaço, reservadas todas as especificidades, disputa-se o pertencimento e a boa aceitação dos sujeitos. Ora, o mesmo aconteceria então com os jornalistas. Também eles lutam por seu valor. Veja-se um trecho desta conversa, onde o mediador traça o mencionado paralelo entre a realidade do Conselho do Leitor e a realidade da “vida. A

comparação surge a partir do comentário de um leitor, que refere-se ao comportamento defensivo de alguns jornalistas que haviam comparecido às reuniões, como convidados.

Conselheiro:

- *Quando veio pessoal mais maduro, não se preocupava em se defender. Já os jovens se atingiam no seu trabalho.*

Mediador:

- *Isso é um retrato da vida. O conselho é como a vida. O episódio do (nome de um jornalista) foi isso, uma defesa. Ela chegou aqui para se defender.*

A referência do mediador é a um editor que fora chamado à sala de reuniões, no encontro anterior, para prestar esclarecimentos a partir das queixas de um leitor. Testemunhei o episódio e anotara em meu caderno que este editor comparecera a sala “todo armado”, sem baixar as defesas. A observação da qual eu havia feito um registro, portanto, acabou sendo confirmada pelo mediador. O conselho, diz ele, é como a vida. O que ali acontece estaria submetido às mesmas regras. Na “vida” estão as contradições dos sujeitos, os afetos feridos, as buscas individuais, os desejos. Porque haveria de ser diferente?

Por tratarem-se de instâncias públicas (o trabalho, no caso dos jornalistas; um voluntariado de caráter político, no caso dos leitores) certamente há a expectativa geral de que a subjetividade recolha-se, adote uma postura de recato, já que a mistura das esferas seria não recomendável. E é por isso que pode ser surpreendente encontrar o sujeito avançando estas portas. O sujeito autonomiza-se na privacidade do lar, afirma Habermas. Somente assim é que se libera o público das necessidades pessoais. O bom jornalista, bem como o leitor-cidadão, deste modo, não prescindem de boas condições privadas de autonomização - algo, conforme demonstrou Habermas, que nunca teria se concretizado completamente nas sociedades modernas.

5.2.3 Aplicação das contribuições

5.2.3.1 Fluxo das informações

Como supor que um leitor deve saber tanto ou mais do que um jornalista? Não é fácil, com certeza, não é fácil, tornar-se um crítico competente. Como assenhorar-se do objeto da crítica? A lista de discussão dos conselheiros do grupo A, na internet, mostra leitores extremamente preocupados com a qualidade da sua função. Como perceber a própria qualidade, que espelhos usar para tanto?

Haveria um circuito da crítica que é proferida nas reuniões do conselho, um caminho que se percorre. Um dado, neste sentido, é retumbante: a centralidade destes que atuam como mediadores. Eles recebem, assim, praticamente todas as críticas, ouvem tudo, do primeiro ao último instante. Trata-se de um material imenso. Para que serve, afinal?

As falas dos conselheiros são recolhidas numa ata, elaborada por uma funcionária administrativa. Também já houve o procedimento de se fazer o registro em fitas cassete. São, contudo, artifícios não prioritariamente utilizados no repasse, que há, para os produtores do conteúdo do jornal, das informações surgidas durante as reuniões do conselho. O sentido das atas, conforme um dos diretores, “é preservar a memória das discussões e, eventualmente, repassar as observações para áreas envolvidas na discussão mas que não participaram da reunião”.

O fluxo prioritário das informações, na verdade, é bastante simples. Editores, perguntados a respeito, dizem que se trata de um procedimento informal, como neste caso:

- O (nome nome de um dos diretores) nos passa um relato sempre no dia seguinte da reunião, ou manda por mensagem. Não existe um meio formal, mas alguns meios para escoar este manancial.

Ouvimos referência a três modos distintos de se realizar esta passagem informal. Um destes modos é pelo relato dos mediadores realizado durante a reunião de pauta do jornal, realizada diariamente com os principais editores. Outro modo é o contato direto com o editor da área para a qual se dirigiu algum conteúdo proveniente da reunião do conselho. Temos o relato de um editor que dá conta desta situação:

- (...) o diretor de redação me chamou e disse: “o conselho deu uma sugestão que acho que é boa”.

A outra forma é o uso do e-mail interno, que então apenas substituiria o modo pelo qual se dá esta modalidade do tipo “contato direto” a que acabamos de nos referir. No lugar da interação face-a-face, portanto, ocorre o uso do correio eletrônico.

São modos que esgotariam o repasse de informações? Parecem ser os mais consolidados. Na verdade, não nos restam dúvidas sobre tal predominância. Contudo, nos chegaram informações, algumas vezes ao acaso, sobre outras possibilidades de estabelecimento de fluxo. Como no caso do editor que recebe, pelo e-mail interno, os comentários escritos de um conselheiro, redigidos pelo próprio leitor. Pude observar, nesta mensagem, da qual me foi fornecida uma cópia, que ali estavam comentários direcionados para três editorias diferentes. Disso se poderia deduzir que a mensagem teria sido direcionada para o conjunto das editorias mencionadas, tendo por origem do envio um dos diretores. Não consegui apurar como se produziram estes comentários escritos, uma vez que a elaboração dos conselheiros é toda feita, via de regra, oralmente.

Outro modo de repasse, este provavelmente mais contínuo, envolve ter a presença do editor em contato direto com os conselheiros em uma situação diferente das participações que acontecem mediante convite. Fiquei sabendo de dois destes episódios, um deles por meio de relato, outro por meio de testemunho direto.

No caso relatado, o editor me conta que ocupava interinamente a editoria de Política em uma noite de reunião com os leitores. Sob seu comando encontrava-se o desenvolvimento de uma pauta cujo assunto vinha merecendo, naquele mesmo momento, a discussão do conselho. Ocorre então a emissão de uma opinião sobre uma diretriz que deveria orientar a cobertura do assunto, que foi então repassada ao editor.

No caso testemunhado, transcorrido durante a reunião inaugural do grupo B, o mediador promove entre os conselheiros uma discussão sobre se o jornal deve ou não publicar o nome do suspeito pelo cometimento de um crime. Naquele dia, o suspeito estava sendo indiciado pela polícia. Já falamos deste caso antes: há entre os conselheiros um juiz, que sugere que o nome seja publicado, sim, porém acompanhado de uma explicação técnica sobre o significado de indiciamento. O mediador pede então, pelo telefone interno, que um representante da editoria se desloque até a sala da reuniões. Quando o jornalista chega, o mediador diz:

- Saiu uma sugestão muito boa, que é explicar o que é indiciamento.

São contatos diretos do conselho com os editores, no sentido de que não há a intermediação comum procedida pelo tempo (o lapso de tempo que costuma haver entre as reuniões e o início do fluxo dos conteúdos, somente acionado, no mínimo, no dia seguinte

ao da reunião). Foge, portanto, da rotina, este modo imediato de acionamento do fluxo. O conselho ingressa assim, de modo extraordinário, na temporalidade do próprio jornal, uma temporalidade que não é, ordinariamente, a sua.

Tenho o registro de mais um caso de fluxo não rotineiro. Um conselheiro, durante a reunião, fala que o caderno Cultura vem comportando textos muito “pesados”. Quem está presente à reunião é o editor de um caderno próximo, tematicamente falando, ao caderno Cultura. Além disso, há contigüidade entre os dois cadernos no próprio espaço físico da redação⁹⁰. Daí que o mediador peça para que o editor visitante repasse o comentário para o editor do caderno ao qual a observação do leitor se dirigira:

- (nome do editor), você pode levar isso aí? - pergunta o mediador, obtendo o consentimento com resposta.

Seria, então, uma espécie de delegação da tarefa de fazer correr o fluxo (no caso, uma parte bem reduzida do fluxo), provavelmente como forma de reduzir trabalho para o mediador. Trata-se, como já afirmamos, de mais um caso de excepcionalidade, que contrasta com o modo de rotina.

Os casos de exceção, por não se configurarem como rotina, talvez venham a nos ajudar a fixar a idéia de que o modo de rotina, apesar do seu caráter justamente de normalidade, não é rígido. Ao questionarmos diretamente a jornalistas como se dava o fluxo, obtivemos como resposta constante a noção de um meio informal de transmissão, protagonizado pelos mediadores. Ao travar conhecimento, como já dissemos, ao acaso, com estas modalidades excepcionais de fluxo, conseguimos perceber que aquilo que se entende por normal pode acabar sendo perpassado por uma série de pequenos desvios, dos quais nossos informantes não se dão conta. Se isso é verdade, então poderíamos passar a crer que aquilo que é batizado de informal - no caso, o modo rotineiro do fluxo - torna-se ainda mais informal pelo fato de permitir esta série de pequenos desvios.

De que decorre a primeira informalidade, assim denominada? Ora, da falta de um procedimento rígido, que engesse a maneira de estabelecer o fluxo. É informal porque não há nenhum protocolo específico que dê ao acionamento do fluxo algum tipo de caráter

⁹⁰ A participação deste editor na reunião é atípica. Diferente das participações convencionais, onde o editor convidado permanece na sala apenas durante o tempo em que dura sua conversa com os leitores, aqui há uma permanência durante o tempo total da reunião porque, conforme me declarou o próprio editor convidado, era sua intenção observar o funcionamento do conselho, fato que explica sua presença em um momento de “pauta”, quando ocorrem as intervenções individuais dos conselheiros.

oficial, que obrigue seu cumprimento. O diretor simplesmente passa as informações de acordo com as oportunidades (neste caso, a reunião de pauta se constituiria na maior oportunidade, provavelmente por reunir os principais editores no mesmo tempo/espço) e de acordo com as especificidades do conteúdo a ser transmitido.

É uma parte desregulamentada do conselho, no sentido que não há nenhum dispositivo fixo que venha a nutrir a manutenção de alguma regularidade. A realização das reuniões de acordo com uma periodicidade fixa, por exemplo, poderia ser o caso de um destes dispositivos de regularidade, ou então a publicação da coluna. Poderia haver, suponha-se, uma disposição que determinasse a realização do repasse das informações de um modo fixo para que, por exemplo, se preservasse certas condições neste repasse - algo como querer garantir que todos os editores travem conhecimento com o conteúdo integral das reuniões; ou então algum modo de certificar-se de que as críticas/sugestões do conselho são tomadas em conta por editores específicos. Tudo isso, do mesmo modo que a periodicidade das reuniões, serviria para garantir a própria realização regular dos encontros, assim como a coluna serve para sistematicamente dar publicidade ao conteúdo das reuniões. Mas não. O repasse das informações possui um caráter grandemente informal, livre de qualquer amarra e dando espaço para que a rotina existente, por si bastante solta, deixe-se ainda mais frouxa.

Faria falta algum dispositivo enrijecedor? Pode ser que, para os jornalistas, não. Aos leitores, contudo, talvez apetece-se possuir tais controles. Ora, como até agora temos procurado demonstrar, evidenciou-se diante de nosso olhar um certo afã dos conselheiros em serem atendidos em suas pretensões críticas. Na verdade, é como se o conteúdo das reuniões fosse de inteira posse do jornal, que decide então o que fazer com ele. A ausência de um dispositivo que regule o repasse das informações provavelmente favorece esta situação. Contudo, é absolutamente coerente com a regra implícita de que o jornal encontra-se livre de adotar as sugestões do conselho.

Há outras duas formas pelas quais o que acontece nas reuniões torna-se de conhecimento da redação. Uma é quando editores são convidados para participar da reunião. Já falamos sobre este processo dois tópicos atrás. Nele, jornalistas são inquiridos, mas também inquirem, ou, no mínimo, levam seu olhar perscrutador para a reunião com os leitores. Olham e vêem eles próprios - não há o filtro dos mediadores. Também saem de lá

com resultados. A percepção, contudo, é variável. E também aqui há lutas por autonomia. Conforme já vimos, variam os olhares dos editores em direção ao conselho. Além disso, e de modo relacionado, falta autonomia aos editores porque, afinal, o conselho é gerido pela administração. O modo como os editores se relacionam com o mecanismo é atravessado por esta situação.

A outra forma compreende saber do conselho através da coluna. Surpreendeu-me a menção, por parte dos jornalistas, a este modo. Não imaginei que fosse encontrá-lo com a proeminência que assumiu na fala dos entrevistados. A coluna poderia representar o principal meio pelo qual os jornalistas tem acesso ao conteúdo das reuniões? A coluna é formal: ela garante o relato do que houve, apesar de haver nela uma certa precariedade, no sentido de que, devido a suas limitações narrativas e de espaço, comporta apenas de acordo com estes limites o conteúdo das reuniões. Certamente, não é um meio pelo qual os membros da direção da redação repassem aos subordinados a determinação para que os dizeres dos conselheiros possuam repercussão concreta sobre a feitura do jornal. Se os diretores entendem que alguma medida deve ser tomada em função do conselho, certamente não comunicará isso a seus editores através da coluna. De um modo geral, a coluna é voltada ao público externo do jornal, servindo para expandir a possibilidade de escuta da reunião para o conjunto dos leitores de ZH. Mas acaba tendo este uso secundário. Dela, a redação serve-se para saber do conselho. Supriria, a coluna, com isso, alguma forma de carência informacional por parte da redação? Não me sinto seguro para responder nem sim nem não a esta pergunta.

5.2.3.2 As dificuldades de criticar, ouvir, mudar

Quem sabe mais? O leitor será um idiota? Na verdade, ao leitor, considerado de um modo geral, se entrega tudo. Ele pauta a discussão do mesmo modo que a democracia é feita em nome do povo. Há esta entidade imaginária: o bem-comum. Fala-se, então, em nome do leitor. O leitor é, então, um santo. Evoca-se a sua bondade, a sua correção, a sua justiça. Ora, como daria-se sua transformação em bobo, ingênuo, chato?

Não é fácil, neste sentido, ser leitor. A perfeição é uma miragem. É notável, contudo, como é buscada. Será notável, portanto, o caso de um leitor do conselho que reivindica o direito de ser um leitor imperfeito, que comete “pecados”. O contexto desta revelação pouco comum é o da entrevista que realizo com um conselheiro. A conversa fluía e naquele momento falava-se sobre a possibilidade de os leitores-conselheiros conseguirem entender Zero Hora na sua “essência”, já que, conforme o entrevistado, alguns membros do grupo A haviam considerado ser possível, sim, a partir do conselho, atingir e transformar a linha editorial de ZH no seu âmago. Veja-se o trecho da entrevista:

- E qual seria a idéia principal da Zero Hora?

- Ah, não sei. Eu não tenho capacidade de dizer isso. Eu acho que tem alguns momentos... Assim, o que eu entendo como um jornal deve ser. O jornal tem que ser educativo, ele tem que explicar o que ele tá dizendo, explicar, tornar claro, a informação que ele tá dando, de uma maneira neutra, aconteceu em tal lugar, situações assim, assim, assim. Acho que é isso. E acho que tem alguns momentos em que eles (Zero Hora) conseguem fazer isso, em algumas situações, de informação. Mas análise assim, de maneira nenhuma eu me atreveria a fazer um comentário. Ao longo da tua vida, tu vai lendo e tendo impressões, lendo informações como essas, onde pessoas que têm esse conhecimento, de fazer análise de leitura de jornal, dos meios de comunicação, então tu lê, tu procura informação, que vai te contribuir para uma leitura. Mas eu não tenho capacidade pra dizer qual a linha, o que a ZH passa, eu não me atreveria a fazer isso.

- Tu diz assim, numa análise mais profunda...

- Nem superficial. Eu prefiro ficar bem Velhinha de Taubaté, eu acredito em tudo o que eles tão dizendo (risos). Acho que até é muito mais leve pra mim, assim como cidadão. Leio, posso achar livremente o que eu quiser do que eu leio, posso gostar de uma coluna, posso discordar de um editor. Como todo mundo enaltece o Paulo Sant'ana. Pra mim ele escreve umas coisas cotidianas, não contribui pra minha vida, e ele é um cara respeitado dentro da Zero Hora, ele é o mais lido. Que nem eu disse pro (nome de um dos mediadores das reuniões), eu vejo ele como um colunista que dá o perfil do leitor da Zero Hora, pelo número de respostas que ele tem, pelo que ele escreve. É aquela simplicidade, às vezes até uma maneira um pouco chata de ler. Eu não tenho o hábito, eu me canso de ler ele. Então

eu prefiro ficar com esta liberdade de dizer as bobagens que eu quiser, de ler, de não querer ler, de um dia eu leio, outro eu não leio. É menos pesado do que tu, não... (imita a voz do que seriam leitores emitindo uma opinião mais crente da sua própria capacidade analítica). *Tu vai encontrar os outros que gostam de falar isso* (análises sobre a “essência” do jornal).

Há inclusive, nesta fala, uma reivindicação de cidadania: pelo direito de *não ler*. É um avesso daquilo que seria o lógico em uma sociedade produtivista. O cidadão, na verdade, só pode ser um laborioso. Como confessar-se com pouca energia para o trabalho? Há esta pressão social para o labor.

O leitor laborioso já existe? Ora, cada um lê o que quer, quando quer e como quer, conforme as suas conveniências. Não se lê o jornal procurando erros, tomando-o em seu conjunto, comparando partes, analisando-o como se se fosse um *professional*. Ora, mas parece que instituir um conselho de leitores sugere esta situação. Leitores laboriosos. Eles passarão a crer-se bons. Veja-se como um dos editores de ZH define o perfil do que será um bom conselho:

- A equipe tem que ser representativa do universo de leitores. Tem que se preocupar em selecionar como se fosse perceber que a pessoa está a fim, disposta a fazer a crítica consistente. Também tem que ter pessoas com posições fortes e que leiam o jornal, e se possível até comparem com a leitura de outros jornais.

Evidentemente, há consciência dos limites. Quantos lêem mais de um jornal? Quantos, ainda, o fariam comparativamente? A leitura dos jornais costuma ser ingênua, se formos considerar esta situação de maneira bem abstrata. Reflexividade sobre produção jornalística, no panorama do espaço público moderno, demorou a acontecer.

Quantos homens tecem o saber? A opinião do povo é perguntada eleitoralmente. Aí, sim, há uma voz do povo, num processo democrático. O que vige é um senso comum, mesmo assim. Os personalismos na política, por exemplo, constituem uma solução pró-doxa: valorizam o afeto, a razão é expulsa. O invento da democracia é uma liberação do desejo de acertar, contudo.

Não ficaria transparente que os conselheiros de ZH são leigos, no sentido de se oporem ao profissionalismo dos jornalistas? Que gramática apreender? Não ficaria evidente

um certo obscurantismo, também? Como entender, afinal, o jornal, este ente tão complexo? Quem o entende?

Um de nossos conselheiros mistura-se à redação. É um desenvolto. Parece que possui familiaridade com todos. Lá vai ele: cruza as portas, entra na edição, quer publicar um artigo, quase quer ser um jornalista.

Há um estranhamento. Alguns editores são, sobretudo, hostis. O telefone bate (situação hipotética). É um leitor. Há uma obrigação de ouvir. Ouvir leitores pode levar a nada. Pode vir “qualquer um”, com contribuições bastante singelas. O editor de Atendimento ao Leitor lembra da idosa que faz contato diariamente apenas para comentar o noticiário do dia. O quão difícil é capturar um jornalista, que move-se o dia inteiro. Não ouvir, contudo, é falta de educação. Não concordar será também falta de educação? Como selecionar coisas válidas entre tudo o que é dito?

O diretor de redação move-se. É, além de um editor, no sentido daquele que toma decisões editoriais, uma espécie de relações públicas. Ele fala pelo jornal. Também ouve. Homem ocupadíssimo. Que privilégio é ser um conselheiro: se estará falando diretamente com o diretor de redação de Zero Hora - cargo importante, que não deixa de representar um modo de encarnação do poder. A imprensa ajuda a estruturar a esfera pública. Há, ali, portanto, um cabeça de instituição, um representante de um dos poderes constituídos. No entanto, ele para e ouve. Saberá ouvir?

Como é conquistar o coração de um jornalista, o que o determina? A imprensa trabalha com a seleção. Imperam os critérios de noticiabilidade. Como despertá-los? O editor à nossa frente é um homem com pressa. Na caso dos 50 anos, quantas mil páginas já tera “fechado”? Pergunto-lhe sobre os leitores do conselho:

- Como você fica sabendo das colocações feitas pelos leitores do conselho?
- Eu leio a coluna que sai aos domingos. Quando tem coisas direto para a (fala o nome da sua editoria), nos passam. Não tem como acompanhar (as reuniões). Eles conversam duas horas, às vezes.
- E aquilo que chega recebe que tratamento?
- A gente faz quando ache que vale a pena. Algumas vezes já saiu a matéria e o cara (o leitor) não viu. É super, super fácil, não tenho muito mistério. (...) Eu trato igual a sugestão

de outro leitor. E não só porque é do conselho. Ah, a gasolina tá mais cara. Tá, e daí? Mas se tem interesse jornalístico, então vamos tocar.

Claro, não há como o leitor saber que a matéria já havia sido publicada. Quem entende o tempo do jornalista? Há uma fetichização do tempo, diz Traquina. O editor não titubeia na sua resposta: “Se tem interesse jornalístico, então vamos tocar”. Uma matéria não pode ser velha. Como vamos publicar algo que saiu faz pouco? É como se o editor dissesse para o leitor: “Esqueça, não tem como”.

O trabalho segue seu fio. Quanta atribuição. Levo para um dos editores questões de um conselheiro, recolhidas nas reuniões que eu acompanhara. Acaba sendo uma espécie de retrato da dificuldade de ouvir leitores: eles (os leitores) não sabem de nada. Uma das críticas levadas: o caderno tem foco excessivo na capital, em detrimento do interior do Estado. A questão bate e volta. O editor relata que não se trata de uma “discussão nova”.

- Este é um assunto que vai e vem desde que eu entrei aqui (no cargo de editor), há cinco anos.

Um editor que está ao lado, ouvindo a conversa, como que não consegue deixar de comentar:

- Estas sugestões do leitor, tem que ouvir, mas relativizar, porque eles não sabem questões técnicas. A gente adota se elas são factíveis ou interessantes, mas não é uma ordem.

Ouve-se, claro, mas como levar em conta? Onde estiveram estes leitores este tempo todo, que não sabiam que o foco excessivo do caderno na Capital era já uma velha questão? Em suas casas, em seus trabalhos, em suas vidas. Não na rotina diária de ZH, no coração do processo pelo qual se faz um jornal.

Leitura diária. Há uma recomendação aos conselheiros: leiam o jornal. Ao final da reunião inaugural do grupo B, ouve-se a sugestão do mediador, como que reforçando diretrizes de ação para os conselheiros iniciantes:

- Não tem assunto tabu, tragam recortes de jornais, sugestões de pauta.

É como se dissesse: “Queremos ouvi-los. Não fechem os olhos para nada (não há assunto tabu, mesmo escândalos)”. Sabe-se como é o jornal? Não. Sabe-se apenas do ponto de vista de leitor. Este lê o jornal com olhos seus: não há tempo, nem possibilidade de querer conhecer as coisas pelo avesso, no sentido de dissecar os processos. Por que, então,

convocar um time de leitores e dar-lhes um sentido de grupo e um sentido de pertencimento ao jornal? Esta, para mim, mostrou-se como uma das partes mais dúbias de todo o processo do conselho. Apenas ouvir pode ser necessário. Contudo, como não querer que os leitores sintam-se com vontade de ser... sujeitos, no sentido de donos da ação?

A linguagem ingênua conseguiria mover a pesada máquina da produção diária, quebrar com rotinas, saberes institucionalizados? De que valeria então discutir com leitores? Os leigos invadem o jornal. Suponha-se esta hipótese. Não, ela é impensável. Contudo, o que comanda o esforço de abrir-se para os leitores? Por que ZH quer tanto abrir-se? O fluxo entre o conselho e a redação estabelece-se. Produzimos esta visão antes: um fluxo informal e aberto, não congelado numa fórmula rígida. O que faz um comentário ser aceito? Infelizmente, não temos esta resposta, mas apenas algumas indicações dela.

Há uma postura nítida de que não ocorre compromisso do jornal em acolher os comentários dos leitores. Os mediadores são homens práticos. Como duvidar disso? Para reforçar esta noção, pode ser útil trazer para este contexto a idéia trabalhada no capítulo 2 de que o *ethos* jornalístico é constituído de um fundamental anti-intelectualismo. Os jornalistas seriam vítima das pressões concernentes ao seu processo produtivo, onde a briga diária, no sentido de dominar a realidade para relatá-la com propriedade ao público (e assim conquistá-lo) faz com que prevaleça um senso prático de resolução de problemas. É preciso fazer, é preciso cumprir obrigações produtivas: deixar o jornal pronto para, no dia seguinte, recomeçá-lo.

Sintamos pena destes pobres jornalistas. Parece ser esse o apelo que vi alguns profissionais de Zero Hora lançarem enquanto dialogavam com membros do Conselho do Leitor. O mediador que atua na reunião que inaugura as atividades do grupo B coloca em pauta dois dilemas éticos. São situações de saber se os nomes de pessoas envolvidas em crimes devem ou não ser divulgados. O mediador acirra a discussão: introduz elementos conflitantes, faz a palavra rodar. Estimula:

- Vocês são editores do jornal. A informação é pública.

A mesa incendeia-se no debate. O mediador conclui:

- Vocês estão vendo na prática. O jornal fecha em uma hora e vocês tem que tomar a decisão.

No mesmo momento, o editor de Fotografia, que entrara na sala para registrar a reunião, como que não consegue deixar de intervir na conversa e comenta:

- Esse é o dilema do jornalista. Imagina se vocês fossem editores.

Sim, é para que imaginemos. Algumas vezes, durante a pesquisa, em situações similares a esta, fiquei com a nítida impressão de que os jornalistas precisavam, eles, ser ouvidos. Emitiam “gritos” como esse que acabamos de relatar, numa espécie de atitude de auto-preservação que visaria então descarregá-los das tensões das quais são, digamos assim, vítimas.

Os homens abrem-se, irritam-se, demonstram que o peso sobre suas cabeças causa tormentos. Os homens práticos sabem do seu problema de um modo que só eles sabem. Que exercício de alteridade é esse que os jornalistas como que reivindicam da sociedade? Porém, ainda há um problema mais sério: o poder.

Homens brincam de ser jornalistas: são os conselheiros. Por que eu, jornalista, dono das decisões editoriais, deverei entregar este poder nas mãos de quem não possui o preparo que possuo? Mais do que preparo técnico até, mas o dever ético que tenho de honrar meu compromisso profissional com a sociedade. É por isso que a profissão encastela-se.

Poder de estruturação do debate público. Apesar de um baixo poder econômico do profissional jornalista, seu *status* cultural e político é algo mais elevado e há na mídia um absoluto controle sobre, como já se disse, a estruturação do debate público. A cultura jornalística é forjada abaixo do peso desta pretensão. Há uma “fome” de fazer, que se transforma num campo de ações práticas que seria até impossível relegar a outrem. O jornalismo, com isso, é revestido de glórias, coroado por seus bons feitos, por sua contribuição imprescindível. Um dos diretores fala com gravidade, em entrevista: não se trata, nunca, de repassar a decisão editorial aos leitores. Seria esta uma situação impensável.

- Nada substitui a decisão editorial. Ela não é terceirizada. Ela é partilhada.

Mais: há que se decodificar as opiniões dos leitores. O diretor ilustra esta situação através de um exmplo que não remete-se ao Conselho do Leitor, mas a um dos outros instrumentos pelos quais o jornal busca, como já demonstramos anteriormente, “abrir janelas” para seus leitores - a chamada pesquisa interna do *call center*.

- Toda terça e toda sexta vence na pesquisa interna os cadernos Gastronomia e Casa & Cia. Tem um recado aí: que o leitor está preocupado com sua vida prática. Não vamos colocar isso na manchete, mas vamos dar mais importância a isso nos cadernos.

Antes, ele ilustrara a mesma situação através de outro exemplo, porém hipotético:

- As receitas do Gastronomia são muito sofisticadas. Se um (leitor) diz isso, ok. Se dois dizem, ok. Mas se mais pessoas dizem, então começa-se a pensar que isso é real.

Logo, não será simples ouvir. Há um processo de enorme seleção. O diretor fala também de uma “raiva” dos leitores. Acompanhe-se esta sua fala:

- O fundamental é que nem sempre o que o leitor diz é direto. Temos obrigação de fazer uma leitura à luz do que diz a linha editorial. O jornal tem que ser um obstáculo à barbárie. Se fizer uma enquete com os leitores eles vão querer a pena de morte. E nesse caso tem que contrariar a voz da maioria. Não estamos aqui para ecoar a voz da maioria. A posição do jornal é civilizatória. E isso muitas vezes provoca raiva nos leitores.

O que passa daquilo que é apontado pelos conselheiros-leitores de Zero Hora? A fala do diretor, que citamos logo acima, foi que nos abriu o caminho de uma possibilidade investigativa: como sondar a transformação do que era dito pelos leitores em resposta por parte dos jornalistas de ZH? Apesar de haver um fluxo que escoava o conteúdo das reuniões do conselho, este fluxo é informal e salientamos aqui, nesta informalidade, o que há nela de imponderabilidade. Seria visível na memória dos editores os resultados das interferências do conselho sobre o proceder de cada um destes jornalistas? Não se trata, então de descobrir, apenas, se as recomendações do conselho são aplicadas ou não, além dos motivos para tanto, mas de saber também da maneira como um processo de audição ativado pela administração central estaria interferindo sobre o trabalho dos jornalistas, ou ainda, como procurou saber Maia (2004) em sua pesquisa em torno dos conselhos de leitores do Correio Braziliense, de saber se os profissionais alteram, de tudo o que acontece, a representação que possuem dos leitores.

Ser ou não ser? Quando e como um comentário feito no âmbito do conselho é traduzido em uma ação imediata, repercutindo diretamente sobre páginas do jornal? Isso acontece? Sim, isso acontece. Um dos diretores fala em uma diferença no nível das mudanças que podem ser operadas pelo conselho. Há um nível que ele chama de “prático”. Seria mais técnico, dizendo respeito a questões de um fazer concreto. É quase como pegar

um erro na folha do jornal. Flagramos uma situação dessas em uma das reuniões observadas. Aliás, foi marcante observar tal fato. Nos passou a impressão de um evento único (e que de fato não se repetiria até o fim de nossa observação). Foi o único momento observado de mudança imediata, de sucesso “estrondoso” do conselho. Reproduzimos aqui o trecho completo do relatório produzido a partir da observação feita. Os leitores são identificados por conselheiro 1 e 2.

*O conselheiro 1 muda de enfoque. Pergunta qual a dinâmica de funcionamento da publicação do texto de cronistas no caderno*⁹¹.

Editor convidado:

- Liberato (Vieira da Cunha) na terça. Nilson (Souza) na quinta. A Martha (Medeiros) foi para a página 3.

Conselheiro 1:

- São quantos?

Editor convidado:

- Doze.

Conselheiro 1:

- Por quê? Vocês consideram todos bons.

Editor convidado:

- Sim. Nós convidamos a estas pessoas.

O mediador intervém, dizendo que trata-se de um projeto de publicar textos de pessoas ligadas a diferentes setores da cultura, cada uma falando sobre sua área. Ele observa que, no entanto, muitos dos textos acabam pendendo para a crônica, o que contraria a idéia original.

- A idéia não é tanto crônica, mas as pessoas fazendo manifestações sobre produtos culturais.

Editor convidado:

- As vezes eu fico com dúvida se leitor entende a lógica sobre presença dos cronistas.

Mediador:

⁹¹ Participa da reunião, como convidado, o editor do Segundo Caderno.

- *Está derivando para crônica. Mas a idéia não era essa. Ela tem de ser mais crítica.*

Conselheiro 2:

- *A maior dúvida é saber quando aparece de novo.*

O mediador flagra recomendação do conselho, referindo-se à observação do conselheiro 2. A medida, então, enunciada pelo mediador, seria mencionar ao pé do texto quando o cronista presente naquela edição volta a escrever. Comemora:

- *É questão de aplicação imediata.*

Conselheiro 1:

- *Para mim eram textos perdidos.*

Mediador:

- *Fica aqui questão de rever esta idéia (do sistema de rodízio entre os cronistas).*

Fica aqui grande aprendizado.

“Para mim eram textos perdidos”, dissera o leitor. Seria este o fator de diferença, a percepção que só o leitor tem, e que ninguém mais teria? Ao perguntar, depois, para o editor convidado, durante entrevista, porque a lacuna percebida pelo leitor não era percebida pelos jornalistas, recebo como resposta:

- *A gente não se apercebia, não se dava conta.*

É como estar cego, neste caso, pela “toxidez” da rotina. Como demonstra a fala de um dos mediadores, já mencionada, que afirma que o conselho “serve” para “desviciar, desintoxicar” aqueles que fazem o jornal. Caso exemplar, praticamente completo. Observe-se como o mediador comemora.

Creio que devamos nos deter um pouco mais sobre a cena. Seria ali como a se procurar algo numa montanha de dados, ou a agulha no palheiro. Vêm todos observando, porque fora pedido para que se observasse o jornal. O próprio conselho, na verdade, não sabe se está vendo, ou melhor, a lacuna existe ali, independente da percepção dos conselheiros. Ela pode passar despercebida.

Há um caráter de cooperação na cena, onde ninguém estava sozinho. O conselheiro 1 manifesta a dúvida sobre a presença do grande time de cronistas. Algo o incomoda. Mas não se sabe exatamente o quê. Quantos cronistas são, pergunta ele. Obtém a resposta: doze.

Mas por que tantos?, volve o leitor. Nesta hora fica claro o problema da recepção - não há um entendimento do significado: por que tantos? “Vocês consideram todos bons?” O significado está oculto. Há um projeto editorial por detrás da legião de cronistas. Explicita-se então o projeto que justifica o alto número. O mediador ainda deriva para outro lado. No fundo, sua questão é outra (ele, que não é leitor): o teor das colunas, que desvirtuam a intuição editorial original. O editor de área admite que já chegara a alimentar dúvidas quanto à possibilidade de o sistema de distribuição dos cronistas no tempo/espaço do jornal ser perfeitamente legível.

O sistema de correção, então, mostra a sua força. Outro leitor, diferente daquele que levantara o assunto, consegue verbalizar o erro, dar nome a ele: “A maior dúvida é saber quando aparece de novo”. O mediador proclama o acerto, como se houvesse gritado: “Eureka!”. O conselho acertara, conseguindo cumprir seu papel. O mediador comemora: sim, o leitor havia conseguido mudar o jornal.

Há um dinamismo na cena - pensa-se em conjunto. Como eles, leitores e jornalistas, teriam conseguido cooperar? Eu diria que houve condições ideais para o consenso. Respeitaram-se as diferenças. O leitor pôde manifestar sua dúvida apenas enquanto leitor, sem a pretensão de forçar um resultado, no sentido de descobri-lo ele mesmo, sem a ajuda de outro, e ainda no sentido de querer que uma possível solução, provalmente a que ele mesmo teria encontrado, fosse aplicada. O jornalista, por sua vez, identifica o próprio erro a partir de um estímulo externo. Cuida em ouvir. Está atento à recepção. Aqui seu papel não é apenas de jornalista. Pré-disposto a compreender a recepção sem preconceitos, não basta ser jornalista, no sentido daquele que apenas está preocupado com a emissão da mensagem.

Acerto! “Finalmente”, é como se o mediador dissesse. O achado na falha da comunicação, que se deflagra ali na minha frente, em mim ativa também um reconhecimento. Anoto na hora o quanto aquilo se parecera com situações que eu havia vivenciado em que se manifestara claramente a necessidade de uma opinião alheia para avaliar a qualidade do próprio desempenho. Uma medição de efeitos.

A linguagem, em termos abstratos, pode ser mais ou menos precisa. O risco de desacerto entre interlocutores é grande. Saber o resultado de uma emissão não prescinde da necessidade de correção. O que quer Zero Hora? Garantir a eficiência de sua linguagem? Sim, certamente. Um editor ilustra bem esta situação ao encontrar, e nos fonrecer em sua

fala, a seguinte imagem, que certamente julgou procedente para, diante de minhas perguntas, ajudar a compreender o conselho:

- Acho que ele (o conselho) dá uma noção da percepção do leitor sobre o trabalho que fazemos. Dá para saber o que está mal. É como quando tu escrever uma carta pra uma pessoa e a pessoa lê errado. O problema não é da pessoa. É uma boa ferramenta.

A noção de mudança operada no jornal a partir do conselho a um nível que o diretor chamou de prático se referirira, então, a esta dimensão mais superficial, do erro de leitura, do desencontro, do ruído passível de superação pelo *feedback* vivo, trazido sistematicamente às próprias dependências do jornal.

O outro nível mencionado pelo diretor é o “conceitual”. Refere-se a uma orientação para a mudança de conceitos que dizem respeito a critérios editoriais mais amplos e abstratos. Este nível conceitual seria mais difícil de ser alcançado por estar menos visível na página do jornal.

Há uma explicitação do diretor de redação sobre esta questão que nos deverá ajudar a evoluir em seu desenvolvimento. O diretor fala em “rota de navegação”. Os jornalistas possuiriam suas rotas, já fixadas, dizendo respeito às regras gerais e convencionadas do jornalismo. Caberia então aos leitores alterar tais rotas, porém através de um processo de convencimento que é de prazo mais estendido. Veja-se a sua fala neste sentido:

- Tem que começar a criar novas percepções. Nem tudo o que é óbvio para mim é óbvio para o leitor. É um caso de rota de navegação. Não é só prática, é conceitual porque encosta na rota de navegação.

Um editor entrevistado, sem usar a imagem da “rota de navegação”, aproxima-se deste mesmo ponto ao comentar que, em contato com um grupo de conselheiros, não sentira-se afetado pela avaliação que o grupo dirigira a sua editoria.

- Acho que eles pegaram leve demais comigo. Não fizeram críticas sérias, preocupantes. Talvez faltou um pouco mais de embasamento.

Não houve críticas sérias. Os leitores, para usar os termos empregados pelo diretor que citamos acima, não teriam conseguido “criar novas percepções”, nem, por consequência, encostar na rota de navegação deste jornalista.

5.2.3.3 Exemplos de aplicação e não-aplicação

As rotas de navegação certamente não são particulares, mas partilhadas, conforme se demonstrou no capítulo 3, com a descrição da noção de cultural profissional. Contudo, as reações dos jornalistas às intervenções dos leitores podem ser variáveis de profissional para profissional, de acordo com muitos fatores. Os exemplos que mostramos a seguir, ao mesmo tempo que ilustram casos de colaborações (críticas, comentários, sugestões) que, saídos das reuniões conselho, foram ou não acolhidos pelo jornal, conseguiriam demonstrar esta variabilidade de posturas dos profissionais perante o conselho.

Exemplo 1 - Esporte Amador

Em uma reunião do grupo A, diante da presença do editor de Esportes, um leitor afirma que há excessiva cobertura ao futebol em detrimento a outros esportes. O editor responde, no momento, que o critério que dá origem a esta situação orienta-se pela demanda do público, fartamente mais interessado em futebol. Porém, seriam adotados alguns procedimentos de compensação.

- Há mais espaço (para o futebol) porque há mais leitura. Mas tentamos cobrir outros esportes quando ocorrem eventos importantes.

Em entrevista, o editor apresenta a mesma resposta, porém há uma modulação de tonalidade. Ele diz que haveria na observação do leitor um pertencimento a críticas do tipo “lugar comum”. A continuidade do seu depoimento permitiria entender ainda que tratar-se-ia de um daquelas questões editoriais donas de uma certa reincidência na pauta de discussões internas da editoria. Veja-se, neste sentido, os dois seguintes comentários emitidos pelo editor:

- Mesmo que aumente (o espaço para outros esportes), as pessoas vão continuar reclamando.

Seria esta fala uma evidência de quanto este editor já conhece seu público, talvez, conhecimento que se impacienta com as constantes reincidências (“as pessoas vão continuar reclamando”)? Seu outro comentário é o de que, na verdade, a editoria teria já

tomado e continuaria tomando providências para aumentar a cobertura a outros esportes. Contudo, o editor dá um exemplo algo desiludido desta situação. Veja-se:

- Nós já tivemos um setorista (jornalista especialmente designado para a área) de turfe. Mas isso interessava a quem? Apenas àquelas cento e poucas pessoas que frequentavam o hipódromo.

É como se o editor se conformasse com a força do futebol e nada mais restasse a fazer. Aqui, ao que parece, a “rota de navegação” não foi atingida. Ao se trazer o problema, o jornalista como que ativa um repertório de polêmicas. A questão não é nova e ele mesmo já se debatera com ela muitas vezes, inclusive de um lugar que tornaria compreensíveis aqueles traços de desilusão e impaciência que notamos em sua fala: o lugar da experiência prática, o lugar de quem tem os olhos e braços marcados pelo fazer diário, pelos anos de jornalismo.

Exemplo 2- Ferramenta que erra e acerta

Um editor me relata um caso que considera exemplar em se tratando da aplicação das sugestões do conselho. Foi a idéia de que se criasse uma coluna específica para divulgação de eventos do tipo congressos e seminários. O relato que ele faz é o de um efetivo sucesso: a publicação de uma coluna nestes moldes, algo até então não praticado pelo jornal, demonstrara seu valor. Fala o editor:

- A idéia foi tão bem-vinda que acabou conseguindo patrocínio. O diretor de redação me chamou e disse: ‘o conselho deu uma sugestão que acho que é boa’. O patrocínio é prova de que (a coluna) tem alta leitura.

É um caso, portanto, bem-sucedido, talvez raro na sua qualidade (a vinculação com patrocínio é uma demonstração do nível de “perfeição” do caso). A sugestão foi tão boa que conseguiu algo inesperado, fora das expectativas geradas pelo conselho: gerar lucro para a empresa.

O mesmo editor, para talvez desfazer a idéia de que o Conselho do Leitor é uma fonte infalível de boas idéias, dá na seqüência o exemplo de uma sugestão que fora aceita, aplicada, mas que acabara sendo des-aplicada - o jornal retrocede na idéia de adotá-la.

Tratou-se da publicação de tabelas comparativas informando o número de mortes por acidente no Estado do Rio Grande do Sul, traçando um paralelo entre as quantidades de casos fatais, sempre entre dois finais de semana seguidos. Pergunto por que caiu em desuso.

- A gente concluiu que não era algo que iria acrescentar. Em outras ocasiões fazíamos comparativos mais consistentes.

Aqui está de novo o senso crítico dos editores, marcado pela experiência prática, pelo fazer. Contudo, houve uma aceitação inicial, o que dá ao caso um certo ar de singularidade. O que teria acontecido? A idéia parecia boa, contudo, foi sendo reavaliada e a sugestão deixou de ter validade. Seu significado (o fato de ser uma sugestão de baixa valia) não estaria suficientemente claro para os jornalistas desde o início?

Estes dois exemplos me foram fornecidos em seqüência pelo editor. Evidentemente, estão relacionados. Juntos, ilustram tanto possibilidades de erro como de acertos. De um ponto de vista instrumental, significaria que o Conselho do Leitor, enquanto “ferramenta”, dá margem ao cometimento de erros, assim como pode ser fonte de boas soluções.

Exemplo 3 - Tempo dos espetáculos

Um editor da área de variedades fala em entrevista da sugestão de um conselheiro, emitida cerca de dois anos antes, para que se colocasse o tempo de duração dos espetáculos artísticos na matérias de divulgação desses eventos. A sugestão fora acolhida. Segundo o editor, a inclusão deste tipo de dado nas matérias já acontecia, “mas não era uma regra”. A partir desta sugestão, não chegou a transformar-se em uma regra rígida, mas tornou-se uma orientação permanente. Pergunto porque esta sugestão fora acolhida.

- Porque é uma sugestão boa - responde um outro editor que acompanha a conversa.

Este último editor tenta me explicar os critérios usados para avaliar as sugestões dos leitores. Diz que as sugestões mais fáceis de serem aceitas são aquelas menos “etéreas”, ou seja, que se refiram a situações concretas nas páginas do jornal, mais facilmente manejáveis e visualizáveis, caso do tempo de duração dos espetáculos. Pergunto porque este procedimento não havia sido adotado antes. O primeiro editor responde que, no processo de produção do jornal, “que é muito corrido”, detalhes como este podem passar

desapercebidos. Acrescenta que, além disso, as produções dos espetáculos não têm por hábito divulgar este tipo de dado.

O mais interessante nesse caso talvez seja uma aparente divergência de critérios em relação às noções que estabelece um dos diretores quanto à existência de mudanças de dois tipos promovidas pelo conselho: práticas e conceituais. No exemplo dado, um dos editores entrevistados valoriza o que seriam as mudanças práticas, no sentido de que elas seriam mais rapidamente aplicáveis. Valeria, portanto, o prático, o visível, em favorecimento à facilidade de aplicação. Este editor traz o que seria a categoria do “etéreo”, aquilo que não é concreto e que pode ser facilmente relacionável à noção de mudança conceitual, manifestada pelo diretor. O etéreo não consegue ser tão aplicável. Aliás, pela fala deste editor, é o que desvalorizaria a contribuição do leitor, emprestando-lhe um sentido de ineficácia, de baixa produtividade. Isso significaria também uma desvalorização das mudanças do tipo conceitual? Não uma desvalorização, mas antes a afirmação de que tais mudanças são de mais difícil aplicação.

Exemplo 4 - Show pop

Um conselheiro do grupo A faz o comentário de que havia considerado excessiva a cobertura dada ao show do cantor pop Lenny Kravitz, realizado em Porto Alegre. A crítica gera algumas opiniões na mesa. O mediador da reunião comenta:

- Concordo com isso. (...) E confesso que também não gosto.

Outro conselheiro fala:

- Tenho dúvida se é informação (o noticiário sobre o show) porque é popular ou se é informação para se tornar mais popular.

O mediador contrapõe:

- Não tem nada por trás, uma arquitetura (...). Esse ano não vai ter nenhum show maior. Então a gente quis marcar bem esse. E às vezes se passa, erra, satura.

De certo modo, há um apoio da fala deste último conselheiro à crítica inicial emitida por seu colega. O mediador da reunião, contudo, que deu acolhimento à crítica, fornece

também uma justificativa para o excesso de cobertura. Havia sido o principal show do ano em meio a uma escassez de espetáculos.

Remete-se então à fala do conselheiro que sugerira a possibilidade de uma tentativa de manipulação midiática (fazer o público gostar do artista em questão por meio da repetição informativa). Não é nada disso, diz o mediador. Não há nada planejado, uma intenção “por trás”. Fala então o motivo (a escassez de espetáculos na cidade) e admite o erro, ou melhor, uma possibilidade involuntária de errar (“se passa, erra, satura”).

Levei a mesma questão para os editores que haviam sido responsáveis pela cobertura criticada. Eles refutam o comentário do leitor com base, em parte, na argumentação de que não será simples “acertar na dose” e, por consequência, fazer uma cobertura em medida adequada (com informações em quantidade que não “sature”, como havia dito o mediador). Veja-se uma das falas destes editores:

- Vou ser bem sincero. É difícil colocar (o modo das decisões editoriais sobre um espetáculo musical) dentro de uma receita pronta. É muito subjetivo. Porque tu pode não gostar de Lenny Kravitz. Já os fãs deles não gostariam (que o jornal reduzisse a cobertura).

O outro editor complementa:

- No caso das artes, é mais subjetivo ainda.

Muitas vezes, há uma “raiva” dos leitores, havia nos dito um dos diretores em entrevista, remetendo-se a uma situação pela qual, conforme sua descrição, haveria um posicionamento passional de leitores - ao que deve-se contrapor, ainda conforme este diretor, uma posição “civilizatória” do jornal, o que implicar contrariar leitores (advindo destas contrariedades a mencionada “raiva”). O veículo de massas necessita ser médio e atender à média. O popular é criado pela mídia? Culturalmente, o grande desafio da mídia é educar e fazer avançar o refinamento do indivíduo (no estímulo ao bom gosto artístico, por exemplo). O leitor reclamante, ao queixar-se do excesso de cobertura para o mencionado show, diz que chegara a avaliação de que o noticiário era excessivo depois que propôs, numa conversa com amigos (e tendo como desafio levar uma sugestão ao conselho) que se elaborasse neste círculo de pessoas uma indicação dos assuntos que “enchem o saco na Zero Hora”. Estaria aí, neste sentimento de “saco cheio”, de falta de paciência, uma passionalidade do leitor?

Vocês precisam compreender: ser editor de um jornal não é fácil, não é nada fácil. Quase vejo esta súplica nos olhos dos jornalistas de ZH. Um dos diretores, durante sua entrevista, larga suas explicações e olha-me como se confessasse: não tenho palavras para manifestar o quão complexo é o jornal e especialmente os jogos de determinação do poder entre os múltiplos atores envolvidos no seu processo de produção.

Um leitor se diz indignado. Mas você não sabe como isso aqui é complexo, responde o editor. O que pode o leitor fazer? Só poderá fazê-lo com a ajuda do jornalista. O editor de variedades não reconhece o valor da opinião do conselheiro sobre o show de Lenny Kravitz.

- Essa é uma avaliação de pouca valia. É interessante, porque se sabe o que o leitor achou. Mas sabe apenas o que um leitor achou. Ouço como se fosse um telefonema.

O que o leitor não sabe? Este editor evoca a complexidade das decisões editoriais. Tenta me explicar o quanto seria difícil basear-se em um comentário com esse perfil para que se pudesse tomar uma decisão editorial mais profunda. Ele exemplifica que no momento em que ocorre um determinado espetáculo musical, como o referido pelo leitor, condições específicas e variáveis podem determinar o tamanho da cobertura. Seriam os casos, por exemplo, da disponibilidade de espaço editorial sempre condicionada pela venda de espaços publicitários; ou a concorrência de acontecimentos simultâneos e do mesmo nível de valor noticioso (se Porto Alegre, por exemplo, estivesse recebendo na mesma época, outro show internacional de interesse equivalente ao do show de Lenny Kravitz).

- Cada caso será regido por um regime de decisões específicas – conclui o editor.

Cada caso é um caso. Quem vitima o que nesse processo? Os editores vitimam o direito à qualidade de informação, que é pressuposto do direito de participar de processos editoriais? Ou o editor será, antes, vítima do complexo jogo de relações que determinaria seu fazer, no sentido de ser por ele conduzido sem que consiga alterá-lo?

O caso mostrado por este exemplo ilustra bem essa situação. O complexo no caso do noticiamento do show manifesta-se pela idiossincrasia de cada situação: podem ser múltiplas as variáveis - os fatos que concorrem por espaço na agenda; a quantidade de espaço disponível de acordo com a venda de anúncios. Não há arquitetura alguma, havia afirmado o mediador durante a reunião. Não há nada “por trás”. O fato é que o poder está descentralizado. Zonas de autonomia se constituem. O jornalismo, ao se colocar no lugar do

público, no sentido de ser seu representante, faz isso, gera-se como autônomo, e desta forma combate outras determinações que se misturam na constituição do espaço público.

Exemplo 5 - Apenas as grandes empresas

Um editor na área de economia concede: tem dificuldades com o Conselho do Leitor (o acha ineficaz). Mas conseguiu ser afetado pelo que, certa vez considerou ser uma “crítica muito procedente”. Nela, um leitor afirmava que eram publicadas muitas notas sobre empresas grandes. O editor lembra que apresentou como justificativa que as empresas grandes comumente são fontes geradoras de informações de interesse jornalístico. Ele ilustra (durante a entrevista):

- A Gerdau (grande empresa gaúcha, do setor metalúrgico) tem mais operações e isso gera mais notícias.

Diz, no entanto, que “mesmo assim”, considerou o comentário “procedente”. Comenta então que, a partir daí, tornou-se mais seletivo na elaboração do conjunto dos conteúdos envolvendo grandes empresas, reduzindo com isso o volume de informações.

- Tive que repensar que o leitor leigo talvez não entenda (que grandes empresas geram mais notícias). Foi um aspecto que ajudou a entender a cabeça do leitor comum. Ele não vai entender que a Gerdau produz mais notícias, mas só que essa empresa aparece mais. Foi um dano do ponto de vista de deixar de dar notícias que são importantes, mas que (sobre as quais) vai haver um patrulhamento. Esse não é um raciocínio particular, mas muito coletivo. E isso às vezes eu sinto falta no conselho. Eu vi nesse leitor (que se queixou do excesso de notas sobre empresas grandes) um tipo de leitor que faz esse raciocínio.

Ele prossegue, desenvolvendo o mesmo ponto. Fala sobre a situação geradora do critério editorial de acolher com mais facilidade notícias sobre grandes empresas.

- Eu poderia fazer a lista das 20 empresas gaúchas que sempre tem notícias. Mas agora eu me refreio, porque o inconsciente do leitor é preconceituoso com isso. O problema da Zero Hora é que gera uma expectativa muito grande. Tem que agradar a todos. Nosso leitor é nosso cliente e temos que agradá-lo. Somos todos norteados por essa orientação e as pessoas (os leitores) assimilam isso.

Ela refere-se então ao antigo slogan publicitário do jornal que pregava a ascendência do público sobre Zero Hora: “Você dono de um jornal”. O editor diz lembrar-se de casos de leitores que, em contato com a redação, faziam quase que uma apropriação literal dessa expressão.

Quão particular seria o pensamento do leitor citado pelo jornalista? Talvez, de fato, nenhum pouco. O ordinário é associar a corrupção com o poder. Os poderosos se apadrinhariam mutuamente traindo com isso o povo. Numa concepção de Estado moderno, podemos aqui lembrar Habermas, a individualidade apoiada na razão crítica orienta a noção de soberania. Assim, não há um ente mais elevado, nem Deus, mas sim a entidade coletiva constituída pelos cidadãos ativos. Não é lícito traí-la. Será lícito vingá-la, isto sim.

O preconceito irá iluminar as decisões? Que escala de valores é essa? O que há de errado com as empresas de tamanho grande? Geram a suspeita de favorecimento. Talvez o que é pequeno, por parecer-se mais com o simples e o pequeno, concernente a todos, gere maior empatia. O editor acredita ter identificado um pensamento comum. O povo não confia nos poderosos. O leitor, diz ele, é ignorante, desconhece as regras do jornalismo econômico. Valerá o preconceito (afinal, como diz o diretor de redação, o jornal é civilizatório)? Terá, nesse caso, prevalecido sim o preconceito, já que mudou-se o critério editorial para que o jornal se colocasse mais conforme as aspirações e possibilidades do público.

Exemplo 6 - Mudança em tempo real

Um editor me relata, em entrevista, o que seria também um caso perfeito e notável de intervenção do conselho. O exemplo me é detalhado sem mesmo que eu pedisse. Era como se houvesse, na voz deste editor, um orgulho com o mecanismo, que estaria então funcionando a contento. O tom de toda esta entrevista é elogioso: o conselho, pelo jornalista em questão, é visto com ótimos olhos. O caso relatado é perfeito e notável. Não apenas porque de aplicação imediata, mas também porque sugere a correção de uma falha antes mesmo que ela tivesse vindo a acontecer. Como? Veja-se.

De acordo com o relato do editor, realizava-se ordinariamente a reunião do conselho em uma noite de quarta-feira. Nesta noite, a editoria de Política – onde esta editor atuava como interino – preparava uma matéria sobre a redução do número de vereadores nas câmaras municipais. Tal assunto, por vir fazendo parte da agenda de Zero Hora e da mídia em geral nos últimos dias, havia entrado na pauta de discussão dos conselheiros. A conclusão a que os leitores estavam chegando (sempre conforme o relato do editor) era a de que o jornal precisava ser mais explicativo com relação às consequências das reduções do número de parlamentares.

Como havia uma matéria, naquele momento, sendo feita sobre este exato assunto, para figurar na edição do dia seguinte, o jornalista que moderava a reunião do conselho passou de imediato a sugestão, que acabou sendo aplicada. Tratou-se de um caso, não de mudança de rumo, mas de complementação de rumo, tendo por base uma simultaneidade temporal entre as duas instâncias (houve uma coincidência, no tempo, de tarefas, o que permitiu ao conselho ganhar uma velocidade de interferência suficiente para interferir sobre a edição do dia seguinte). Diz o editor :

- Estávamos dando friamente o número das reduções (do número de vereadores) e das reduções de custos. Mas o conselho levantou a questão de que tá, e daí, o que acontece? A matéria não abordava as consequências. Com a colaboração deles (dos conselheiros), naquele dia, a matéria ficou melhor. Depois, nós prosseguimos fazendo matérias por municípios.

Eu, ao procurar esclarecer detalhes do episódio, deixo transparecer que considerei a sugestão do conselho algo evidente, por se tratar de uma pergunta (esta, sobre as consequências da redução do número de vereadores) que dificilmente deixaria de ocorrer a um repórter. Ele concorda:

- Talvez a gente fizesse (uma matéria com o enfoque das consequências) mais tarde porque era evidente. Mas naquele dia não estávamos fazendo e com o estímulo deles acabamos fazendo.

Peço por detalhes do procedimento relatado de enriquecer com um novo enfoque a matéria que já estava sendo redigida. O editor responde que a mudança envolveu, mesmo já sendo noite (a reunião do conselho regularmente acontece entre 19h30 e 21h30) o procedimento de telefonar para mais “duas ou três fontes”, entrevistá-las e incluir as

informações no corpo da matéria. Pergunto porque a matéria estava sendo feita sem o foco sugerido pelo conselho. Ele remete à situação de “rotina atribulada” da redação.

- Era tempo de eleição. A gente liga o piloto-automático e vai - afirma.

Notável, portanto, o caráter imediato do exemplo dado. Não há divergências ou zonas de tensão, campos obscuros, perguntas a fazer. Aceitação no ato. Impossível aqui os conselheiros não se sentirem poderosos, donos da capacidade de intervenção. Será que é isso que eles querem? O que estarão querendo? Estarão buscando a sensação de serem úteis, ficando assim mais longe da sensação de que não são eficazes e de que seu esforço não rende frutos?

Parece, este, um daqueles casos que relata Restrepo, pinçado como exemplo e, por isso mesmo, de difícil ocorrência. Falamos dele no capítulo anterior, sobre o ombudsman. Todos saíam satisfeitos (leitor, ombudsman e jornalista) porque algo na interação proporciona comportamentos modelares. Há um leitor atacando com pertinência questões editoriais relevantes (num esforço marcado pela dessubjetivação do próprio leitor; a questão levantada não era em benefício seu, mas de alcance público). Já o ombudsman conseguira ser um intermediário eficaz ao, investigando a pertinência da queixa, conseguir proceder a uma discussão e estratégia de convencimento baseadas em critérios bem calçados ética e racionalmente. E o jornalista, por sua vez, sobretudo não interpretara a intervenção do leitor como uma invasão e desrespeito ao seu conhecimento técnico.

No caso que estamos relatando, do Conselho do Leitor, o intermediário é a própria instituição do conselho, através da qual os leitores entram em contato com os jornalistas. E o que facilitou o aproveitamento de sugestão talvez tenha sido um misto de oportunidade e natureza da falha que estaria sendo cometida. Houve aqui um problema de falta atenção (abordagem incompleta do assunto), atribuído às condições de trabalho (rotina atribulada).

Não presenciei a reunião em que se elaborou a sugestão, mas pelo conhecimento que adquiri ao observar uma série de reuniões, não deve ser errado pensar que houve ali uma discussão sobre o assunto, e que o fruto desta discussão conseguiu ressoar de modo imediato na redação. Seria com se alguém, ao passar pelo lugar em que outrem trabalha e, estando mais atento (com a capacidade de elaboração intelectual menos transtornada) visse o cometimento de uma falha que estava até então invisível para o executor do trabalho.

Uma espécie de ajuda, um suprimento da lacuna proporcionada por fatores, nas condições de trabalho, que desfavorecem certos parâmetros de qualidade.

O conselho seria então aqui como uma espécie de prótese ao jornalista. Algo que não é dele, do seu corpo (no caso, não é parte do aparato com que o jornalista comumente trabalha, aquilo que é da ordem normal de seus instrumentos). Tal prótese funcionaria bem, seria ativada em outras situações, estando, contudo, aqui favorecida pela condição específica de ver o erro sendo cometido no próprio ato do cometimento.

5.2.3.4 Significados esparsos

São seis casos distintos, tanto de acolhimento como de rejeição dos comentários, críticas ou sugestões dos leitores. Durante a pesquisa, não nos propusemos a construir algum conhecimento mais sistematizado acerca deste ponto, como, por exemplo, descobrir, evidenciando de modo empírico e quantitativo, se existem, em relação ao que os leitores-conselheiros dizem, mais acolhimentos ou rejeições. Até porque a existência deste dado (apesar de útil) talvez acabasse representando um risco muito grande de, na apropriação da pesquisa por outros sujeitos, não se resistir à tentação de análises reducionistas, como considerar, por exemplo, que o conselho é um falso instrumento de participação, a partir, suponha-se, do dado de que há mais rejeições do que acolhimentos.

Aliás, pelo conhecimento que temos do objeto, mesmo produzido por uma vivência não sistematizada em termos quantitativos, cremos que se tornaria possível afirmar que é mais forte a probabilidade de existir, no Conselho do Leitor de Zero Hora, em relação às contribuições dos leitores, um maior número de rejeições, superando, com folga, o de acolhimentos. Procedimentos de sistematização mais rigorosa que tentassem especificar aspectos precisos da dinâmica que se estabelece em torno deste ponto exigiriam um esforço de pesquisa específico que, por si só, talvez demandasse a elaboração de um novo estudo.

Apresentamos aqui a descrição de seis casos isolados, a partir dos quais podemos chegar, somente, a um crescimento de sustentação empírica que, por sua vez, nos ajudará, sem dúvida, ao desenvolvimento de idéias que viemos construindo a partir do conjunto de dados sobre o Conselho do Leitor e também sobre o ombudsman. Estes seis casos

pertencem a um conjunto maior de exemplos recolhidos a campo. Analisados um a um, nos reforçaram o sentimento de que o melhor conhecimento sempre se produz a partir da percepção detalhista do real. Ao mesmo tempo, também nos reforçam a idéia das vantagens epistemológicas que se obtém quando mantemos dispersos diferentes objetos sob análise, antes de submetê-los a algum tipo de unidade. Os casos descritos são, sem dúvida, singulares, bem como as pequenas conclusões a que chegamos a seu respeito. Pode ser interessante retomá-los.

1) Uma crítica a um critério da editoria de Esportes “bate” em um editor já acostumado a ouvi-la e a, de algum modo, buscar soluções em torno dela. Torna-se uma espécie de questão permanente em torno da qual já há um histórico, ao que parece, de busca de soluções. Deve-se anotar que nos deparamos com esta situação em outros dois casos, o que parece se nos afigurar como uma recorrência importante. Fica a informação de que os leitores detectam problemas que os jornalistas já conhecem. Foi a partir, inclusive, de algumas destas situações que ouvimos avaliações de que o Conselho do Leitor, na sua tarefa de elaboração crítica, acabara se tornando “repetitivo” (o que, por sua vez, alimentava, junto com outras situações, a noção de que o Conselho do Leitor revelara-se uma ferramenta pouco produtiva). Evidencia-se, nestes casos, uma certa precariedade no serviço crítico procedido por estes leitores. Uma vez que terminam prejudicados pela avaliação obrigatoriamente pontual e descontextualizada que não se consegue deixar de fazer, os leitores acabam, efetivamente, soando como aquilo que são, leigos, diante da experiência que confere autoridade aos jornalistas.

2) Dois exemplos que se excluem mutuamente: o de uma coluna bem sucedida ao extremo e o de um procedimento editorial com finalidade de aprofundamento informativo que, após ser adotado, deixou de possuir um resultado de qualidade agradável aos jornalistas. Nesta última situação, impõe-se novamente o império da avaliação técnica consagrada, apesar de tal avaliação ter-se abrido, antes, a uma sugestão externa. Ficou novamente a informação de que a decisão final sobre “o que fazer” não sai das mãos daqueles que efetivamente fazem, ou seja, os jornalistas.

3) O terceiro exemplo permite deparar-se com a situação de que sugestões em torno de mudanças práticas tem aplicação mais imediata. Foi aqui uma sugetão bem-sucedida, a de publicar o tempo dos espectáculos, considerarda “boa”, ou seja, conforme aos padrões técnicos, ou melhor, conseguindo atingir as exigências de qualidade previstas por estes padrões. Fica a imagem de que os leitores precisariam esforçar-se para atingir um nível de qualidade, nas soluções que apresentam, que é próprio dos jornalistas. O que levaria um eigo a “acertar na mosca”, com no caso do exemplo 2?

4) O caso do show de Lenny Kravitz dá margem a um aprofundamento de idéias sobre a relação conselheiro-jornalista. A complexidade do processo produtivo jornalístico aumenta na medida em que aumenta o nível de inteferência dos leitores, que passam a disputar espaço no intrincado grupo de fatores que determinam o funcionamento do espaço público midiático. Zero Hora terá se vendido à indústria de música pop, ou, antes, será ela mesma parte integrantes desta indústria? O leitor desconfia, o leitor não pára de desconfiar. A mídia acaba possuindo a cabeça da besta. O show passaria despercebido se ninguém falasse nele? O jornal pode ser culpado de tudo? Na verdade, a mídia é uma entre várias influências que determinam o sucesso ou o fracasso do show. Será a mais importante?

Independente disso, o fundamental é que a mídia não age sozinha. Existem, certamente, elementos extra-midiáticos. De igual maneira, a atração que o jornal poderia possuir pela idéia de favorecer um ícone pop não corresponde ao único fator de determinação do noticiário. O jornalismo, em sua ética, manda vigir um interesse comunitário. Contudo, a comunidade cinde-se. No caso das artes, mais ainda, diz o editor, já que se trata de uma questão “de gosto”. Lembra as diversas narrativas que colhi onde jornalistas queixam-se da passionalidade de leitores que, torcendo para um dos times da dupla Gre-nal, se vêem desfavorecidos pelo noticiário (e o mesmo se daria em relação à política). Há, contudo, na arte, um patamar de modelação de comportamentos e condutas, e é por critérios concernentes a esta função que o jornal deveria orientar-se. Condutas são variáveis. Cada conselheiro, em princípio, querará fazer valer a sua. Há, no entanto, o problema da aceitação e daí a necessidade do estabelecimento de regras que produzam normalidades. Não há como querer que o jornal não trabalhe com padrões de normalidades, caso contrário as comunidades se desestruturariam. Um ícone pop acaba colaborando para a

fixação de uma identidade. Do ponto de vista do jornal, ceder a apelos exteriores não será propriamente parcializar-se. O jornal comanda seu processos. Se não comandasse, se descaracterizaria. É neste sentido que possui, também ele, assim como os próprios indivíduos, uma normalidade forçada.

Os leitores prostram-se, cerram fileiras. O espírito comunitário dos jornalistas não deve também aos leitores pertencer? Deve. Contudo, o próprio proceso de constituição do grupo de conselheiros os quer heterogêneos, de modo a se ter ali uma representação de camadas ou matizes, enfim, a apresentação de um todo diverso. Aqui, o jornal se contradiz porque age como se não esperasse opiniões parciais. O editor que, desse modo, diz não poder considerar a opinião de um leitor isolado é como de certo modo jogasse o conselho no lixo, jogando, com isso, o conselheiro junto, sua auto-estima como crítico de mídia e a própria possibilidade de um vir a ser participativo em Zero Hora.

Contudo, será isso também um efeito involuntário, decorrente do conjunto de ações envolvendo, em três níveis: 1) o dono da empresa, que determinou, ao que parece, por convicções éticas, a constituição do conselho; 2) os diretores, que centralizam a operação do mecanismo; 3) os editores e repórteres, que executam com suas próprias mãos as edições diárias de ZH. É no meio desse caminho que as convicções éticas de cada um destes atores pode se frustrar, com prejuízos ao trabalho de participação dos leitores.

5) Volta o homem comum a manifestar-se, sendo rechaçado, contudo, pelo jornalista competente, o especialista. Volta-se, portanto, a este ponto, de alta recorrência, porém se observando um diferente desfecho. A sugestão do leigo é atendida, com prejuízo ao critério jornalístico já instituído há um largo período de tempo. O editor avisa: como dar razão a um preconceito? A visão da comunidade leiga por acaso não tenderá a ser simplificadora? Ora, opinião média só poderá reduzir a complexidade do real. Ao mesmo tempo, haverá uma sabedoria incomum nas desconfianças do povo. Todos sabem que a bondade é falha. Por isso, mais vale exigir honestidade do que confiar. Todos somos corruptores até prova em contrário. Surge aqui o animal político. Nada poderá valer mais que o povo. Ao fundo, a sociedade é uma castradora, há uma dominação. No fundo, a imprensa só poderá refletir idéias médias.

6) Um novo caso perfeito, de aceitação imediata, em que houve oportunidade para que se emitisse a opinião correta. Ressalta-se outra recorrência: o “tiro certo” dado pelos conselheiros. Remete-se, o caso, a uma situação de “troca de olho”: o jornalista precisa de alguém para lhe avisar que vinha errando pelo caminho, erros para os quais tornara-se cego. O jornalista se sentirá, assim, agradecido pela colaboração. É a “desintoxicação” da rotina que a presença do leitor permite ao profissional.

5.3 O que está por vir: definição de identidades

Conseguimos até aqui descrever o Conselho do Leitor de Zero Hora e seu processo de funcionamento. Daqui por diante, haverá a narrativa de um fato, que nos reforçará a hipótese de que os conselheiros precisam constituir autonomamente uma identidade que oriente o seu modo de agir. Aqui, poderemos aprofundar a descrição do funcionamento do conselho pelo fato de o episódio que iremos relatar refletir o funcionamento da coluna do Conselho do Leitor, que não pôde ser descrito na sessão que aqui se encerra, conforme anunciado anteriormente. O relato que está por vir, envolvendo o grupo A, mostra os leitores agindo nos bastidores. Fica flagrante o quanto a face mais visível de um fenômeno não demonstra toda a realidade.

5.3.1 Quem somos, conselheiros?

Querer leitores. Zero Hora teria jogado seus leitores fora? O jornalista não se divide em dois. Como diz Soloski (1999), uma das pretensões do jornalismo pautado pela objetividade é não perder público, mas, antes, estar apto para o consumo de todos. Zero Hora haveria falhado neste intento?

É difícil ou fácil prever a reação do público? Talvez não fosse muito difícil de prever que entrar em Zero Hora e observar suas iniciativas de aproximação com leitores nos levaria a uma quase obviedade: a de que Zero Hora estará disputando com estes leitores a noção de que não é parcial em seu noticiário político.

Houve um dado recorrente na pesquisa de campo que me impressionou: atores desta narrativa que se elabora, tanto de um lado como de outro, ou seja, jornalistas e leitores,

deram mostras de que há um imaginário que vincula política, futebol e a construção de uma identidade cultural, o ser gaúcho. Por esta definição, o gaúcho seria aquele que execerba sua paixão. Nessa passionalidade, que ama intensamente, numa afirmação de si próprio, constrói facilmente o inimigo, o que daria origem a uma divisão bastante rígida entre o “eu” e o “outro”. Ninguém enrijeceria mais esta divisão do que o gaúcho, na sua falta de fleuma. Afinal, defender as fronteiras não é uma tarefa diplomática (nesta diplomacia, as próprias fronteiras do “eu” e “tu” são definidas amigavelmente. Antes, a invasão do inimigo belicoso é sempre um risco, o que vai exigir disposição para a luta. Nesta condição, de ameaça constante, defender-se intensamente é a própria condição para continuar vivo (não está morto quem “peleia”, diz a letra de uma popular peça do cancionista riograndense)⁹².

Assim, a valentia define o ser belicoso, em pé de guerra. O que teria acontecido ao Rio Grande? Futebol e política no Rio Grande do Sul seriam tratados de modo diverso do que no restante do mundo? As rivalidades existem em qualquer lugar. E bem se pode supor que elas seriam uma herança de um antigo desejo belicoso, de pular fronteiras.

Há no Rio Grande do Sul um histórico de desenvolvimento de lutas oposicionistas no campo da política. Sem dúvida, há uma relação desta realidade com o acirramento da rivalidade entre esquerda e direita, em especial com o crescimento eleitoral do Partido dos Trabalhadores, que ocupou por quatro mandatos consecutivos a prefeitura de Porto Alegre. Os gaúchos seriam, então, lutadores por princípio, mais propensos à luta do que à conciliação. Seriam guerreadores. Tudo isso pertence a um imaginário coletivo. Não se deve considerar que o pampa mitológico, contudo, seja uma representação exata do que encontraremos nas relações sociais. No lugar disso, ele é uma busca, desse modo escondendo-se nas expectativas do sujeitos.

Eu achava que, de fato, iria encontrar em Zero Hora um pedaço da minha história. Falo agora como sujeito. Sempre me vi como sendo parte de uma cena na qual é-se porto-alegrense. Um porto-alegrense, como eu, desenha-se a partir das páginas da cultura local.

⁹² Veja-se parte da letra de “Não Podemos Se Entrega Pros Home”, de Joca Martins: *O gaúcho desde piá vai aprendendo/ A ser valente, não ter medo, ter coragem./Em manotaços do tempo e em bochinchos/Retempera e moldura sua imagem./Não podemos se entrega pros home/De jeito nenhum, amigo e companheiro./Não tá morto quem luta, quem peleia/Pois lutar é a marca do campeão./Com lança, cavalo e no peitão/Foi implantada a fronteira deste chão./Toscas cruces solitárias nas coxilhas/A relembrar a valentia de tanto irmão.*

Querer ser da Zero Hora, enquanto gaúcho, neste sentido, é querer ter controle sobre as representações que nos elaboram. *Quem une o Rio Grande?*

Houve um fato, dentro dos inúmeros que observei, no contexto do Conselho do Leitor de ZH, que em mim calou mais que todos. Parece-me, de fato, o mais relevante dos episódios ali transcorridos. Ao relatá-lo, pretendo dar cabo, como afirmei logo acima, de pontos que me parecem ainda pendentes no que diz respeito a uma expectativa de formação identitária entre os conselheiros.

Volto a perguntar: quem une o Rio Grande? O Rio Grande, na verdade, é cindido por uma luta histórica, inicialmente entre republicanos e imperiais. A lenda do gaúcho, contudo, fala de uma figura única, que empresta suas características para a constituição de um tipo ideal. A primazia de uma elite dirigente, primeiro rural e aristocrática, depois urbano-industrial, nos dá a informação quanto à existência de uma divisão por classes, em termos sociais e econômicos. Um jornal como Zero Hora sem dúvida vincula-se a um ordenamento moderno, de um Estado que seguiu o caminho aberto pela industrialização. Ele é fruto desta modernização, onde manifesta-se uma força dirigente vinculada à detenção do capital.

A luta que se dá, dentro da qual Zero Hora é hostilizada como representante de uma elite moderna e capitalista, opõe, deste modo, trabalho e capital. O jornal começa a ser visto como antagonista a partir de suas aparentes posições políticas por uma camada de defensores de um ideário socialista, particularmente vinculados ao Partido dos Trabalhadores. Em 1999, o PT, depois de já estar há dois mandatos e meio ocupando a prefeitura de Porto Alegre, chega pela primeira vez ao governo do Estado. É o ápice do avanço do partido no Rio Grande do Sul, a partir da ostentação de um programa de governo de esquerda. Acirra-se, tão logo isso acontece, a polarização ideológica que já se manifestava.

Do ponto de vista de determinados setores da esquerda, Zero Hora é tida organicamente como parcial. Jamais poderia cumprir sua função de arena pública isenta devido aos compromissos escusos que possuiria com o capital. Trata-se, na verdade, de uma espécie de estratégia de denegrição da imagem do inimigo. Uma série de conflitos são registrados, envolvendo ofensas que buscam atingir a imagem da RBS como grupo de mídia confiável. Não é que o público de Zero Hora pensasse a respeito do jornal coisas que

dela pensam e falam determinados atores que ajudam a compor o espectro político-ideológico no Rio Grande do Sul, num processo de transferência imediata. Mas é que passou a haver um processo de convencimento, especialmente a partir da situação pela qual o PT cada vez mais encastelava-se no poder. Na verdade, são bem conhecidas as farpas entre o grupo fundado por Maurício Sirotsky Sobrinho e a esquerda gaúcha e narrá-las aqui (com detalhe) não se torna imprescindível⁹³.

Estaria parcela significava do público leitor de Zero Hora contaminado pelas fortes e agressivas insinuações da esquerda de que ZH é um veículo parcial? Em 1999, um estudo encomendado pelo jornal, conforme Machado (2000), teria demonstrado que Zero Hora estava enfrentando problemas de credibilidade. O estudo demonstrava que o jornal vinha sendo visto por parte público como parcial e pouco objetivo. No mesmo artigo, Machado revela que tal indicação, para o jornal, de problemas na sua credibilidade, estaria na origem de uma campanha publicitária que passaria então à tentativa de reverter tal opinião desfavorável, a partir do slogan “A vida por todos os lados”, elaborada justamente no sentido de desfazer a idéia de que Zero Hora seria um veículo parcial.

Ouvimos uma versão semelhante deste mesmo episódio relatada pelo funcionário que entrevistamos no departamento comercial do jornal. Em entrevista, ele nos relata que a campanha “A vida por todos os lados” havia sido gestada precisamente no contexto das acusações de que Zero Hora possuiria vinculações com as correntes partidárias rivais do PT.

- Sempre existiu uma guerra ideológica. (...) Naquele momento (da campanha), acho que era importante convencer algumas pessoas. Mas não os radicais (...). Os dados quantitativos nos levam a crer que estamos indo pelo caminho certo⁹⁴.

O Rio Grande do Sul encontrava-se então dividido entre o PT (principal força de esquerda) e os demais partidos, localizados do centro para a direita. Caberia a Zero Hora provar que era isenta, que era um veículo sem cores partidárias, um veículo de todos os gaúchos - tantos os que, na eleição de 1998, haviam votado no PT, de Olívio Dutra, com os que haviam votado em Antônio Britto, do PMDB.

⁹³ Ver sobre este assunto GUARESCHI, Pedrinho *et al.* *Uma nova comunicação é possível - mídia, ética e política*. Porto Alegre : Evangraf, 2002.

⁹⁴ O entrevistado refere-se a dados quantitativos que expressam as tiragens do jornal.

Perder leitores é pouco recomendável para um jornal. A campanha “A vida por todos os lados” adota a lógica do penitente: um jornal não se acobarda e admite que se fale mal dele. Melhor do que isso: o próprio jornal promove a crítica. Se ZH criou uma coluna, como mencionamos antes, que estimula o leitor a expressar-se honestamente sobre o jornal (“Sobre ZH”), aqui temos a adoção do mesmo princípio, porém em uma campanha publicitária. Pessoas extremamente críticas a ZH, e socialmente qualificadas (políticos de esquerda, membros da comunidade científica) são convidados a falar, e a falar efetivamente o que pensam. Como resultado, as peças publicitárias trazem textos onde Zero Hora, contrariando-se a lógica vulgar da publicidade, não tem suas qualidades ressaltadas, mas o contrário disso. O efeito pretendido estaria claro: resgatar a credibilidade perdida tendo a atitude ousada de servir para os olhos do público seus próprios críticos (talvez seus próprios inimigos). O jornal não tem pena de si mesmo, o jornal precisa ser forte. É como se houvesse um martírio.

Converso com um dos editores de ZH - aquele que devota uma espécie de ódio ao Conselho do Leitor. Sua observação do conselho, manchada pela subjetividade, detecta, creio que de modo algo distorcido, esta necessidade que o jornal tem de penitenciar-se. Fala:

- As pessoas vêm com uma ira, as pessoas querem demitir o Barrionuevo⁹⁵ (...) Todas as vezes que eu fui ao conselho tinha uma ala de *pittbulls*, doida para o pegar o jornal e sair arrebatando.

Quem serão esses “raivosos”, porque o jornal os abriga? O episódio que estamos querendo relatar é - entre outros significados que oculta - uma mostra de que Zero Hora albergou em seu próprio ventre conselheiros que, ao entrarem no jornal, levavam consigo todo o vigor de uma luta que dividia o Estado do Rio Grande do Sul. E ali algumas pessoas chegaram de fato a odiar-se.

O grupo A, infelizmente, constituiu-se longe dos meus olhos, no sentido de que não acompanhei-o desde seu princípio. Mais tarde, alguns de seus membros iriam perguntar-se

⁹⁵ José Barrionuevo, colunista político de atuação marcada, conforme já mencionamos, por posicionamentos polêmicos, especialmente em relação ao PT. Foi substituído por Rosane de Oliveira. Em uma reunião do conselho, conforme descrevemos anteriormente, o mediador procura diretamente saber dos leitores se Rosane de Oliveira agradava mais que José Barrionuevo.

porque, afinal, Zero Hora teria reunido em um mesmo grupo tantas pessoas com o mesmo olhar de esquerda.

É o olho que lê o jornal? Um leitor me fala, recordando, em entrevista, que havia aprendido no conselho, com os jornalistas, o significado de “leitura viciada” - uma situação pela qual o leitor tende a ver o que quer no jornal. Aliás, aprendera a partir do seu próprio exemplo de leitura viciada. Podemos relatar o fato, a partir de sua descrição.

Este leitor vinha detendo sua atenção sobre as matérias em torno da política de definição de cotas nas universidades. Num destes textos, teria sentido a falta de um equilíbrio entre as diferentes posições, contra ou favor da definição de cotas. Contudo, não era verdade. O equilíbrio estava presente, conforme teria conseguido demonstrar o mediador da reunião. Se trataria então de um caso de “leitura viciada”. O leitor explica:

- Tu sempre lê de acordo com o que você tá procurando, vai com o teu referencial. E esse reportagem (sobre as cotas), eu sou contra, e eu não percebi o a favor. E tinha o a favor.

- E tinha.

- Daí a gente reviu a reportagem e tinha.

- Tu acabou cometendo uma gafe?

- É.

Editores de ZH por algumas vezes se mostraram impacientes com leitores que insistiram em ver apenas o que queriam. Mas, afinal, para que serve o conselho, para ver com o olho que traz cada leitor ou para desviciar olhos carregados de subjetividade?

Assito a uma reunião em que os esquerdistas do grupo A voam sobre o mediador como uma esquadra de aviões metralhando o território inimigo, conforme foi relatado em uma das sessões acima. Pouco se sabe. É como se o conselheiro viesse com olhos prontos. Convertê-lo deverá ser trabalhoso. Afinal, vocês (do jornal) querem que tenhamos o nosso olho ou o vosso olhar? Novamente esta pergunta.

Aguçar os ouvidos. Um editor diz, formulando uma metáfora:

- Os conselheiros entram na cozinha do restaurante.

E complementa:

- Há uma desmistificação. O conselho foi feito para mudar o jornal. Mas o jornal muda o conselheiro.

Ele passa então a evocar a complexidade da elaboração de um jornal como Zero Hora, que, segundo sua definição, precisa ser compreendida para que não se tenha uma visão equivocada. Para que não se gerem, diz, situações de “mistificação” sobre o fazer jornalístico.

- Há coisas da rotina do jornal. São muitos fatores.

Ele cita o caso do número de anúncios, que condiciona o espaço reservado para as matérias. Expressa, em seguida, a opinião de que tal complexidade, para conseguir ser transformada a partir da participação dos leitores, exige uma crítica com base consistente de elaboração.

Seria isso, conforme o termo empregado na entrevista, uma desmistificação. Desfazem-se, segundo ele, noções erradas, fruto de distorções e simplificações. Quem simplifica mais, o leitor em relação ao jornal ou vice-versa? Alguns leitores saíram do conselho achando que Zero Hora fazia um esforço de transparência digno de nota. Outros saíram como entraram: ainda considerando o jornal uma máquina de fazer mal aos inocentes.

O grupo A sabe organizar-se. Surgiu em abril de 2004. Cada integrante trazia suas expectativas, evidentemente. A novidade de um grupo enche seus participantes de entusiasmo. É como se uns se apaixonassem pelos outros. Lembra um dos integrantes do grupo:

- Na primeira reunião do conselho é aquele oba-oba, ninguém se conhece, daí todo mundo se apresenta, aquela coisinha legal, né, todo mundo fica amigo de todo mundo e tal.

O relato deste conselheiro se desdobra. É carregado por seu afeto e desemboca no ponto justamente onde estamos querendo chegar:

- (...) Aos poucos tu vai vendo assim a intenção das pessoas, de cada um. Tu vê ali que tem gente, por mais que diga que não quer se promover, utiliza o conselho pra se promover. Tu vê gente ali que por mais que diga, que é um leitor comum, que tenta ser neutro, não é neutro, sempre puxa prum lado. Aos poucos, os egos das pessoas foram crescendo.

Em agosto começa uma nova fase do grupo. Surge a lista de discussão na internet. O grupo se articula de modo mais desenvolvido graças à lista, passa a fazer mais contatos entre si. Possivelmente, sem esta lista, as coisas não teriam chegado onde chegaram. Seria, a lista, uma nova arena de discussão? As reuniões do conselho pode-se dizer que representavam uma ágora - ágora *sui generis*, é bem verdade, porque lugar possuído por um

espírito mais de erguer soluções de um modo desparelho (há a detenção de quase todo o poder por parte dos jornalistas).

De certo modo, pode-se pensar que a lista é um local escondido. Nele, o grupo pode articular-se e dirigir ações sem estar ao alcance dos olhos dos jornalistas. Não houve intenção no grupo, na verdade, de esconder-se. Não, ao menos de modo preponderante. A hipótese que faço é a de que o grupo, ao fundar a lista, estava buscando autonomia. Este esconder-se seria então um modo de autonomizar-se, fugindo da presença abrasadora de uma espécie de pai, que, à maneira de um sol que nunca se põe, poderia estar revelando o filho sempre a sua própria luz, sem que esse pudesse acabar pensando por si próprio. O que se produziria, então, seria uma espécie de abafamento, um viver à sombra.

Quem sou eu neste processo? Os conselheiros me olham. Há, na verdade, uma disparada no olhar destes conselheiros, como que uma busca. Montar a lista é aliviar-se. Quantas intenções há por detrás de um conselho? Eram, no princípio, nove os conselheiros integrando o grupo A. Um abandonou o grupo logo no início. Outro, manteve-se distante da lista de discussão. Outro ainda, não tinha acesso a internet. Forma-se, então, um núcleo central do grupo, composto por seis pessoas. Estes dão sobrevida ao grupo fora do espaço das reuniões, através de um espaço privilegiado para isso: a lista de discussão na internet. O grupo funde-se. Por que andarão sempre juntos, estes seis? Que poder de atração haveria? No final, estarão também se repelindo uns aos outros. Um conselheiro um pouco desolado me fala, em entrevista, que as tensões teriam chegado ao limite do tolerável.

- Eu acho que esse grupo terminou no momento certo. Mais do que isso, não ia dar certo, porque eu acho que tava quebrando um pouco do respeito, entre o pessoal, acho que estava se esgotando o relacionamento.

O que teria ocorrido com vocês, homens e mulheres tão dispostos a constituir um... na verdade, o problema foi esse. Minha hipótese é a de que os conselheiros não sabiam quem eram - haveria, portanto, um *nítido problema de constituição de identidade*. Já colocamos a questão anteriormente. O que o jornal quer dos conselheiros? Procuramos demonstrar nas sessões anteriores, através da descrição do funcionamento do conselho, que o jornal *instrumentaliza* este dispositivo. O que isso significa? Que há uma busca quase total em função dos interesses de ZH. A fala de um conselheiro mais uma vez nos socorre. Reproduzimos um trecho de sua entrevista:

- Me diz o seguinte. Qual é o conceito que tu acha que o jornal faz, da função do conselho?
- O que eu percebo que ele quer, que tu vai lá e dê a tua impressão de leitor, como que tu vê a formatação do jornal, o layout do jornal, como é que tu concebe o jornal impresso e o que tu lê, se isso te choca, se isso não te choca, (se) algum jornalista, no escrever, escreveu legal. Tu viu que o (nome de um dos mediadores) disse, numa das últimas reuniões, o que eu acho interessante é que em cada reunião eles soltavam um incentivo pra tu continuar te interessando a participar. Aos pouquinhos eles davam uma informação de como era construído o jornal. E numa dessas reuniões ele falou das manchetes, das diferentes leituras que o jornal tem, os tempos e o tempo de leitura. Que são quatro leituras, ou três leituras. Isso é uma coisa que incentiva a pessoa que tá participando a entender o jornal. Uma leitura super rápida, que lê só a manchete, outra lê o resumo, e a outra tu lê toda a matéria. Então acho que é isso. Acho que o jornal não quer uma observação. Eles respeitam, ouvem, mas eles não querem uma análise de jornalista, eles querem uma análise de leitor, com a sua competência, com a sua informação, com a sua diversidade, com a sua história de vida, com a sua erudição. Isso só vai enriquecer a visão daquele leitor. Mas não uma análise técnica. Uma análise de leitor.
- Mas o que seria uma análise técnica?
- Uma análise de jornalistas, uma análise de quem faz.
- Mas tu acha que algumas pessoas tentaram dar essa análise técnica?
- Acho que sim. Acho que tu vai perceber.
- Mas é o quê?
- De não concordar com a maneira como foi escrito, da posição que o jornal deu, dentro daquilo que eu te falei antes, da análise de linha editorial. Mas eles estão acostumados com isso, sabem lidar bem com isso, os editores, eles filtram e pegam aquilo que eles foram buscar. Pra mim isso tá muito claro.

Análise de leitor. Quem vai chocar esse ovo? O conselheiro citado faz esta divisão: não jornalista (técnico, competente, mas leitor). Será que os leitores feriram-se por não se sentirem técnicos competentes? O mesmo conselheiro fala:

- *Todo grupo demorou para entender o que era um conselheiro. Porque, quando esse grupo entrou, entrou com aquela idéia, ilusão, de que estava ali para mudar a pauta, estrutura de jornal, estrutura de redação, tem um nome, a linha editorial, e algumas vezes eu senti isso, na inquietação das pessoas, e nos mails que nós trocávamos eu dizia, nós somos leitores, eles nos querem como leitores, sabendo o que aquela manchete te impactou, o que tu entendeu, a matéria de escrita, título, como o leitor percebe o jornal, e não esta questão. Eu dizia: eu não sou jornalista, nem tenho a pretensão de. A partir daí eu comecei a ter uma linha de análise. Vou entender aquilo que me ensina e me esclarece. Aquilo que não me ensina e não me esclarece eu vou comentar. E aí foi. Se não me ensina e não me esclarece o que eu li, eu vou criticar, eu vou mostrar, como leitora e como componente de um conselho do leitor. Se a gente for pra o conceito do que é um conselho de leitor, eu sempre tive isso claro, é uma representatividade da sociedade ali dentro. Nenhum jornal grande vai fazer um conselho pra fazer uma avaliação da sua linha editorial. É uma ingenuidade tu pensar isso. Ele quer um feedback de como tu entende, como leitor. Os meus colegas discordam de mim.*

- *Eles dizem o quê?*

- *Que tu tem sim o direito de fazer uma provocação de mudança numa linha editorial de um jornal, de divisão, de pronunciamento. Mas é a visão de cada um. Foi o que eu disse na última reunião. A diversidade do pensamento de cada um é que faz o enriquecimento do grupo.*

Teria ocorrido uma ingenuidade? Bravos heróis, eu diria. Intrépidos. Contudo, o poder mordeu-os. Caíram. E a queda foi alta. Teriam caído de um sonho que empresta figuras, referências para eles sonharem-se conselheiros, ou seja, constituírem sua identidade enquanto conselheiros?

Dezembro de 2004. Chego antes de que todos à reunião. É calor, dia claro lá fora. Praticamente junto comigo chega um leitor. Conversamos. Logo passa a falar mal do conselho. Não seria de fato democrático, não permitiria com transparência para a sociedade da real opinião dos conselheiros em relação ao jornal. Acrescenta a isso outra crítica que me chama a atenção. Na verdade, é quando desperto para o tema. Derrama ele sua mágoa.

Não temos aqui - é como se dissesse este leitor - nem passado nem futuro, não conhecemos outros grupos, que já foram do conselho, nem nosso trabalho terá prosseguimento.

Quantos grupos já haviam atuado antes desse? Nove, compostos por conjuntos de oito a dez pessoas. Quase uma centena de conselheiros, portanto. Pergunto a um dos editores o que acontece a um conselheiro depois de sair do cargo:

- Ele vira um leitor comum, que conhece pessoas e conhece canais para sugerir algo.

O leitor comum. Então, o conselheiro seria um leitor diferenciado? Um dos diretores, ao se abordar o assunto, em entrevista, diz que sabe de conselheiros que, findo o período de permanência no cargo, permaneceram em contato, porém longe do jornal. Já não diziam mais nada a este ente, Zero Hora, que já os lisonjeava, ou intrigara, entre outras possibilidades, pelo fato de querer sua opinião; botando seu nome e a sua foto no jornal; dando-lhe um lugar, um título (“conselheiro”) e um orgulho pertencer à Zero Hora.

Melhor dizendo: Zero Hora, por ser quem é, no cenário da mídia local e nacional (um grande jornal) enaltece os leitores por serem eles os escolhidos. Na lista de discussão, duas mensagens fazem menção a este sentido de pertença. É quando dois leitores distintos formulam uma auto-definição onde sugerem que o grupo deveria entender-se como um grupo de conselheiros de “um dos jornais mais importantes do Brasil”, grupo que teria conseguido construir uma experiência valorosa, uma experiência como “conselheiros do 4º jornal do país”. Orgulho de pertencer. Se reduziria a uma questão de egos inflados, como sugeriu um dos integrantes do grupo, em fala reproduzida logo acima?

Fazer a lista de discussão é uma aventura. Como é complicado ser conselheiro de Zero Hora. Quem vos abençoa, no sentido de dizer quem sois e o caminho a seguir? O jornal? O “grande pai” da RBS, Jaime Sirotsky, aparecera na primeira reunião do grupo B. Será ele o “pai” também dos membros do Conselho do Leitor?

Antes da primeira reunião de um grupo inaugural, ZH tem por hábito editorial publicar as fotos de seus novos conselheiros. No dia da reunião inaugural do grupo B, o jornal também comemorava seu aniversário. Naquele dia encontram-se presentes uma série de marcas, na edição do jornal, com a função de sinalizar para os leitores que o jornal encontra-se em festa. Nesta auto-homenagem o mote é o leitor, desenhado como uma espécie de soberano, fim para o qual se dirige todo o esforço da organização jornalística. Pela edição estão espalhadas matérias sugeridas por leitores, com sinais de texto e imagem

identificando tal origem. Em página dupla, em espaço nobre (páginas 4 e 5), uma reportagem especial relata todas as maneiras usadas por Zero Hora para comunicar-se com seus leitores. Aí incluído, vem o texto que anuncia a formação do novo grupo de conselheiros. Fotos e textos identificam cada um dos novos integrantes. Rostos dispostos como se fosse numa galeria.

Começa a reunião e o mediador sugere que se proceda a uma rodada de auto-apresentações. E brinca:

- Embora 1 milhão de gaúchos conheçam vocês pelas fotos...

A reunião daquele dia, pelo caráter festivo-inaugural, rende uma nova foto no jornal, em edição posterior. Um mês depois, durante a próxima reunião do grupo, o primeiro comentário do mediador, em tom de brincadeira, é esse:

- Como foi o primeiro mês (...) Reconheceram as fotos?

Por que fazes isso, editor? Não vês que pode se estar mexendo com nosso... orgulho, vaidade, posição social? Queremos, sim, ser importantes, é como se respondessem os conselheiros, especialmente aqueles que se candidataram ao cargo.

Que posteridade será essa, sugerida pela galeria de fotos? São os “conselheiros”. Vão reunir-se periodicamente para discutir o jornal com editores de ZH. Serão uma espécie de voz do povo? As reações do povo ao Conselho do Leitor podem ser diversas. Pergunto a um conselheiro, em entrevista, como é que se dá o reconhecimento nas ruas da figura do membro do Conselho do Leitor. Nada bombástico, diz ele, no sentido de que haveria um alto reconhecimento. Quem o reconhece são parentes, amigos, colegas. Fala de reações tanto positivas quanto negativas, de pessoas que aplaudiam e reprovavam a experiência. Veja-se um trecho desta entrevista:

- *Mas como é que foi esse reconhecimento?*

- *Olha, é com as pessoas que tu convive, porque a Zero Hora dominical, que é o dia onde sai a reunião do conselho, é um jornal de grande leitura. Então as pessoas acabam vendo e comentando.*

- *A tua foto saiu...*

- *É, depois, na primeira reunião, quando saiu todos juntos, a gente tirou.*

- *Como é que foi... imagino que no início tenha tido uma repercussão...*

- *Não, pra mim foi igual, todas...*
- *Não, assim, tipo o pessoal na tua volta.*
- *Ah, os dois lados, né, aí, o que tu tá fazendo lá na Zero Hora, aí aquele jornal, os dois comentários, dos bons e os ruins.*
- *Mas eram mais pessoas conhecidas.*
- *Sim, pessoas conhecidas. Amigos, parentes.*
- *O que tu ouvia em termos de negativo?*
- *Não chega a ser negativo, mas por exemplo, aí como tu vai dar a tua opinião num jornal que só tem a opinião dele, um jornal que tem uma posição definida. De todos os tipos os comentários, aí, tu vai lá se envolver com esse jornal que só fala mal do meu time.*
- *E de um outro teor mais positivo.*
- *Ah, pela experiência, pra, ah, que bom, como é o relacionamento, qual é o vínculo desse trabalho, o que que tu tá conhecendo do jornal.*
- *Isso as pessoas perguntavam.*
- *Queriam saber o que era o conselho, como funcionava.*
- *Tinha muita desconfiança?*
- *Não.*

Como vincular-se ao jornal? Outro conselheiro diz, em uma reunião, que o seu meio de convívio, composto por intelectuais de esquerda, não assimilou bem sua pertença ao conselho:

- Fui quase apredejada por ser do Conselho do Leitor. Porque Zero Hora é vista como antagônica. (...) Existe essa animosidade da militância.

A quem pertence o conselho, afinal? O conselheiro, ao tornar-se membro, é “filho” de quem? Que apadrinhamento maldito, como se insinuou no caso desse último leitor, seria esse? Outro conselheiro, culpante da cadeira reservada aos estudantes de jornalismo, faz o relato de um lado perverso: colegas de faculdade fazendo a ele, conselheiro de ZH, uma espécie de côrte bajuladora, tendo em vista o seu pertencimento a uma instância vinculada ao grande ente gerador de empregos para jornalistas no Estado do Rio Grande do Sul, a RBS. Veja-se o trecho da entrevista:

- E como é que tu te sentias como conselheiro, até diante...

- Das outras pessoas.

- Das outras pessoas.

-É, olha, no momento em que eu fui escolhido pra o Conselho do Leitor, lá em casa houve aquela coisa do tipo, ah, que legal, tu tá no conselho, né, os parentes felizes, do tipo, ah, tu já tá com um pé na Zero Hora, aquela coisa toda, né, e eu nunca me vi assim, achava que o conselho, o conselho é o conselho do leitor, a minha capacidade é que vai me botar dentro do jornal pra trabalhar. Eu ouvi muitas pessoas assim ao meu redor dizer, ah, aproveita que tu tá no conselho, e já começa a conversar com um e com outro, pra tu ver pra tu entrar ali dentro e tal e eu sempre fui meio contra esse tipo de coisa, eu acho que, se eu tenho que entrar no jornal, eu tenho que entrar pela minha capacidade e não pelas pessoas ali, pelo ramo de relacionamentos criados ali dentro. Uma coisa é uma coisa, a outra coisa é outra coisa. Aqui na (diz o nome da universidade em que estuda) eu evitei ao máximo esta questão de ser conhecido como conselheiro... No início não, né, no início tu fica aquela coisa, tu fica feliz por tá dentro e daí tu comenta, bah, eu sou membro do Conselho do Leitor da Zero Hora.

- Foi divulgado, até no site (do curso de comunicação da universidade).

- Foi divulgado (...) que um dos alunos era membro do conselho do leitor. ã... eu acho que... só que isso foi um aspecto negativo, pra mim, porque as pessoas que não são muito atentas a esta questão do conselho, muitas pessoas se aproximaram de mim com aquela intenção do tipo, tá na Zero Hora, por eu estar com ele, amanhã ou depois ele dá um jeito de me colocar lá dentro também, e acontece isso muito, principalmente dentro do âmbito acadêmico.

Zero hora congraça. É como se dissesse aos conselheiros: sintam-se em casa. O clima é ameno, o ambiente de recepção, favorável. Serve-se algo de comer nas reuniões. O jovem estudante não econde que almejava a algum tipo de inserção profissional na empresa.

Em uma das reuniões do grup A, um dos leitores pergunta ao mediador, em tom de brincadeira, se, por ocasião da sua morte, ele mereceria, devido ao fato de ser conselheiro,

um espaço no obituário publicado regularmente por ZH. Ao que comentou outro leitor, complementando a piada, que tal fato deveria ocorrer antes do final do seu mandato como conselheiro, já que depois disso “você passa a ser comum”. O que a brincadeira revela? um desejo de posse ou pertencimento?

Jayme Sirostky propõe uma união de forças. Todos, jornalistas e conselheiros, deveriam seguir um objetivo comum: a melhoria da qualidade da informação. Por isso mesmo, é um trabalho voluntário, tão benemérito quanto desporjar-se do instinto de sobrevivência que, naturalmente, faria o jornal, sim, defender-se, e não colocar críticos severos para dentro de sua própria casa. No conselho, portanto, não deveriam entrar interesses que não representassem, apenas, o bem-comum.

Os conselheiros buscam o que na lista de discussão? Uma das primeiras mensagens enviadas, em agosto de 2004, passa aos integrantes uma notícia encabeçada pelo seguinte título: “*Concentração e democracia, quem são os donos de rádio e TVs no Brasil*”. O texto dá conta da existência de uma “relação completa de sócios das emissores de rádio e TV do Brasil”, que estava então sendo divulgada de maneira inédita pela internet. Antes do texto da notícia, há o texto malicioso do conselheiro-remente: “Queridos amigos, olha aí quem é quem”.

A concentração da propriedade dos meios de comunicação afeta negativamente a democracia? Os jornalistas são “filhos” dos donos de jornais no sentido de não-autônomos, de serem dependentes? Uma série de mediações de natureza econômica perpassa estas relações. O econômico mesmo vincula-se à materialidade. Tuchmann (1999) fala de rotinas de produção originadas por necessidades de domínio sobre o tempo/espaço. Diante da realidade vasta e complexa, as rotinas atendem a uma necessidade de planificação do uso de recursos limitados (tempo, espaço, dinheiro). Se os jornalistas são autônomos em sua vontade, acabam contudo tendo de reconhecer (ou não?) que mesmo suas regras de redação e critérios de escolha de notícias encontram-se umbilicalmente ligados a um contexto determinado pela posição da empresa capitalista. Mesmo assim, há uma verve que reivindica a existência de um profiossilismo autônomo. A ideologia do profissionalismo, conforme vimos com Traquina (2004), quer construir um ideal de isenção. Basta o meramente humano, o servir à sociedade sem expectativa de retorno.

Diz um conselheiro, em tom de bridadeira, ao despedir-se do cargo, na última reunião do grupo A, em uma referência à sua disposição de trabalhar voluntariamente no conselho de ZH:

- Esotu guardando um lugar no céu.

É uma benemerência. O conselheiro não pode querer nada em troca. O jornalista livra-se dos constrangimentos econômicos? O grande problema é que o econômico atua em qualquer parte. O que fazem os jornalistas? São construídas mitologias, caso contrário não se sobreviveria à realidade. O jornalista do mito é um combatente. De preferência, combate o próprio patrão - e toda forma de poder. O jornalista *sonha-se* autônomo. Representa a própria luta do indivíduo livre na modernidade. Encarna a justiça e a liberdade, conforme vimos com Tranquina.

Um leitor só pode querer livrar-se de seus “pais”. Quem são os “pais” dos conselheiros, no sentido daqueles a quem vinculam-se em relações de origem e dependência, genealogia e poder? À primeira vista, podemos afirmar: inicialmente, um ente mais complexo constituído pelo jornal em seu conjunto (que dá nome, estatuto e existência material e simbólica à função). Depois, dentro disso, em um patamar menos abrangente, ocorre a “paternidade” dos jornalistas, com seu saber técnico, que dão aos leitores a sua própria referência para que estes constituam suas identidades enquanto *leitores críticos* de jornal.

O campo autônomo dos profissionais nasce de uma variação do campo empresarial. Sai de dentro deste. Não há jornalista sem haver, antes, jornal. O jornalista autônomo, de antes, que imprimia e distribuía suas próprias páginas, dá lugar ao modelo empresarial, onde, como viu-se com Soloski (1999), trabalha o profissional. Este, a despeito do vínculo laboral e empregatício com o dono da empresa, sonha e constrói figuras correspondentes ao sonho da sua própria autonomia. Aí, ser autônomo é inclusive desejável do ponto de vista da organização jornalística, pois é o que confere a ela a credibilidade necessária ao exercício das suas funções de comunicação pública.

Estabelece-se, então, um campo de tensões e contradições entre propriedade privada e bem público. Ora, o mesmo se daria com o conselho na medida em que este órgão fosse se desvinculando de um conjunto de referências históricas de origem, quais sejam, a própria organização jornalística e também os próprios jornalistas.

Ser conselheiro-herói num sentido mitológico, é buscar sua essência, assim como os jornalistas buscaram a sua. Parece que ser jornalista já é ser herói. Tragamos de volta uma citação presente no capítulo 2: “(...) Toma (o repórter) assim a figura do herói que, representando as aspirações do maior número, corre, em nome de todos, os riscos que cada um recusaria correr individualmente” (Ungaro, 1992, *apud* Traquina, 2004, p. 93). O herói sempre salva *alguém*. Salvar quem, no caso dos conselheiros? Um projeto de esquerda das garras de um administrador malvado do espaço público?

Sim. Podemos dizer que este talvez tenha sido o principal projeto levado a cabo no âmbito do grupo A de conselheiros. Certamente existiria uma causa para isso, que procuraremos sondar vagarosamente ao longo das próximas páginas.

5.3.2 Vejam a que viemos: o projeto do livro do Conselho do Leitor

Passo a relatar agora o episódio que julgo ser emblema máximo - dentro daquilo que me foi dado observar - dos vácuos de identidade enfrentados pelos conselheiros do grupo A. A primeira mensagem na lista de discussão deste grupo na internet data de 3 de agosto de 2004. Aproximadamente um mês depois, em 29 de agosto, uma mensagem encerra-se da seguinte forma: “afinal (...) vamos fazer o livro do conselho?”.

Como? Livro do conselho? De que se trata, o que estariam tramando estes conselheiros? A lista não fornece nenhum dado de contexto. Possivelmente a idéia de produzir o “livro do conselho” já havia sido referida em outros âmbitos de interação. Por isso ela aparece aqui abrupta e sem explicações em torno de si mesma. Soa com se os interlocutores ali presentes já possuíssem um conhecimento mínimo prévio do assunto. A primeira resposta enviada à pergunta demonstra isso: o assunto já é conhecido, mas minimamente. Carecerá de discussão. Este estímulo inicial gera uma série de respostas entre os conselheiros. Veja-se⁹⁶:

⁹⁶ Na menção aos emails trocados na lista de discussão, opto por reproduzir apenas os trechos mais esclarecedores dentro que aquilo que estou querendo evidenciar. Também omito todos os nomes e quaisquer outros sinais que possam revelar a identidade dos remetentes. Mantive ainda a grafia original destes textos, incluindo erros ortográficos e de digitação, como forma de manter-me fiel aos dados primários o máximo possível.

1.

Sobre o livro, eu acho a (...) idéia ótima, mas não sei como poderemos colocá-la em prática, qual é o (...) plano? E que tipo de livros queremos?(...) Seria um livro de depoimentos, é isso? Cada um escreveria sobre como viu a experiência no Conselho?

2.

A idéia (...)é que não se perca a diversidade de pontos de vistas de cada um de nós e a riqueza das opiniões emitidas. Pelo que eu sei, os outros conselhos não eram tão ativos como nós somos.

3.

Vamos pensar na publicação sim. Somos um grupo que está levantando riquezas não apenas para a discussão no que se refere à mídia, mas no que interessa à instataneidade da notícia nos lares, ao acesso da informação, ao monopólio da percepção... E, além do mais, são percepções de leitores de um dos jornais mais importantes do BR. O que acham de apresentarmos um projeto?

4.

Bem, então quem sabe a gente vai escrevendo os textos e entrega para o (nome de um dos mediadores) (...) o material já na próxima reunião.(...)Eu acho que o livro tem apelo comercial, no sentido de que acho que muitas pessoas gostariam de saber sobre os bastidores do Conselho e gostariam de ler o que temos para contar. (...) O livro seria ambíguo como propaganda publicitária, já que certamente haverá críticas à ZH em seu conteúdo, mas podemos prever que haverá elogios também. Em todo caso, o livro poderá ser visto como uma reafirmação pública da nova postura do grupo RBS: buscando a pluralidade, buscando a imparcialidade. O livro seria uma prova disso, atrairia a atenção de intelectuais da mídia e críticos, entre outros. O livro atestaria uma postura emblemática de ver "A vida por todos os lados". Isso se nos permitirem escrever livremente.(...)O que queremos exatamente com esse livro? Queremos contar nossa experiência no Conselho, mas a RBS Publicações⁹⁷ autorizará que a gente escreva livremente? (a pergunta que não quer calar). Certamente haverá textos polêmicos, que tocam em temas desfavoráveis para eles. Eles topariam publicar mesmo assim? Bem, acho que teremos que tentar para ver o que acontece.

5.

⁹⁷ Nessa primeira série de e-mails, uma das primeiras especulações dos conselheiros é quanto à possibilidade de o projeto do livro ser apresentado à editora vinculada da RBS, a RBS Publicações.

*Acho cedo para falar desta idéia com o pessoal do jornal.
Precisamos falar mais e quem sabe nos encontrar para discutir este assunto.*

6.
Tenho acompanhado as trocas de e-mails. A idéia de se escrever um livro sobre o Conselho do Leitor é fantástica.

7.
O desenho que eu tenho em mente é um livro sobre a experiência como Conselheiros do 4º jornal do país. Nós podemos apresentar o mais breve possível um projetinho para os editores da RBS. No mínimo eles têm que sentar conosco e discutir. Se eles aceitarem muito bem, toda a editora tem uma linha e deveremos segui-la. Caso eles não aceitem ou queiram nos enrolar nos faremos em outra editora, para isso teremos que vender nosso peixe. (...) Nós não devemos nada para a ZH, nosso trabalho nas quartas feiras de cada mês é altamente qualificado. É uma consultoria. Não vamos deixar esfriar a nossa idéia. Vamos botar o bloco na rua.

8.
*A idéia é um bom consenso e já temos uma linha de argumentação. Poderíamos rascunhar um projeto e ir discutindo via on line.
Acho bastante preceptada já apresentar textos prontos na próxima reunião. Acredito que a via é o projeto, sua maturidade e aí sim, os textos.*

Este conjunto de mensagens é emitido rapidamente no espaço de apenas dois dias. É um curto espaço, mas nele se vê o embrião de algo que terá um efeito intenso sobre esse grupo de conselheiros. O que eles querem? Lançar um livro? Mas por quê? A idéia do livro é rapidamente aceita. Dos seis conselheiros que tornam-se membros mais ou menos ativos da lista, apenas um deles não se manifestara na série de mensagens exposta acima. Mais tarde, este conselheiro me revela em entrevista que não se deixara seduzir pelo projeto.

Após esta discussão inicial, transcorre um mês de silêncio sobre o projeto. A lista é usada para outros fins, como comentar com o grupo o que se está observando no jornal:

*Olá.
Concordo com as colegas, está um pouco desinteressante ler o jornal nestes últimos dias.*

(...) tb gostei da materia do pós prostiuição, uma abordagem com cunho humanista. Na segunda um terapeuta familiar escreve em 'artigos do leitor', sobre resiliência, tb bastante interessante.

No início de outubro, o tema do livro volta à baila. Menciona-se a possibilidade de aproveitamento da idéia em um *e-book* (livro eletrônico), caso se frustrasse a idéia de publicação por uma editora tradicional.

1.

Na pior das hipóteses, digamos que tudo dê errado, a gente pode fazer um e-book com os textos.

2.

Genial é a tua idéia. O nosso conselho é muito qualificado. Eu soube que os anteriores tiveram muitos grilos. O (nome de um dos mediadores) tentou podar mas nós fomos mais fortes. Não sei bem que é o e-book, creio que um livro on-line. Ótimo, garantimos a autoria. Se a RBS publicações não quiser, ou não nos for conveniente, pode ser oferecido a outras editoras.

As eleições municipais acontecem no dia seguinte e, decorrida a votação, torna-se assunto prioritário na lista. Passa a manifestar-se então um clima de frustração devido à derrota do candidato do PT (Raul Pont) à prefeitura de Porto Alegre, por José Fogaça, do PPS, que leva desse modo o pleito para segundo turno. Como se verá mais adiante, não se deixa de produzir um vínculo entre a cobertura que ZH faz das eleições e o projeto do livro. Três dos seis conselheiros engajados na lista são claramente petistas. A análise que vão fazendo, via e-mails, da cobertura que ZH dá a campanha para o segundo turno é marcada pela desconfiança, como se Zero Hora, *a priori*, estivesse sempre disposta a prejudicar o PT. A mensagem abaixo é um exemplo desta situação:

tenho observado as fotos nos jornais e as falas nas reportagens me parece que o Fogaça esta sempre com uma o(i)bmagem de vencedor. Dia destes acho que na terça, mostra o Fogaça no palanque de vencedor, enquanto o Raul e A Rosário estão no chão em posição de

quem está amalhando votos.

Ainda antes da realização do segundo turno, algumas mensagens dão conta do fato de que um dos conselheiros haverá elaborado um projeto prévio organizando a idéia do livro. Um dos conselheiros, em uma mensagem, saúda o colega responsável pela elaboração do projeto:

Quanto ao livro, (...), parabéns pela organização, agora eu já consigo vê-lo como possível.

Em 27 de outubro, há reunião do conselho. Uma mensagem enviada à lista neste dia permite entender que o grupo se reunirá, fora do espaço da reunião, tendo como assunto prioritário o projeto do livro.

A reunião de 27 de outubro, uma quarta-feira, transcorre sem que tenhamos dela maiores registros, afora alguns resíduos deixados na lista de discussão. É a reunião, contudo, derradeira, em que avalia-se a cobertura de ZH ao segundo turno da eleição, que acontecerá no domingo seguinte, 31 de outubro.

Passada a votação do dia 31, um conselheiro manda um primeiro e-mail, analisando a diferença entre os resultados das pesquisas eleitorais e o resultado efetivo das urnas, onde se dera uma vitória de Fogaça sobre Pont (por uma vantagem de 6,4%). Este conselheiro conclui que a pesquisa Ibope/ZH demonstrara não ser confiável ao apontar uma diferença de 13%. O mérito ficaria então, conforme a mensagem do conselheiro, para a pesquisa Correio do Povo, que havia apontado com exatidão os seis pontos de diferença.

A primeira reação à fala deste conselheiro é disparada por um dos colegas:

Certo (...). Mas foi uma contradição nossa elogiar a cobertura de ZH. Fizemos o papel de pelego.

O conselheiro que criticara a pesquisa Ibope/ZH responde de imediato, concordando que os conselheiros, ao elogiarem a cobertura de ZH à eleição, fizeram papel de “pelego”⁹⁸.

⁹⁸ Veja-se esta definição de “pelego” encontrada no site do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, da Fundação Getúlio Vargas (http://www.cpdoc.fgv.br/nav_historia/htm/glossario): “Termo utilizado para designar o dirigente sindical que defende as orientações do Ministério do Trabalho

Porém, minimiza esta adjetivação indesejável afirmando que o conselho havia feito críticas relevantes que, no entanto, não haviam sido publicadas na coluna do Conselho do Leitor. Dá um exemplo: a crítica tecida durante a reunião do conselho, antes da votação, de que a pesquisa Ibope, dando 13% a favor de Fogaça, havia servido para “subsidiar” a campanha deste candidato. Conclui, a partir da menção deste fato, que ZH distorce a fala dos conselheiros na coluna, minimizando ou omitindo as manifestações de maior teor crítico. Em outra mensagem, enviada no mesmo dia, este conselheiro desdobra a idéia de que as falas são distorcidas dizendo que, por haver tal distorção, um único fator estimula sua permanência no conselho: é a publicação do livro, “com nossos depoimentos integrais e autênticos”. O desfecho da mensagem é lapidar: diz que acha que os conselheiros “estão mais para marionetes, cumprindo um papel que nem sabemos qual é”.

Que papel é esse? Conselheiros sendo usados como “marionetes”, “pelegos”? Um outro conselheiro reage às falas deste colega:

*Tenho me perguntado exatamente isto:
O que fazer agora????
Nos deparamos com a realidade desta eleição.
Concordo com a omissão do fenomeno 13 pontos de
diferença.
Pretendo observar, observar, observar....
Como disse no final da outra reunião , acabou a
eleicao . agora na próxima reunião vamos discutir
o circo. ESPORTES>*

entre a classe trabalhadora, cumprindo assim o papel de intermediário entre os sindicatos e o governo. Em seu sentido próprio, a palavra designa a pele de carneiro que é colocada entre a sela e o corpo do cavalo com a finalidade de amaciar o contato entre o cavaleiro e o animal. Na maioria das vezes os dirigentes pelegos transformam o sindicato em um órgão essencialmente assistencial e recreativo, evitando que sirva de canal para reivindicações de melhores salários e condições de trabalho. Em muitos casos, os pelegos mantêm sindicatos chamados "de fachada" ou "de carimbo", entidades sem existência real que vivem do imposto sindical obrigatório recolhido de cada trabalhador, sindicalizado ou não. Muitas vezes, a designação pelego é atribuída aos dirigentes das federações e confederações sindicais, que têm acesso direto Ministério do Trabalho e vivem à sua sombra.” Veja-se a definição do Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa, página 2172: “*agente disfarçado do governo que procura agir politicamente nos sindicatos de trabalhadores; indivíduo servil e bajulador; capacho, puxa-saco*”. Desse modo, se pode deduzir que o termo, utilizado pelos conselheiros, serviria para designar a situação pela qual os próprios conselheiros teriam servido para suavizar a impacto de um órgão opressor, Zero Hora, sobre o leitorado em geral. O sindicato “pelego” não defende os reais interesses dos trabalhadores. Um conselho de leitores “pelego” não defenderia os reais interesses dos leitores, antes sendo subserviente aos interesses do jornal.

“O que fazer agora???”, pergunta este conselheiro, dando ênfase ao tom de interrogação. Sua dúvida é grande. A eleição passou. É como se esses leitores não achassem que houvesse algo mais digno em seu papel do que discutir política. Falar de esporte é o “circo”, algo certamente usado numa conotação depreciativa, onde o lúdico parecer ser um modo de distrair (para enganar o povo), como se ZH se conciliasse com o papel de manipulador das massas. De certo modo, o jornal aqui é visto como um ser maléfico. Outro conselheiro manifesta-se logo em seguida, em uma mensagem que já mencionamos anteriormente:

(...) Eu não mais me manifestar já que vocês cairam naquela do esporte. A maioria dos conselheiros não curte e nem estava interessada em discutir com o (nome do editor de Esporte), mas prevaleceu (...) Eu sei que o Raul (Pont, candidato do PT) perdeu por outros fatores, mas nós conselheiros vamos esquecer a cobertura da eleição no segundo turno para ficar (...) discutindo futebol e outras amenidades. Vocês viram as matérias de ontem e hoje ridicularizando os petistas, chamando de murchos etc. Por esta razão não estarei presente na próxima reunião, eu não me presto para pelego. Não foi para isso que aceitei ser conselheiro.

Este conselheiro é aguerrido. Não quer saber do esporte, considerado menos importante (amenidade). Como se interrogasse, algo escandalizado: que conselho é esse, que se curva ante o jornal? E então rompe: não servindo para “pelego”, boicotará a próxima reunião. Estratégia de guerra, talvez.

Outro conselheiro manifesta-se e reforça o projeto do livro. Reitera que, a partir deste divisor de águas representado pela eleição, será o livro a grande oportunidade de recompor a veia que nutre sua participação no conselho:

Me parece (o livro) a única coisa importante. Agora, será a nossa verdadeira contribuição, legítima, sem distorções.

Que espírito o projeto do livro encarna? Um dos integrantes do grupo A tivera uma atitude inédita entre todos os leitores que já haviam passado pelo Conselho do Leitor de ZH: criara o que havia chamado de “ata pirata” das reuniões. Tais atas continham uma descrição minuciosa do que acontecia em cada reunião e eram então publicadas em um *site* na internet, chamado por esse conselheiro de “Diário da Hora”.

O *site* talvez tenha sido até hoje o posto mais avançado que alcançou, a partir do Conselho do Leitor de ZH, isso que poderíamos entender como um espírito militante em prol de um controle do público sobre a mídia. Tal espírito faz como que se convida o público em geral a acompanhar o trabalho dos conselheiros, o que se dá principalmente através da publicitação das “atas piratas”. O conselheiro que projeta este site age francamente em nome do público e do próprio princípio da publicização, em um espírito semelhante ao que move a existência da coluna no ombudsman. Pergunto, em entrevista, a origem do nome “ata pirata”.

- *Por que ata pirata?*

- *É um nome fantasia, né. Pirata porque justamente eu tava fazendo sem a autorização de ninguém, embora não tivesse nenhuma proibição explícita, eu tava escrevendo como o jornal escrevia, só que eu escrevia da minha forma, do meu ponto de vista. É um nome fantasia, eu achei bonito esse nome, ata pirata, e também eu sabia que era uma coisa que ninguém tinha feito ainda, um ata sem a mediação do jornal, uma ata com a real opinião. Claro, a minha real opinião, sem a mediação do jornal. Tem um sentido de não oficial.*

- *Mas soa provocativo, né.*

- *Mas é provocativo (risos). Claro, é provocativo porque não é oficial. O que o jornal tem interesse, no meu entender, é filtrar o que interessa a ele...*

- *Mas me conta um pouco a história do teu site, como é que surgiu a idéia.*

- *Então, como eu sou escritor, me considero escritor, eu logo pensei, eu vou retratar o que eu tô vendo, o que eu tô vivendo, aqui ao vivo e a cores. Seria muito interessante, pra mim, achava interessante, e daí eu comecei a fazer, comecei a anotar o que acontecia, tentando ser objetivo, um pouco de subjetividade sempre tem, não tem como escapar, é o meu olhar, embora eu tivesse colocando também o que os outros falassem.*

Ah, despeito. Como ousas, poderia perguntar o jornal, como ousas? Um dos diretores havia me contado, um pouco ao pé de ouvido, que tolerara a ousadia até pelo nível baixo de publicização do *site*.

Passada a “ressaca” da eleição, a mensagem de um conselheiro, na lista, agora vem chamar os colegas para a ação. Faz recurso a uma espécie de “tudo ou nada”, como se

estivesse dizendo: ajamos agora antes que seja tarde. Este conselheiro delibera, propositivamente, quais ações poderiam ser tomadas: juntar o grupo para falar logo sobre a idéia do livro com a RBS Publicações. Ou então falar diretamente algum dos mediadores das reuniões do conselho.

Outro conselheiro, se dizendo “atento e preocupado” com as mensagens trocadas após a eleição, escreve um longo e-mail, fazendo uma série de considerações sobre a unidade do grupo.

Acredito que qualquer pauta ou projeto que nos propormos a desenvolver, terá grande parte do sucesso fundamentado na união e objetivos do GRUPO e não de opiniões de conselheiros separados.

(...) respeito a decisão do (nome de um conselheiro) de não estar na próxima reunião, mas acredito que temos que rever alguns pontos como grupo, caso contrário, tal situação pode se repetir e quem estará perdendo com isso é a atuação do Conselho.

Por exemplo, já tentamos colocar pauta e pauteiro e nós mesmos não viabilizamos a continuidade. Estamos tendo dificuldade - desde o início - em estabelecer ordem para os comentários, o que acaba truncando ou deixando a reunião tensa e nem sempre proveitosa como gostaríamos.

Eles já deixaram claro que o nosso único papel é LER O JORNAL... Tudo o que quisermos, além disso, precisamos organizar e propor, como grupo, seja uma reunião mais proveitosa, uma coluna mais íntegra ou uma ousadia como o livro.

Enfim, acredito que um grande passo seria chegarmos em um consenso quanto a ordem da reunião e nós mesmos nos policiarmos para permitir que todos possam falar, que a ordem dos comentários seja seguida e que a pauta seja obedecida.

(...)

Ainda, quanto ao projeto do livro: acho que seria de extrema precipitação apresentar para a RBS publicações antes de apresentar ao Jornal, pois o Conselho só existe por causa dele.

(...)

E não podemos esquecer que seremos o primeiro grupo a ficar 1 ano... quem sabe esta é a chance de tentar um algo a mais... em outros tempos, estaríamos saindo sem diferença...

Notável o apelo que a personalidade deste conselheiro exerce sobre mim. O que ele quer? Tal conselheiro me ajuda a definir melhor o jogo de intenções dentro do próprio conselho. É um tabuleiro engraçado, o desse jogo, porque não se sabe exatamente a favor do que se joga. O que une os conselheiros? Nem todos querem a mesma coisa, nem rezam

aos, digamos, mesmos santos. O conselheiro autor da mensagem reproduzida acima parece ser a força de coalização. Procura não deixar explodir.

Louvável o seu esforço, eu diria. Porque digo isso? Porque tendo a proceder da mesma forma. Ligo-me, portanto, a este conselheiro, afetivamente. Serve-me ele de modelo. Elogio, portanto, suas atitudes. Percebo que é preciso ter muito cuidado com esta minha presença no objeto.

Este conselheiro constrói um espaço de conversação. Idealiza a possibilidade de uma máxima coalização, onde todos estarão juntos, leitores e jornal. Será ingênuo? Diz: o jornal precisa saber do projeto do livro, afinal “o conselho só existe por causa dele”. Questão fulcral: de quem é o conselho, afinal? Será justo fazer o livro sem dizer nada? Referimos que aqui está todo fulcro. Será justo rebelar-se contra quem os criou? Não era proposta de Zero Hora fazer divulgação maior da palavra dos conselheiros além da permitida pela coluna. O que fazer?

Fiquei algo impressionado com o poder de síntese deste conselheiro nesta frase: *“Eles já deixaram claro que o nosso único papel é LER O JORNAL... Tudo o que quisermos, além disso, precisamos organizar e propor, como grupo, seja uma reunião mais proveitosa, uma coluna mais íntegra ou uma ousadia como o livro”*. Não há ingerência dos conselheiros sobre esse órgão emissor de opiniões, o próprio Conselho do Leitor a que pertencem, criado basicamente para isso: emitir opiniões. “Nosso único papel é LER O JORNAL...” Vocês estarão sendo usados? Não é permitido querer mais? Mais o quê? O que esse grupo quer afinal? As definições deste conselheiro para os desejos do grupo, como eu já disse, me parecem ter um enorme poder de síntese. Querem uma “reunião mais proveitosa”, uma “coluna mais íntegra”, “uma ousadia como o livro”.

Não seria óbvio que o grupo passaria, assim que constituído, a querer? O problema todo é genealógico e de poder. O que faz um filho não afastar-se do pai? Contudo, quando opta pelo afastamento, carrega ao ir embora o sustento que lhe fora alcançado, seu próprio corpo. Há marcas de parentalidade absolutamente indeléveis. Queremos nos autonomizar, dizem os conselheiros. Bradarão eles todos no mesmo tom? Por que o desejo de autonomia? Esse desejo de ir embora da casa se apresentará a todos? O leitor que acabamos de citar é um bom leitor-conselheiro, aplicadíssimo. Faz trabalho voluntário, não apenas em

Zero Hora. Parece não querer a ruptura. É como se olhasse para o “criador” e reconhecesse sua própria fragilidade, decorrente da pertença e da dependência.

O corpo do conselho, completamente atribuído pelo jornal, acaba respaldando a existência de um verdadeiro drama. Como despossuir-se desse corpo e continuar sendo conselheiro? Como devolver, além disso, o manto de significados com o qual o jornal envolve o leitor, tornado-O um leitor especial, para que ele forme ele mesmo sua personalidade de conselheiro?

O conselheiro é empossado no cargo. O rito lhe dá alguns dotes. A consciência, ainda um pouco difusa, de que se estará desempenhando um papel na sociedade, é talvez o principal deles. Aqui, ocorre um drama de reconhecimento. Quem são os bons moços e moças - seres humanos íntegros - que se disponibilizaram tanto? Ora, Zero Hora, ao propor o cargo de conselheiro, propõe como que um heroísmo. Queremos, sim, ser “heróis”, acatam os conselheiros. Como não? São visíveis estas manifestações na lista de discussão.

Em uma mensagem de 28 de agosto, o autor da “atas piratas” agradece aos elogios dos colegas provocados pela publicação destes textos no site “Diário da Hora”. Suas palavras:

Fico feliz que o meu trabalho voluntário esteja sendo útil. É justamente porque acredito na nossa participação no Conselho do Leitor que acho que vale a pena deixar registrado lá no site o que temos feito.

Os olhos reclamam por espelho. Na realidade, o conselho quer ser visto, porque depende fundamentalmente das visões que são produzidas a seu respeito para formular uma auto-imagem. Quem encosta figuras aos olhos dos conselheiros para que eles valorizem-se a si mesmos, para que considerem-se preciosos? Zero Hora faz isso. Mas a intensidade maior é registrada entre os próprios conselheiros. É notável como acarinhos-se mutuamente, como se fossem pássaros machucados que precisam desta compensação afetiva, ante a realidade do mundo, para conseguir alçar vôo. Elogiam-se, estes conselheiros, elogiam-se o tempo inteiro. Elogiam o grupo e uns aos outros. Veja-se os exemplos de falas abaixo, todos remissíveis ao contexto de elaboração, via online, do projeto do livro:

1.

Admiro todos os conselheiros, todas as nossas falas são importantes, não tenho dúvida, a diversidade é que faz a nossa riqueza

2.

O projeto do livro é mérito teu, está perfeito, vamos em frente. A idéia é de todos. Não joga o teu talento no lixo.

3.

Quem consegue organizar uma página como a tua? É as atas, são preciosismo. Por que não socializar este acervo através de um livro. Não desperdice talento. Tu és um escritor, melhor ou igual aos demais das publicações ZH.

4.

É só o grupo querer. O projeto está legal, objetivo, claro. Temos argumentos e idéias. O livro não é uma mera questão de vaidade pessoal, considero o livro a nossa contribuição maior na busca por uma mídia democrática e mais imparcial ao noticiar.

5.

Nós somos um grupo com muitos talentos, não tenho dúvida disso. Não vamos deixar que pequenas dificuldades e percalços nos impeçam de dar a nossa melhor contribuição.

São pássaros no ninho. É como se os conselheiros, para crescer, e ficarem fortes, precisassem de afago. Querem ser bons conselheiros, não há dúvidas disso.

A carta daquele conselheiro que mencionamos acima como que tenta contornar a crise que se instalara, no período pós-eleições. Faz um apelo forte: chama para a organização e a valorização da idéia de “grupo”. O desfecho da mensagem sinaliza com a expectativa de construção do projeto do livro. Como o próprio conselheiro disse, seria a forma de o grupo fazer a diferença.

É início de novembro de 2004. O grupo discutia o projeto do livro desde agosto. Ao final do mandato do grupo, irei me perguntar por que este projeto teria sido tão marcante e tão definidor da sua identidade enquanto grupo. De agosto até janeiro, quando o projeto conhece abrupta e inesperadamente o seu desfecho, transcorrem cinco meses. Nesse

período, com certeza, a idéia de elaborar o livro correspondeu ao principal foco de discussão dos conselheiros fora do espaço estrito das reuniões.

Em 10 de novembro, um dos conselheiros entra na lista com uma mensagem onde se percebe que vibra de felicidade. Relata aos demais que fizera contato com um renomado e experiente crítico da mídia, atuante na comunidade acadêmica, relatando-lhe o trabalho do grupo junto ao Conselho do Leitor de ZH e sondando-o a respeito de uma possível orientação. O contato com o professor como que reanima o projeto do livro. Dois integrantes do grupo, em um dia de novembro, vão até a universidade onde este professor trabalha e com ele conversam pessoalmente.

O encontro é um sucesso, a considerar as perspectivas dos integrantes do conselho. O professor não apenas considera bom o projeto do livro como se compromete em fornecer importantes suportes para sua execução. Um deles, escrever o prefácio, dando à futura publicação, portanto, o aval de um reconhecido membro da comunidade acadêmica, o que ajudaria a dar legitimidade à obra. O outro suporte é a promessa de providenciar uma editora disposta a tornar o projeto realidade.

O relato de um destes conselheiros sobre o encontro com o professor dá conta de que se experimentou um grande estado de euforia e excitação diante da promessa de apoio por alguém tão eminente. Veja-se o seu depoimento, em entrevista:

Aí ele nos recebeu super bem, a gente deu explicação que era do Conselho do Leitor, que a gente tava pretendendo escrever um livro, e esse livro trataria das nossas impressões sobre essa experiência. Aí ele prontamente disse assim, eu faço o prefácio e consigo editora pra vocês. Nos interessou, assim, eu fiquei entusiasmado, graças a Deus, o cara tá nos dando o prefácio e... né, fiquei bem entusiasmado. Pra mim isso não é uma coisa pequena. Bah, eu e o (nome do outro conselheiro) saímos de lá pulando de alegria, (...), não acredito, a gente saiu super feliz, a gente falou pro grupo e todo mundo gostou, mas parece que o pessoal não tava acreditando muito que era verdade.

Por que teriam se alegrado tanto? Sem dúvida, porque conseguiram um apoio de certo modo inacreditável, como encontra-se expresso na fala reproduzida acima. Os conselheiros estariam sentindo-se até então desamparados? Como havia definido um dos

conselheiros em uma mensagem enviada à lista de discussão, a proposta do livro era uma “ousadia”. Executá-la exigiria ir além da atitude básica que ZH solicitara aos conselheiros: ler e comentar o jornal.

Há aqui um grupo que se articula. Será ele fraco? Volta o problema da identidade: quem somos? Creio que esse grupo fragilizou-se perante, justamente, a falta de referências. O grupo, devido ao perfil de parte de seus integrantes, flertou grandemente com uma identidade marcadamente de esquerda, em termos de ideologia política. Os grupos de esquerda, de um modo geral, articulam-se e forjam um discurso sobre a mídia. Seu foco é altamente crítico, especialmente por advogar em favor das rupturas. Desse modo, há toda uma formulação afirmando que os meios de comunicação de massa representam e reproduzem a ideologia da classe dominante. Uma consciência marxista arquiteta explosões contra a mídia capitalista, no sentido de miná-la. É como se a mídia estivesse errada desde o princípio, ou, dizendo de outro modo, desde os seus princípios filosóficos fundamentais.

Quem vai fazer o discurso nem contra, nem a favor, mas meramente analítico? Braga, ao explorar empiricamente o sistema de resposta social aos meios de comunicação fala que o *site* Observatório de Imprensa, paradigma de atuação em se tratando de *media watchers* brasileiros, mantém uma postura militante em prol de valores consolidados, oriundos de uma ética profissional. Não há dúvidas, conforme ficou demonstrado no capítulo 2, que há um profissionalismo autônomo, relativamente autônomo, na verdade, que orienta fazeres no campo midiático. O jornalista, localizado neste campo, estará independente, dono de um respaldo gerado a partir de si, numa petição de legitimidade social, conferido pela sociedade. É mais do que si próprio. O jornalista é uma espécie de ponta-de-lança da sociedade (o que explicaria eventuais mortes em serviço de membros deste “exército”).

Porque não se fazem leitores críticos? Quem é que vai originá-los? Um leitor crítico sabe o quê? O leitor crítico poderá ser um representante de toda sociedade ao fazer seu trabalho? Procurar um discurso pode ser um bom início para a tarefa de constituir uma identidade. Quem alimenta os conselheiros? Aparece em nossos dados que eles haviam ido buscar referências fora. Um conselheiro, nos dados de que dispomos, por duas vezes manifesta o desejo de conhecer outros grupos de conselheiros. A lista de discussão contém várias indicações de que o grupo está buscando conectar-se. Buscam-se referências. Quem

somos nós?! Em um dado momento, descobrem-se comunidades no site de relacionamentos Orkut. Busca-se, a partir daí, contato e divulgação. Os nomes das comunidades lembram entidades terroristas (“Eu odeio a RBS”, “Eu odeio a Zero Hora”). Entre eles, não haverá diálogos, mas apenas bombas. Com certeza, não são um “conselho”, lugar de ponderação, diálogo e debate. O conselheiro que mantém o contato procura algum distanciamento, colocando-se como observador. Constata, em uma mensagem da lista de discussão, que há um sentimento de antagonismo naquele ambiente, o que de certo modo - avalia ele - refletiria “uma crise de credibilidade do jornal e do grupo, ainda que, talvez, não tão grande”. O conselho não odeia a RBS. Seria incompatível com sua missão crítica que, por ser crítica, não pode ser escatológica. Mas, haveria o que aprender com esses que odeiam?

A lista de discussão é repleta de mensagens contendo textos que convidam à crítica da mídia, a partir de fontes diversas. O que sabe um conselheiro? Irão eles aderir a todos esses discursos? Qual é a ética de um conselheiro, a responsabilidade social que assume? O projeto do livro os entusiasma. Quem sabe não estaremos dando uma grande contribuição, chegam a comentar alguns deles. O professor que aparece no horizonte e os acolhe parece lhes dar um chão. Como assimilar tantos discursos? É como se dissessem, comemorando: o professor tem um discurso científico, e isto é muito importante. Os conselheiros chegam a pensar em mim, pesquisador, como possibilidade deste suporte, também por meu lugar acadêmico. É o que me diz um deles, quando, logo no início da minha observação direta do grupo, e quando a idéia do livro ainda me era desconhecida, comenta que haveria um projeto sigiloso sendo gestado - e que talvez meus conhecimentos de doutorando em Comunicação lhes pudessem ser úteis. Estavam desorientados.

O professor universitário é então comemorado como um grande achado. Também municia os conselheiros, emprestando-lhes livros de crítica acadêmica à mídia, que são considerados por eles como material que os ajuda a aperfeiçoar sua competência no ofício de criticar Zero Hora, já tendo em vista o próprio projeto do livro. Uma mensagem na lista de discussão revela que o material do professor encontra uso entre conselheiros interessados em aperfeiçoarem-se:

(...) você já leu os livros emprestados do professor (...)? (...) será que não dá pra me emprestar (...)? Quero muito poder ler os livros que ele tão amavelmente nos emprestou. Até porque nos dá mais fundamento técnico para o livro, para argumentação.

O professor ainda seria capaz - pensam alguns integrantes do grupo - de fazer andar o projeto do livro, que se demonstrava de custoso avanço. Algumas mensagens trocadas na lista ajudam a reforçar esta idéia:

Ele (o professor universitário) lida há muitos anos com a mídia e tem experiência para nos passar. Talvez nos apóie no trabalho de forma prática, embora não tenha feito nenhuma promessa nesse sentido.

Os relatos dos conselheiros que travaram contato mais direto com esse professor dão conta de que houve reciprocidade. O professor teria entusiasmado-se com a idéia. Em uma mensagem, um conselheiro emociona-se:

O livro (...) não mais uma hipótese, é uma realidade, temos editora garantida. (...) se você e os demais colegas ouvirem o entusiasmo do professor. ele nos deu a maior força (....) saímos quase flutuando da (nome da universidade em que o professor leciona)”.

Entra em cena um acadêmico, portanto. Que cena será essa? O professor estaria visualizando a possibilidade de desocultar fatos, qualidades que revelariam melhor o Conselho do Leitor de ZH perante a sociedade? O que haveria nesse conselho para ser desmascarado? Em um determinado momento, o projeto do livro é enunciado por um conselheiro efetivamente como sendo um processo de desmascaramento. Zero Hora, então, não seria digna de confiança, e o conselho perfazeria um papel do tipo “fachada democrática” (o termo é meu). Dentro disso, o livro serviria para

*“...mostrar **de verdade** (grifo meu) o que é o Conselho do Leitor, o quanto pasteurizam nossas opiniões ao publicarem no jornal, o quanto evitam os questionamentos que têm importância social e política. quando não evitam, publicam uma carta enorme (a seção cartas ao leitor) com uma explicação unilateral, em que só os editores tem voz⁹⁹. É por*

⁹⁹ A opinião deste conselheiro aproxima-se bastante das conclusões que Braga retirou da sua observação da coluna do Conselho do Leitor de ZH.

*estarmos nesse “jogo” que acho o livro de suma importância, é com esse livro que vamos mostrar o outro lado (...) você já entendeu que poderemos falar sobre tudo o que foi manipulado? Cada um do seu jeito poderá comunicar o que percebe. Essa é a nossa arma, a nossa voz. O professor (nome do acadêmico apoiador do projeto) disse que o livro vai ter impacto nacional, pelo menos no que diz respeito ao público a que se destina. É importante que a gente continue dentro do Conselho coletando informações, observando como lidam com o grupo, o que publicam e o que omitem. Estamos numa posição privilegiada de poder fazer essas observações. Quanto mais distorcerem nossa contribuição, mais vai aparecer no livro. O livro revelará o **verdadeiro** (grifo meu) Conselho do Leitor, sem as omissões, sem as descaracterizações das nossas falas, que nos fazem passar por idiotas.”*

O livro, então, conforme a visão deste conselheiro, resolveria, acima de qualquer coisa, um problema que se diz percebido, de abafamento de vozes. Constituir-se-ia numa espécie de prova contra o jornal. Como forjar a prova contra o jornal? Há a disponibilidade das “atas piratas”. A cogitação é de incluí-las no livro do mesmo modo como haviam ficado disponíveis no *site*.

Em meados de janeiro, após um período de baixa, a lista volta a servir para as articulações em torno do livro. Mesmo com o estímulo proporcionado pelas ofertas do professor universitário (prefácio e, o mais importante, editora), o projeto havia ficado provavelmente relegado a um segundo plano, na vida dos conselheiros, durante um mês. Em 11 de janeiro, uma mensagem na lista como que procura sacudir o marasmo e dá uma espécie de ultimato. Diz-se que é preciso “começar a nos mexer caso o grupo realmente possua a intenção de publicar o livro”. A provocação desencadeia uma discussão onde a principal questão é: contar ou não ao jornal da intenção de publicar o livro. Os conselheiros dividem-se. Entre os quatro que manifestam-se sobre o assunto, dois querem contar. Outros dois preferem o sigilo. Veja-se o que diz um dos favoráveis à atitude revelar o projeto:

ainda não estou convencido que o melhor caminho seja construir um projeto que da nossa experiência do jornal ZH sem ao menos comentar com eles. Não vejo pelo viés de ter que pedir autorização, nem que estaríamos tendo que ser conivente com a posição deles, mas sim, politicamente corretos com a oportunidade que estamos tendo. Por que não falar no

livro? Que tipo de informação poderíamos não receber se o projeto vai tratar da nossa percepção e não apenas das informações do jornal? (eles já estão dizendo o que não querem que seja publicado nas atas)

Um dos antagonistas a esta posição responde contrapondo que a revelação do projeto poderia turvar o ambiente nas reuniões. Menciona que o dilema - contar ou não contar para o jornal - teria sido discutido inclusive com o professor universitário, que recomendara o sigilo. As alegações seriam de que a presença da idéia do livro, da certeza de que o livro seria publicado, provavelmente alteraria o comportamento do jornal nas reuniões e também modificaria a própria relação do jornal com os conselheiros, no sentido de que Zero Hora provavelmente se interessaria por “controlar” o conteúdo do livro. Como que se instalaria uma espécie de censura. Com o sigilo do projeto, argumenta o conselheiro, as reuniões poderiam acontecer normalmente e caberia então aos leitores continuar observando a conduta do jornal.

Uma mensagem do outro conselheiro favorável ao sigilo reforça esta idéia:

Penso que o não comentário do livro é para que não haja retenção na liberdade de discussão dos assuntos nas reuniões. Por que 'o livro' pode representar para o jornal, análise, crítica externa, avaliação não controlada. O nosso novo colega, o estudante doutor, esta fazendo uma pesquisa científica. Nós se caso acontecer, faremos uma publicação impírica. Vou tentar colocar o que vejo. Se tu perceber a cada reunião um novo assunto 'interno', como é chamado pelo editor chefe, nos é colocado. Com isto é tirado e representação a do leitor. Se nós colocarmos que junto com nossa opinião dada para estes assuntos tivermos uma segunda intenção de análise, os assuntos serão filtrados mais do que já são. Perderemos credibilidade.

O outro conselheiro favorável à revelação manifesta-se dizendo acreditar que não haverá censura. Toma por referência, para sustentar esta posição, a exemplo do colega que tem a mesma posição sua, o fato de que um dos mediadores já havia abordado o problema ao tratar das “atas piratas”, pedindo que não fossem divulgados assuntos de cunho estratégico para a empresa.

Apesar das justificativas dadas, eu acredito que devemos expor a nossa idéia. A "censura", tão mencionada, ocorrerá em assuntos de cunho estratégico da empresa, como ocorreu em uma das reuniões em que o (nome de um dos mediadores) pediu para (...) não publicar certos assuntos citados (e concordo com ele neste aspecto. Não ia querer que meu concorrente soubesse detalhes das minhas técnicas administrativas). Porém, a aprovação ou reprovação não afetaria a publicação do livro. Mas esse é um assunto que fica para a próxima reunião.

O “racha” é resolvido em uma reunião promovida pelos leitores antes do encontro ordinário do conselho em 26 de janeiro de 2005. Eu participava das reuniões do conselho havia pouco tempo - apenas desde novembro do ano anterior. Assistira, portanto, a apenas dois encontros. Minha relação com o grupo ainda era incipiente e o que aconteceu neste encontro confesso que deixou-me perplexo.

Encontro o grupo ainda no saguão do prédio de ZH. Chegam vários ao mesmo tempo, como se já estivessem juntos. Um dos conselheiros me informa que eles haviam acabado de se reunir e que haviam deliberado sobre o pedido, que eu próprio apresentara, de fazer parte da lista de discussão. A resposta era positiva: eu era bem-vindo. Senti-me integrado no grupo.

Eles sobem para a reunião (a redação fica no terceiro andar) e vou atrás. Conseguir me esgueirar para dentro da lista de discussão já era um grande feito, como se o grupo me recebesse em seu dentro, me expusesse as suas intimidades, os seus recônditos mais secretos. Eu não sabia ainda, no entanto, do projeto do livro. Percebo um dos conselheiros contrafeito. Depois, as peças juntam-se em minha cabeça: é que o grupo, enquanto se reunia, havia decidido, além de me abrir as portas da lista de discussão, também revelar o projeto do livro ao jornal.

A reunião transcorre normalmente: o assunto do livro é deixado para o fim. O editor de Fotografia, que participara do encontro como editor convidado, ainda está na sala. Pede-se licença ao mediador para a colocação de um assunto especial. A permissão é concedida. E um dos conselheiros começa a falar.

Quantas explosões eu já vira? O que se percebe, na intimidade do lar? Por que aquilo? Fiquei, depois, muito tempo pensando na reação daquele mediador. O que o fez ter reagido tão mal à proposta? Opto aqui por não oferecer detalhes. A imagem sucinta é a de uma explosão.

Os conselheiros, para resumir, saíram derrotados. Não haveria mais projeto porque o jornal era terminantemente contra. A justificativa é dada na hora. Quebrar-se-ia uma cláusula tácita de sigilo entre o jornal e os conselheiros pela qual se ganhava em liberdade de crítica. A possibilidade de publicação, por esse raciocínio, constrangeria as falas com prejuízo ao sistema de avaliação crítica constituído pelo conselho.

O relato que tenho da reunião não é perfeito. Mas creio que provavelmente ele consiga retratar a essência do que houve. Reproduzo o trecho inteiro relativo a este episódio, retirado dos registros resultantes da observação direta das reuniões do conselho. A identificação dos conselheiros na ordem da conversação é feita através de números (conselheiro 1, 2 e assim por diante).

A conversa com o editor de fotografia chega ao fim. O conselheiro 1 diz que o grupo gostaria de aproveitar os momentos finais da reunião para apresentar um projeto ao mediador. Seu tom de voz é um pouco reticente, como se não possuísse muita segurança para falar no assunto.

- É um projeto. Resolvemos apresentar (...). É escrever um livro que fale sobre a percepção de um conselheiro. O que é vir durante um ano no Conselho do Leitor da Zero Hora.

O mediador fala:

- Eu tenho restrições. Um projeto assim afeta um elemento fundamental do conselho que é o sigilo. Me considero sob auto-censura. Não haveria uma troca sincera de informações.

Ele diz que, sempre na primeira reunião dos conselhos, alerta os leitores quanto ao caráter reservado do conteúdo dos encontros. O editor de Fotografia ajuda o mediador em sua argumentação, ilustrando que, uma vez rompido o caráter sigiloso das reuniões, histórias como a que ele contou naquela noite, sobre o erro da revista Veja na manipulação de uma fotografia, não poderiam mais servir de conteúdo para as reuniões.

O conselheiro 2 sugere então que o grupo poderia esperar pelo encerramento de seu mandato para, depois disso, “fazer um balanço” da atividade.

O mediador retorna à sua argumentação:

- A reunião não é um ação pública. É uma experiência interna, com o objetivo de processar informações.

O conselheiro 1 argumenta, em favor da publicação do livro:

- Por uma questão de legitimidade do conselho...

O mediador diz que prevê sérios problemas com a execução de um projeto como o proposto. Ele cita a possibilidade do uso de falas de modo indiscriminado, ou descontextualizadas. E insiste no argumento de que uma situação de publicação provocada pelo livro constrange a manifestação dos participantes das reuniões, fazendo-as perder qualidade. Diz:

- Estou preparado até para encerrar o conselho se isso acontecer. Pode haver inclusive processo por usar frases dos outros.

O conselheiro 3 fala:

- Isso seria uma ameaça?

Mediador:

- Rompe o processo de confiança.

Ele cita o episódio no qual o jornal descobriu que um dos integrantes do conselho era um agente camuflado do serviço de informação da Polícia Militar gaúcha.

- Não quero que a experiência do conselho seja usada para promoção, ou fins comerciais, ou objetivo político. Me sinto realmente chocado.

O tom na voz do mediador não é suave. Cria-se uma situação de forte constrangimento.

Conselheiro 3:

- Eu sinto a necessidade do livro porque coluna não traduz o que o conselho pensa.

Conselheiro 1:

- Mas não vale para legitimar o conselho?

Conselheiro 3:

- Estou sinceramente em dúvida se grupo não deve se dissolver diante desse impasse.

O conselheiro 3 diz que está disposto a deixar o conselho.

Mediador:

- O conselho não tem lei. Mas tem algumas regras. Uma cláusula ética, de sigilo.

Ele refere-se às colunas do Conselho do Leitor, publicadas mensalmente com os resumos das reuniões, como resposta à afirmação do conselheiro 3 de que tais colunas não representam o pensamento dos conselheiros. Diz:

- Nos resumos das reuniões procuro não deixar ninguém em situação minimamente complicada.

Cita o caso de um ex-conselheiro, que era funcionário público. Declarações suas publicadas na coluna desavisadamente geraram-lhe o temor de uma demissão. Seria um exemplo de que a coluna, dependendo do modo como fosse elaborada, poderia representar um potencial de mal-entendidos.

- Deixo as colunas só no genérico, até em prejuízo do conteúdo, para não prejudicar ninguém.

O conselheiro 2 toma a palavra. Diz que houve discussão entre o grupo para se fazer a apresentação do projeto. Afirma:

- Sempre falei: eu sou leitor. Nunca quis ser jornalista. Eu gosto de ler. Eu gosto de discutir. Mas não é questão comercial. Eu não quero ficar carimbado como conselheiro que queria vender o que foi dito.

Conselheiro 3:

- A coluna nunca representou o conselho. Eu tinha a esperança do livro.

Mediador:

- Depois de nove meses, quebra-se a confiança.

Conselheiro 3:

- A idéia foi bem acolhida por todos.

Mediador:

- Os conselheiros são livres...

Mediador:

- Eu não vou trair a minha palavra. Por uma questão de honra, para não trair os conselheiros.

Ele volta a falar da coluna. Diz que seu formato é decidido mediante acordos com os conselheiros. Especifica:

- *Tudo é mexível.*

Ainda sobre a coluna, diz que prevalece uma política de discrição, como forma de evitar transparecer que o jornal estaria tentando promover-se pelo fato de possuir um conselho de leitores. Acrescenta:

- Tenho muito medo que conselho vire peça de marketing. Isso é um instrumento interno.

O mediador fala que a própria citação das críticas pode ser prejudicial para o jornal.

As lembranças de um conselheiro sobre o episódio, evocadas em entrevista cerca de três meses depois, ajudam a detalhar melhor este relato que fornecemos acima. Note-se que este leitor narra que também ele, diante da tensão que se instalara, havia mencionado a possibilidade de afastar-se do conselho. Sua narrativa dá conta justamente, no entanto, de um movimento de retroceder nesta disposição.

- (...) O que eu reagi naquela hora (...) foi ele (o mediador) dizer que a nossa confiança estava cortada, nossa confiança enquanto conselheiros e ele como (...). Que a partir daquele momento estava cortada a confiança que cada um tinha pelo outro. E aí eu disse, então, se essa confiança está cortada, não tem porque mais eu vir, e aí ele foi retomando ao longo da fala, daquela discussão, ele aos pouquinhos foi baixando (...), ele foi baixando, não sei se tu tiveste essa impressão. Daí ele disse, todos continuam conselheiros até o final da gestão de vocês, continuam convidados a continuar participando, e eu também fui repensando aquilo que eu tinha colocado, quando eu tava fora (...), eu disse eu venho sim e aí eu disse eu vou vir até o final.

- Mas naquele momento tu chegou..

- Eu disse: se essa confiança tá cortada, se tu não vai mais ter esse diálogo de troca, né, ele enquanto jornal, e nós como leitores, então o que eu vou tá fazendo aqui, vou ficar falando e tu não vai respeitar o que eu vou dizer, tu não vai mais querer ouvir. Então não venho, não venho mais, eu disse, então tô fora. Aí ele foi baixando, baixando,

reorganizando os seus pensamentos, porque a primeira reação dele foi de ficar muito puto da vida, vocês não têm o direito de fazer isso...

A reunião se dissolve sob o forte clima de constrangimento. Nos contatos seguintes com o grupo, irei constatar que a lembrança do episódio não saía da memória. Converso com os conselheiros a respeito. Há uma espécie de consenso quanto à natureza da reação do mediador: ela teria sido brusca. Alguns manifestam compreensão: teria sido, apesar da sua tonalidade, um gesto de defesa. Outros, feriram-se profundamente. Diz um dos conselheiros compreensivos:

- É a mesma coisa que eu chegasse pra ti, escrevesse um livro sobre a tua pessoa, publicasse e tu fosse descobrir só quando estivesse nas bancas. Qual seria a tua reação? Eu, se fosse comigo, eu não ia gostar. Pô, tão publicando um troço sobre mim que eu não autorizei. Então, foi o que eu pensei, expus o meu ponto de vista, fomos pra reunião e as pessoas, daí, ã.. expuseram a questão do livro. O (mediador), eu acredito que, ele foi um pouco rude, mas ele tava no direito dele de falar todas as questões que foram abordadas naquele dia na reunião, que... não se poderia fazer o livro, por causa dos dados que são veiculados dentro do Conselho do Leitor. São... lógico, toda a empresa tem os seus segredos, estes segredos que afetam diretamente o desenvolvimento dela, não podem ser vazados pra..., se forem descobertos por outras empresas prejudicam a questão da concorrência, aquela coisa toda. Aí nesse ponto eu concordei com ele. Não concordei, digamos assim, na maneira um pouco rude com que ele se relacionou com o... com que ele manteve com alguns colegas ali dentro naquele dia. Mas, ele tava no direito dele e lógico que alguns colegas se exaltaram um pouco mais.

A atitude “rude” não anularia a legitimidade das argumentações do jornal, de acordo com o raciocínio deste conselheiro. Algo oposto ao que disse outro leitor. No trecho de sua entrevista abaixo, conversamos sobre como teria sido o efeito da tensão estabelecida na reunião, em torno do projeto do livro, e a impressão final que este leitor guardara sobre Zero Hora. Sugiro que justamente a tensão poderia ter abalado sua capacidade de ponderação.

- Não, eu já discordo, porque eu não posso dissociar a ameaça que eu sofri (a possibilidade de processos na justiça) com a minha visão de leitor. Qual o leitor que sofrendo uma ameaça daquele tipo vai conseguir dizer, olha, não, o jornal, não é responsável pela minha... Pô, eu tenho todo o direito de me sentir indignado, ou ofendido, ou magoado, e é justo que seja assim, eu não posso dissociar o que aconteceu do que o jornal é, e feito por quem faz.

Não separa-se a forma do conteúdo. É, a nosso ver, o que acaba dizendo este leitor. O modo da fala - ameaçador, conforme a avaliação deste leitor - teria condicionado todos os sentidos.

O livro não sai publicado. Este, ao fundo, é o principal resultado do episódio que acabamos de relatar. O longo processo de gestação do livro é abortado.

5.3.3 Recomendar e interromper o diálogo

Ponto culminante teria sido este episódio. Mas podemos desdobrá-lo mais um pouco, tentando prospectar o que me parece ser algo mais próximo de seu real significado. Durante meu período de observação, testemunhei três situações de ruptura que podem ser relacionadas entre si, ao menos no plano abstrato. A primeira é o episódio do livro que acabo de narrar. As outras duas, relato agora:

1) Dois conselheiros do grupo A trocam impropérios depois da reunião de encerramento das atividades do grupo. Um deles acusa o colega de, ao expor sua avaliação final sobre as atividades do conselho, tê-lo feito de modo muito positivo e condescendente para com o jornal, o que trairia o espírito crítico do grupo relação ao Conselho do Leitor de ZH. O “tom” da acusação é de forte constrangimento, porque as palavras são proferidas de modo ríspido. Não há amizade, mas ira.

2) Em março de 2005, uma viatura da RBS TV é destruída por integrantes do Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra (MST). Na primeira reunião do Conselho do Leitor após os

transcorrido, o tema é trazido por um conselheiro, conforme já descrevemos anteriormente. O leitor pergunta se o jornal havia recebido um nota do Sindicato dos Jornalistas manifestando-se sobre o ocorrido. Vamos repetir a citação da fala do mediador com a qual se esgota o assunto durante a reunião:

*“(É uma) história de divergência entre a direção do sindicato e a direção da empresa. Essa carta soou tão mal aqui na redação e no meio jornalístico. O sindicato perdeu a categoria em massa. Acharam a carta o supra-sumo da falta de sensibilidade. Como se fosse uma **ameça** (grifo meu), vocês não nos atenderam, vamos queimar o carro. Mas achamos por bem não publicar (a nota) porque parece que estaríamos nos provalecendo diante desta fraqueza do sindicato. O sindicato não concorda com a RBS, o Rigotto não concorda, o Fogaça não concorda. Mas o próprio PT repudiou este ato.”*

Que “fraqueza” do sindicato seria essa? A nota do sindicato é distribuída em uma mensagem na lista de discussão do grupo A. Reproduzimos na íntegra esta mensagem, que contém um comentário do remetente e a reprodução da própria nota. A nota faz referência a uma carta aberta dos movimentos sociais à RBS, que havia sido entregue em 2003, reproduzindo-a na íntegra. Veja-se:

Uma equipe da RBS TV que fazia a cobertura sobre a manifestação dos Movimentos Sociais, representados pelo Movimento dos Sem Terra (MST) e dos Pequenos Agricultores (MPA) em Sarandi, norte do RS foi impedida de trabalhar. Uma caminhonete e uma câmera, além de outros equipamentos foram queimados.

Nota do Sindicato dos Jornalistas/RS:

O presidente do Sindicato dos Jornalistas/RS, José Carlos Torves lamenta o incidente ocorrido em Sarandi, entretanto lembra que em novembro de 2003 o Sindicato e a Coordenação dos Movimentos Sociais, em Carta entregue a Direção da RBS, alertava para o risco de situações grave, tendo em vista a linha Editorial da empresa de permanente criminalização dos movimentos sociais.

O Grupo RBS se omitiu e não marcou nenhuma agenda para tratar desta questão, deixando a situação se agravar, colocando em risco os jornalistas que trabalham nos seus veículos. Portanto responsabilizamos a Direção do Grupo RBS por esta situação que podem levar a fatos que ameaçam a integridade física dos profissionais. Também entendemos que a agressão foi cometida contra a RBS (patrimônio) e não contra a imprensa, pois nenhum veículo e nenhum profissional de outros grupos de comunicação que atuam no Estado sofreu qualquer ato de hostilidade por parte dos Movimentos Sociais.

Carta Aberta à RBS (entregue em novembro de 2003)

Esta é a carta entregue pelos Movimentos Sociais à direção do grupo da RBS por ocasião da 8ª Marcha dos Sem, ocorrido a poucos instantes.

Srs. Diretores do Grupo RBS

O Movimento Social do Rio Grande do Sul, preocupado com a crescente criminalização dos movimentos sociais, em especial do MST, por parte da mídia brasileira, em particular pelos veículos do grupo RBS, vem solicitar aos seus diretores que recebem desse movimento algumas observações:

- a) Considerando que o Grupo RBS é o maior e mais importante grupo empresarial de comunicação do sul do país;*
- b) Considerando que essa hegemonia produz uma liderança incontestada, ao mesmo tempo atribuí uma óbvia responsabilidade social;*
- c) Considerando a polarização da opinião pública gaúcha, em torno dos serviços de comunicação prestados pela RBS;*
- d) Considerando que os serviços de comunicação social, o entretenimento e o jornalismo, veiculados pelas diversas mídias possui uma inequívoca natureza pública, além da reconhecida caracterização de concessão pública dos serviços de radiodifusão;*
- e) Considerando ainda que, na opinião da maioria absoluta dos movimentos sociais, a mídia, e em particular a RBS, veicula a informação e a opinião de forma a negar a legitimidade das ações dos movimentos sociais, invariavelmente destaca apenas seus aspectos negativos, torna estes movimentos mal vistos pelas comunidades onde atuam;*
- f) Preocupados pela maneira que os próprios trabalhadores da RBS têm sido tratados, nos seus momentos de propaladas crises, principalmente os trabalhadores do segmento rádio e televisão, quando têm tido sistemáticas demissões no setor em plenas negociações salariais;*
- g) Considerando que a comunicação social é um direito público, portanto uma concessão do Estado e não um direito privado, é inadmissível que a sociedade não tenha controle sobre a informação que chega ao público. É imprescindível portanto, que o debate público sobre esta questão seja feito com a sociedade e não nos próprios veículos da RBS, uma vez que esta empresa tem a preocupação de expôr, debater e opinar sobre tudo que ocorre aqui no Rio Grande do Sul. É inadmissível que não se discuta publicamente as denúncias publicadas no caderno especial da Revista Porém sobre a questão do Grupo RBS estar envolvido em lavagem de dinheiro em paraísos fiscais;*

- h) Considerando que a RBS exerce a função de primeiro poder e no exercício desse poder exerce uma violência desproporcional aos demais atores sociais, pauta e pressiona as demais instituições, como policiais, governo e judiciário e a sociedade civil denunciando, julgando e condenando através do noticiário, dos comentários e dos seus editoriais;*
- i) Considerando que ao invés de noticiar e bem informar a sociedade gaúcha, adjetiva e desqualifica todas as ações dos movimentos sociais;*
- j) Alarmados pelas denúncias veiculadas no caderno especial da Revista Porém, o Movimento Social gaúcho solicita a esta empresa as seguintes medidas para democratizar suas relações com a sociedade.*

Segue nossas propostas:

- 1 - Construção de um espaço público no qual seja possível à sociedade civil do Rio Grande do Sul discutir, de maneira ampla e independente, a forma e os conteúdos da programação dos veículos dessa empresa. Citamos como exemplo, um Conselho de Redação eleito e público, como existem em vários países;*
- 2 - A criação de espaços nos veículos da empresa para a discussão dos grandes temas que afligem o povo gaúcho, entre eles a própria mídia além das questões sociais e sindicais, quase sempre ausentes dos noticiários;*
- 3 - A atuação da empresa no sentido de indicar a participação das associações de empresas de comunicação nos espaços públicos existentes, de discussão da mídia, e nos que vierem a existir. Tendo como exemplo o Conselho Municipal de Comunicação;*
- 4 - Tornar pública, como todas empresas que queiram buscar dinheiro público, a verdadeira situação econômica do grupo, na medida que é estratégico para o Rio Grande do Sul a saúde financeira de suas empresas;*
- 5 - Já que em todos os países civilizados existe o Direito de Antena, ou seja, se alguém ou algum movimento social seja agredido, não é necessário ou não precisa entrar na justiça para ter o direito de resposta. Automaticamente haverá o mesmo espaço, destaque e tempo (rádio, jornal e TV) para se manifestar. O Brasil tem que começar a adotar este mesmo critério e o Rio Grande do Sul, considerado o Estado mais politizado do país, deve ser o pioneiro. E sendo a RBS o maior grupo de mídia do Estado, seria salutar para a democracia a vanguarda dessa iniciativa.*

O Movimento Social do Rio Grande do Sul aposta na democratização da comunicação no Brasil como elemento indispensável para a existência da democracia plena e conta com a disposição da empresa, para esta inadiável empreitada. O pedido para que a empresa se manifeste sobre estas considerações, sobre as denúncias da Revista Porém, a Marcha dos Sem e o ato público em frente ao jornal Zero Hora, sinaliza um novo momento. Não aceitaremos o comportamento que até hoje o grupo empresarial RBS manteve com os Movimentos Sociais. Este período encerra neste momento em que entregamos este documento. A partir de agora, a responsabilidade será da parte que não cumprir com as suas responsabilidades

Saudações democráticas

Coordenação dos Movimentos Sociais

O sindicato alerta que a RBS já havia sido avisada para “risco de situações graves tendo em vista a linha Editorial da empresa de permanente criminalização dos movimentos sociais”. Logo, a empresa seria responsável pelo ato de violência cometido pelo MST e MPA. Por quê? Porque a carta entregue à empresa já em novembro de 2003 alertava que haveria um “novo momento” no qual, a empresa, recusando-se a se posicionar sobre uma série de reivindicações que os movimentos sociais faziam, se defrontaria com o fato de que “a responsabilidade será da parte que não cumprir com as suas responsabilidades”.

Ou seja, se a empresa não evoluísse na atendimento das reivindicações, a responsabilidade por algo que viesse a acontecer seria dela mesma. A base deste argumento é a de que a RBS não se comporta democraticamente no espaço público, já que elaboraria retratos parciais sobre os movimentos sociais, o que estaria então exigindo medidas no sentido de um maior controle social sobre sua atuação. Sendo a RBS uma empresa de função pública, seria então justo reivindicar sua democratização através de meios diversos, reivindicados na carta, entre os quais destaco: 1) a criação de um “espaço público” para discussão “ampla e independente” da “forma e conteúdos” da “programação dos veículos” da empresa, como, por exemplo, “*um Conselho de Redação eleito e público*”; 2) a criação de espaços nos veículos da empresa para discussão de “grandes temas”, “entre eles *a própria mídia*”.

Este último episódio, envolvendo a agressão das entidades de agricultores à RBS, não é um fato propriamente transcorrido no âmbito do Conselho do Leitor de ZH, mas que acaba chegando até o conselho. Que relação propomos entre estes três episódios distintos que acabamos de relatar? A relação de que usaram estratégias de convencimento com a finalidade de constranger o interlocutor pelo uso da intencionalidade de supressão do outro. Afrouxam-se os fios de uma convivialidade menos divergentes da possibilidade de permanecer-se unidos. É feita a guerra.

A acusação de traição entre conselheiros efetivamente representa o fato de que a união entre os leitores não pode ser uma premissa. Romantizar o leitor é crer que ele apenas ama e é incapaz de destruir. Só isso já ajuda a definir melhor objetivos políticos que se possa ter com relação a institucionalizar leitores. Logo, o diálogo entre leitores precisa ancorar-se na constatação acerca das diferentes possibilidades de ser leitor.

Os episódios do projeto do livro e da queima do carro/nota do sindicato apresentam ainda outra possibilidade de correlação: envolvem a *ameaça* como modo de constrangimento. O moderador da reunião como que bate na mesa: não haverá livro. Se houver, adverte, haverá processos na Justiça. Um conselheiro recorda em entrevista:

- Eu (...) fiquei com medo. Ora, (a empresa) tem um poderio econômico enorme, tem um poderio político enorme, quem sou eu pra enfrentar uma fera dessas. Eu não tenho dinheiro nem pra pagar um advogado, vou enfrentar?

Os movimentos sociais exigem que RBS se democratize, caso contrário - adverte-se - há o risco de “situações graves”. Que situações? A ação especialmente do MST, como nos casos das ocupações de fazendas em nome da reforma agrária, costuma ser disruptiva, e o foi, também, no caso da queima do carro.

Os movimentos reclamam uma democratização da RBS, recomendam ações que conduzam a um processo de crítica da mídia, de modo a que se permita um maior controle social. *Recomenda o diálogo, mas o interrompe. Zero Hora, idem.* Convoca leitores e remete-os a uma situação de cidadania. Coloca-se propositivamente em posição de diálogo, mas o interrompe. Aqui, todos são vítimas e todos se agridem.

Há quanto tempo Zero Hora abriga leitores? Será o jornal uma torre de marfim? Como saber os segredos que esconde, e que ajudariam a confirmar sua cor política, da qual tanto desconfiam seus desafetos? Na reunião inaugural do grupo B do Conselho do Leitor, um integrante pergunta ao convidado Jayme Sirotsky sobre a situação de um jornal assumir sua posição política em editoriais, inclusive recomendando o voto em determinados candidatos. Este leitor tivera a informação de que este era o procedimento entre alguns jornais ingleses, e intrigara-se com isso. Veja-se o trecho retirado do registro que tenho das reuniões do conselho :

(...) Sirotsky assume a palavra e passa a falar sobre a situação de contrariedade que ele diz se estabelecer dos governos e políticos em relação a Zero Hora.

- Nossas páginas de opinião refletem posicionamentos de opinião da empresa. Outras (páginas) não devem refletir. Se porventura estiverem deformadas, devemos refletir.

O mediador faz uma intervenção que tenta fazer soar engraçada:

- Nos acusavam de falar mal do PT. Agora perguntam porque nós falamos bem.

Um conselheiro pede a palavra (...) Começa falando que jornais ingleses tomaram publicamente posição em favor de candidaturas políticas. Diz:

- A nossa Zero Hora, que a gente passa a integrar agora, não creio que faça isso.

Pergunta o que Sirotsky pensa do assunto. Sirotsky responde que no mercado norte-americano existem as duas posturas e que tal situação é recebida com naturalidade dentro do processo local de funcionamento do espaço público. O conselheiro parece se surpreender com a resposta. Sirotsky continua:

- Na Europa é tradição semelhante. Tem jornais com raiz em origens políticas, mas que foram amadurecendo e tomando a postura de separar informação de opinião.

Ele cita o caso do francês Le Monde. No Brasil, diz Sirotsky, era esta a atitude dos jornais até 60 anos atrás. Ele cita exemplos: Globo, O Estado de São Paulo, Última Hora. “Mas era outra visão”, diz. Fala em seguida que faltaria amadurecimento na sociedade brasileira para compreender, atualmente, um atitude editorial como a dos jornais ingleses citados pelo conselheiro.

- Nós não nos sentimos maduros para ser entendidos pela sociedade, nem a sociedade preparada para isso.

Falta amadurecimento, diz o patriarca da empresa. Em sua entrevista, Sirotsky falou em um processo gradual de abertura, ao conjunto da sociedade, das decisões quanto à linha editorial da RBS. É preciso tempo. A visão dos tipos ideais, numa sociedade laica, não é única. Quem cuida da verdade no Rio Grande de Sul? A verdade de nossa época está nas páginas do jornal. O ideal de um espaço público seria que agentes jornalísticos rivalizassem. A verdade não está no ente absoluto, mas no confronto entre um e outro. Não está, por exemplo, para tomar o caso de dois grandes jornais brasileiros que rivalizam entre si, na Folha de São Paulo ou em O Estado de São Paulo, mas no confronto entre estas duas personalidades jornalísticas, onde um revela o outro.

Informalmente, pode-se colher a impressão de que o que muito irrita parte dos usuários da RBS no Rio Grande do Sul é a atuação de comentaristas que, diante da tarefa de exercer o jornalismo opinativo, ofendem os leitores com opiniões atravessadas por suas personalidades. Foi o caso de José Barrionuevo, conforme já mencionamos. Um editor de

ZH, questionado ao respeito, confirma: a maior parte do público não consegue distinguir as sessões opinativas das informativas. Daí que personalidades opinativas (que fazem parte do conjunto de profissionais da empresa) acabam confundindo-se com a personalidade da própria empresa. Veja-se o caso interessantíssimo de uma comunidade no site de relacionamentos Orkut onde um usuário anônimo apresenta uma série de argumentos tentando comprovar que a RBS é gremista, e não colorada. Não possuindo o jornal a minha cor, conforme parece ser, passo a odiá-lo.

O sentimento que a RBS provoca entre os gaúchos certamente não é único. O problema da hegemonia de um grupo de mídia é que já não se trata apenas de assumir, mais ou menos veladamente, uma ou outra posição política, mas de perpassar o conjunto dos domínios da vida social, conforme prevê a hipótese da mediatização. O grupo torna-se com isso mais preponderante, encravando-se fundo no imaginário da população, por sua condição de matriz cultural. Veja-se, neste sentido, o caso dos avanços recentes da RBS TV no campo teledramaturgia¹⁰⁰.

Será a mídia porosa a ponto de absorver contribuições da sociedade? O problema, aí, novamente, está no fato de que a sociedade não é única. Como recolher opiniões de leitores? O grupo A do conselho dividiu-se. A homogeneidade necessária pode ser um desafio intransponível. A RBS é um emblema do Rio Grande do Sul? E se eu não gostar dele, por razões específicas? Será necessário fundar uma “nova pátria”, ou subverter este grupo de mídia?

O local das reuniões do Conselho do Leitor. Como chegar até lá? Pouco se sabe, do jornal, afora o que é estampado em suas páginas. Onde está o erro, aquilo que torna Zero Hora maldita, do ponto de vista da esquerda? Os conselheiros dirão a verdade sobre si? Como já mencionamos, um deles, no grupo A, em diferentes situações, deixava entrever que mediava, no conselho, interesses dos movimentos sociais do campo, os mesmos que botaram fogo no carro da RBS (MPA e MST). Este conselheiro rememora em entrevista que, ao ser escolhido como integrante do grupo, comentara com um dos diretores que sentia-se agora com a oportunidade de dizer “o que pensa metade do Rio Grande do Sul”,

¹⁰⁰ A minissérie “A ferro e fogo”, de teor épico, baseada na obra de Josué Guimarães, apresentada em novembro de 2006, pode ser talvez o exemplo mais significativo desta situação.

numa alusão à alegada parcialidade de ZH, que, por esta alegação, desfavoreceria a metade dos habitantes do Estado correspondente aos eleitores do PT.

Publicar um livro do conselho seria um projeto semelhante, no sentido de dizer o que pensam *os conselheiros*, e não os jornalistas administradores do conselho? Um conselheiro não cansa de dizer que seu objetivo no cargo foi cuidar para que ZH não repetisse, na eleição de 2004, o desempenho tão controverso registrado no pleito de 2002. Conseguiu? Ele diz que a cobertura de 2004 merecia elogios. E o papel do conselho nisso? Disse reconhecer que fora pequeno, ou que quase totalmente não houvera. Afirma:

- A Zero Hora é um jornal reconhecido, lido. É um jornal triunfante. Por isso, não vai mudar. Quem muda não é um conselhozinho desses aí. Quem muda são as circunstâncias políticas, sociais. Mas eu já sabia que era assim.

O mediador das reuniões, no encontro final do grupo A, em que se avalia a experiência transcorrida ao longo do último ano, de convívio com aqueles leitores, fala:

- A gente espera que jornal tenha saído bem melhor do que quando vocês chegaram. A gente não sabe se consegue fazer esta avaliação. Nossa preocupação é não parar. Que (o jornal) não seja o mesmo.

Não há como querer mudar o jornal e o jornalismo radicalmente, a partir de iniciativas pontuais, nem de disposições acabadas. É vital que o leitor deixe-se tocar por realidades que o jornalismo encerra em si.

Há no mundo mitológico a figura do roubo. Roubar é, de algum modo, recuperar o que já é seu. Por isso, Robin Hood, por exemplo, é um herói. Desapropria-se em nome dos que nada tem. A lógica que comanda o MST é impregnada desta razão: expropriar é fazer justiça. A língua ordeira de um jornal alimenta os sonhos dos subversivos. Ecos de uma lógica marxista por muito tempo foram ouvidos no Rio Grande do Sul e ferozes teriam sido, também, seus opositores. Ódio alimenta ódio.

Tirar os relatos das reuniões do conselho talvez fosse uma forma de roubar a verdade da qual a esquerda gaúcha diz, com frequência, que se sente expropriada. Ladrões descobertos na calada da noite, em princípio, não recebem o acolhimento de quem está sendo roubado. Zero Hora deixa uma janela aberta para o leitor entrar. Convoca leitores tanto de esquerda quanto de direita. São tantas as reclamações de que o jornal desfavoreceria a esquerda, em suas coberturas políticas, que parece até que a esquerda

ganha mais espaço no Conselho do Leitor, como uma forma de compensação. É o caso nitidamente do grupo A, em um ano de eleições. Será que servimos para legitimar a cobertura eleitoral desse ano, perguntam-se alguns conselheiros? “Pelegos”, nós? A vitória de Fogaça quebrando a longa hegemonia petista em Porto Alegre acirra o projeto do livro, como se se dissesse: não, nós não aplaudimos nem legitimamos a cobertura eleitoral de ZH.

O responsável pela Editoria de Atendimento ao Leitor comemora. A sessão não deixa ninguém sem ser atendido. Pode ser maçante. O editor termina sua entrevista comigo e lamenta-se com um colega que à noite precisará ciceronear um grupo de estudantes pelo jornal. De onde a energia para atender a tantos? A razão jornalística é de um estatuto público ou privado? Não, jamais nosso conhecimento poderá ser tocado por mãos leigas. O conhecimento já foi preservado do mundo, escondido. O jornal busca ser bem feito, ficar também com uma imagem recuperada de seu viço democrático. O país líder em instituições democráticas são os Estados Unidos. Nenhum é mais laico e, portanto, leigo. Grande nação, impõe seus princípios a todos, com uma vontade de aço. É uma fúria dos leigos, e também o fim dos mistérios. Realidade existencial dominadora. Como não ver, admitindo o mistérios? Torna-se evidente que a modernidade oprime algo.

O roubo é heróico. Expropriar é a divisão suprema, a partilha suprime o proprietário. A sociedade atravessa a todos. É interessante pensar numa expropriação da mídia. O que sobraria dos pressupostos jornalísticos? A idéia liberal da livre concorrência seria arruinada? Como passar, então, a constituir a verdade sem a ajuda da religião, como prevê o espírito moderno? A voz dos cidadãos sem posses circularia de que modo?

O PT alimentou uma disputa ideológica grande no Rio Grande do Sul. As esquerdas, anualmente, vindas de todo mundo, passaram a reunir-se às margens do lago Guaíba, durante as várias edições do Fórum Social Mundial. O slogan deste evento preconizava: “Outro mundo é possível”. Com ou seu Zero Hora? As disputas acirraram-se. Qual a preferência do povo: futebol ou política? A divisão tradicional e mobilizadora, entre gremistas e colorados, contagiou a política em sua intensidade? 16 anos do PT em Porto Alegre não oprimiria eleitores não-petistas? Alimenta-se o ódio. Mais de três décadas de Zero Hora, sem outra opção consistente de verdade distribuída ao povo, não perturbaria os ânimos de quem se vê pouco representado nesta verdade?

Foi isso que aconteceu, de acordo com o que vi e com o que posso pensar: esquerda e RBS repelem-se mutuamente. É impossível dissociar este pano de fundo político do que ocorreu no caso do grupo A e seu projeto de livro do Conselho do Leitor. Boas intenções para os dois lados: Zero Hora querendo ser de todos, através do conselho. Conselheiros querendo ser cidadãos. Porém, o contexto da disputa ideológica animando estas intenções.

O projeto do livro foi recusado - aposto, é minha hipótese - porque o jornal percebeu uma articulação, nele, de *uma vontade inimiga de ZH*. Tanto que o mediador mencionou, no momento mesmo da apresentação do projeto pelos conselheiros, que o conselho já abrigara um agente do serviço de informação da polícia militar gaúcha, ajuntando sem seguida: “Não quero que experiência do conselho seja usada para promoção, ou fins comerciais, ou objetivo político”.

Leitores camuflados. Alguns, no grupo, não escondiam a intenção de “vingar a pátria”, arrancando de dentro do jornal, para expor em público, o processo em si do conselho, o que funcionaria como uma prova das más intenções de ZH para com a democracia. Seria então expor a “farsa” representada pelo Conselho do Leitor, seu caráter de mecanismo pouco democrático, diferente da imagem transmitida ao público.

Passado mais de um ano do fim de minha observação, no segundo semestre de 2006 faço novo contato com um dos diretores de ZH. Eu havia reparado que as colunas do conselho haviam deixado de ser publicadas. O Conselho do Leitor de Zero Hora teria acabado? Não, responde-me o diretor, por e-mail. Mas se decidira, efetivamente, pelo final da publicação da coluna. Veja-se sua resposta:

“O conselho do leitor de ZH está em pleno funcionamento, mas não estamos mais publicando as colunas com a síntese das discussões, por não conseguirem refletir adequadamente a riqueza das discussões. Como esta reprodução parcial das reuniões era sempre contestada, optamos por experimentar, nesta turma, não procurar condensar duas horas de reunião em 30 linhas.”

Sem dúvida, a coluna do conselho representou uma realidade específica. Será preciso abordá-la. Olho para esta coluna. Por certo, comunica-se com o público. Para que existe? O texto de apresentação do Conselho do Leitor aos leitores de ZH, publicado em

agosto de 1999, informa que se trata de um processo de publicitação das reuniões, que não se restringiram então ao ambiente privado de ZH, tendo assim seus assuntos eventualmente comentados ou “explicados” por editores do jornal. A análise que Braga (2006) faz deste espaço editorial conclui pela existência de um tom pedagógico, em que ocorre o fechamento de sentido por parte da redação de ZH.

Olhai a opinião destes leitores, publicadas na ZH de domingo, coluna do Conselho do Leitor, página 3. “Nos fazem passar por idiotas”, ofende-se um destes leitores. O que há, na coluna, que acirra tanto os ânimos? “A coluna sempre é polêmica”, já havia me admitido o mesmo diretor que agora me dá a notícia do fim da sua publicação, alegando, novamente, a dificuldade de refletir adequadamente o conteúdo das reuniões.

Ah, coluna, que dificuldade de acertar. Porque sempre há conflito? Na verdade, porque a coluna comportaria, em si, a verdade da seleção e da ênfase. Testemunhei alguns episódios no grupo A de descontentamento explícito com este espaço editorial. No mais significativo, há um empenho declarado do mediador da reunião em acertar na elaboração de um texto, depois de um erro inicial, já publicado.

O episódio remonta à queixa de um leitor à falta de critérios na seleção das fontes que alimentaram a publicação de uma nota na editoria de Economia. Conforme este conselheiro, a fonte teria sido ocultada, não permitindo assim ao público discernir o caráter ideológico da informação divulgada. Esta crítica é trazida à reunião do conselho e o erro reconhecido pelo mediador, que então empenha-se em publicar a crítica do conselheiro na coluna, junto com o nome das fontes que haviam alimentado a nota. Mas a emenda também desagrada ao leitor, que manifesta sua insatisfação na reunião seguinte, criticando o texto da coluna ao afirmar que as fontes mencionadas ainda assim perturbavam a imparcialidade da informação. Cito o registro que tenho da reunião:

Conselheiro:

- São quatro fontes ruins. (...).

Mediador:

- Talvez eu tenha pecado.

O mediador diz que houve preocupação em procurar esclarecer a crítica de um leitor. Passa a relatar então o episódio em que diz ter pressionado o editor responsável pela nota

para procurar as fontes das informações publicadas. Diz que fez isso à noite, fora dos turnos normais de trabalho, em uma busca exaustiva.

- Eu o torturei tanto.

O conselheiro se diz ofendido.

Mediador:

- O objetivo foi te atender. Não foi te trair.

Conselheiro:

- A gente já não sente nem as coisas boas, nem as ruins.

Não, a idéia não era trair. O moderador diz que havia abusado da disponibilidade do seu subordinado (“eu o torturei tanto”) no intuito de expressar a opinião verdadeira do leitor. Não, mais uma vez não houve acerto. O leitor resulta magoado. Vi a mágoa nos olhos deste leitor. Em sua entrevista, há uma profusão de impropérios contra os jornalistas, que para ele tornaram-se pouco confiáveis. “São uns preguiçosos mentais. O jornalista peca na tal de fonte”. Veja-se esta outra fala sua:

- Aprendi uma coisa. Jornalista é rancoroso. Não gosta que critique texto. Agora, quando a matéria é ruim, eu calo a boca. Quando é boa, eu elogio. Aprendi a não criticar. Agora, se ele se sente mal, nunca mais ele me chame. Eu já tenho prova disso aí.

Elaborar a coluna é tarefa do mediador. Também é feita uma ata, por uma funcionária administrativa, que não é publicada, mas preserva a memória das reuniões. As atas, provavelmente, têm capacidade para serem mais precisas que o texto da coluna. Que texto é este, que escreves, editor? Qual jornalista não sonha em ser um bom narrador? Atas não servem para jornal. A coluna precisa ser de um tom, ora, jornalístico. Reproduz falas à maneira de um repórter. O conselheiro A disse X. O conselheiro B disse Y.

Coluna da discórdia. O repórter é falível, claro. O mundo jornalístico é uma selva de atribulações. Errar é freqüente. Ponha-se no meu lugar, leitor. Há muitos pontos de vista, diz ele. E eis a acusação constante: o jornal é imparcial, não retrata as falas com equilíbrio. A noção de autonomia, e, por conseqüência, de autoridade, decorre daí.

A razão do desequilíbrio adviria da incompetência ou da falta de autonomia? O bom jornalista não apenas é autônomo. Ele também domina as técnicas de apuração e narração, inevitavelmente constringidas pelo tempo/espço, conforme lembra Traquina (2004). A

situação de conselho de leitores leva o jornalista a correr maior perigo: ao redigir a coluna, estará lidando com a fala de pessoas que o próprio mecanismo do conselho de algum modo institucionalizou. O problema é esse: quem reproduz a voz dos conselheiros é uma enunciação jornalística, que sempre implica na possibilidade de diferir da voz enunciadora da fonte (as fontes das informações reproduzidas na coluna, neste caso, são os próprios conselheiros).

A coluna, então, pode não refletir os mais diversos interesses localizados no interior do conselho. No caso de uma relação corriqueira de jornalismo, onde jornalista e fonte encontram-se em domínios institucionais perfeitamente distinguíveis, o texto resultante de uma interação pode ser criticável, mas sua instância de avaliação é a própria autonomia jornalística, com todas as considerações ético-político-civilizacionais constantes em seu interior.

O conselho do leitor é retratado numa coluna. O redator deve ser autônomo? Não há, no caso da coluna, alguém que se ponha entre as partes conflitantes, um mediador, como faz o ombudsman em sua coluna, ou o jornalista que, numa matéria normal, relata conflitos entre diferentes agentes sociais. A coluna é redigida por quem recebe a própria crítica. Seu papel torna-se dúbio, ou confuso, porque o agente mobilizador do texto é o mesmo sujeito jornalístico concreto, particular, único, que está sendo criticado.

Transcorridas inúmeras polêmicas, Zero Hora deixa de visibilizar seu conselho de leitores através da coluna. Mas não o desativa. O conselho continua existindo. Contudo, não se sabe mais da sua atuação. Foi definitivamente retirado do espaço público.

Considerações finais

O espaço público perdido. Não é que se tenha perdido o humano, o melhor do humano. A escritura habermasiana pode ser evocada, ainda, creio, devido a um ressoar de sua própria magnitude. Vê-se esta sua magnitude no exame histórico minucioso que faz da constituição do espaço público burguês. A sua crítica à transformação deste espaço estaria superada?

O romance médio *Pamela*, segundo Habermas, registrou no século XVIII o mais elevado índice de leitura no que diz respeito aos diferentes meios pelos quais se foi constituindo, neste período, a esfera pública literária. Sonhava-se, então, com as novas possibilidades de uma enunciação libertadora sem ter os pés no sagrado. Isso então já era uma autonomização frente ao despótico. O espaço de transcendência providenciado pelo capitalismo se escora nesta projeção de felicidade na terra. O que permanece em relação aos períodos históricos anteriores é uma vocação ao ritual da escrita. Os ritos católicos propunham deidades também em processos vocabulares. Mas a promessa, no seu caso, é além, remete-se a um corpo morto que dá a vida. Assim, alimenta-se a promessa de um paraíso futuro através da morte. As torres das catedrais buscam o céu.

A típica instituição do espaço público burguês é a imprensa. Há uma verve psíquica na produção literária que se cria na Europa com a modernidade. O pai morre, por fim. A filosofia fica órfã. *Pamela*, como dissemos, romance mediano, representou o ponto alto em termos de alargamento da esfera pública literária. A máquina capitalista vira amiga da literatura. Romance psicológico, diz Habermas. Reduz-se o sagrado ao psíquico.

O processo de evolução dos dispositivos técnicos que tornaram possível a mais ampla difusão da cultura é bem conhecido. Dispositivos técnicos renovam-se, atualmente,

com uma velocidade nunca vista. Por isso que esse processo de globalização informatizada e informatizadora nos impressiona tanto. O que será feito do humano?

Vimos com Curran, no primeiro capítulo, que algumas correntes, no campo teórico da comunicação, preferiram priorizar em seus estudos a estética popular em detrimento da estética política. Maffesoli garante que a sociologia precisa adequar-se, entregando-se a uma epistemologia do sensível, menos lógica, e que é preciso compreender o hedonismo das populações modernas¹⁰¹. O deus cristão é mesmo lógico e, como aponta Weber¹⁰², o ponto de evolução de uma tradição religiosa se dá pelo seu teor de racionalização. Diante disso, será falso afirmar que logos contraria deus.

O problema está na política. Não se deve querer transtorná-la com reduções da capacidade intelectual de seus participantes. Ou se deve? Listei uma série de casos, na parte empírica deste trabalho, que desestimulariam a idéia de um florescer da política. E também houve o contrário. O problema, eu diria, no caso do Conselho do Leitor de Zero Hora, é o controle sobre este instrumento. Quem quer gozar do privilégio de aplicar ali seus preceitos? O logos?

O logos dá a razão. Viajamos, no primeiro capítulo, com Hannah Arendt: somos filhos desta razão grega. Por acaso não há, nela, uma espécie de *oikos* (casa) para o espírito? Os traços essenciais do animal político nasceram aí, verdadeiros mitos da convivência. Não mais selvagens, porém homens.

Passar estágios históricos em branco é algo que não se deve fazer. O mito do logos em Édipo não nos livra da estética¹⁰³. É quase como se o mito rezasse: morrer é belo. Habermas liga estas duas pontas: o amor da casa socorre o indivíduo burguês. É o amor da casa, e não de deus, que socorre. Aí está um novo fundamento que poderá durar, não se sabe, milênios.

Édipo corta os olhos. Este é o mito, que viaja por séculos. O “cego-cego”, aquele que de fato não vê de modo algum, é o que *gosta de ver*, porque transpira sua visão própria, impregnando-a no objeto. É esse o tipo de cego que mais teme a morte. Desse modo, o querer, fugindo da morte, nos projeta sobre o conhecimento. Por isso há uma mística em torno dos poetas cegos - o próprio caso de Homero - ou dos profetas que contatam oráculos,

¹⁰¹ MAFFESOLI, Michel. *Elogio da razão sensível*. Petrópolis : Vozes, 1998.

¹⁰² WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo : Pioneira, 1996.

¹⁰³ ROCHA, Everardo P. G. *O que é mito*. São Paulo : Brasiliense, 1986.

como Tirésias, que, no *Edipo Rei*, de Sófocles¹⁰⁴, vê a tragédia previamente. São visionários, na melhor acepção do termo. O resultado do que recolhem, como conhecimento, ilumina passado e futuro. São cegos habituados à escuridão de si mesmos. Não vêem o que querem, projetando-se no que conhecem, mas o que é indicado pelo mistério. Aqui, a noite é metáfora do obscuro e da irracionalidade, e não entra em choque com a claridade da razão.

O lar burguês não é privativo, mas atravessado pela sociedade. É isso que diz Habermas. Ah, conspurcado lar. Foi-se embora o indivíduo. Livros, muitos livros. Há um legado que chega à modernidade. Queremos habitar livros. De certo modo, com isso teríamos o espírito do filósofo a nos habitar? Para que tantos livros? Livros de história tiram-nos da solidão. Ler, ler, ler. Ler e comentar. Que febre é essa, dos *posts*, na internet? A amigabilidade da interface digital avisa, e pede, solicita: leia e comente (“enviar comentário”). Pode-se ainda encaminhar mais uma apreciação do texto lido (“enviar para um amigo”). Vemos isso com nossos olhos, todos os dias, na internet.

Quantos minutos para um café? Habermas nos faz recordar que a difusão de bebidas como o café e o chocolate na Europa estimulou uma convivialidade, por certo burguesa, de compartilhar leituras. Os cafés são literários. No aconchego do lar, preparam-se os textos. O café é para discutir, mesmo que ali também ocorram recitações de obras completas. Ó público, ergue-te. Aplauda quem quer. Ou melhor, aplaudo porque quero. Ou seja, o público é livre e pode reivindicar autoridade.

O ideal olímpico fez, de alguns homens gregos (Sócrates, Platão, Aristóteles), deuses. O foram na medida em que saborearam a imortalidade tão pretendida por eles próprios. Figuras anteriores à Cristo. Não se deve, dizem as teologias cristãs, atingir a imortalidade a não ser pelo conhecimento da morte¹⁰⁵. O grego fortalece-se na agonística. Heróis sem rivais perdem o sentido do seu próprio heroísmo¹⁰⁶. Habermas lamenta o fim desta agonística no espaço público burguês. A pureza pretendida pelo sábio não chega, no

¹⁰⁴ SÓFOCLES. *Edipo Rei*. São Paulo : América do Sul, 1988.

¹⁰⁵ JUNG, Carl Gustav. *O símbolo da transformação na missa*. Petrópolis : Vozes, 1979.

¹⁰⁶ BITTENCOURT, Renato Nunes. *O sentido da agonística para a vida ou a disputa de Nietzsche*. Morpheus, Revista Eletrônica em Ciências Humanas - Conhecimento e Sociedade. Acessado em dezembro de 2006.

caso da régia inspiração grega, antes da velhice. Os meninos são para o sexo. Um conselho de anciãos funcionaria melhor, no caso de Zero Hora, do que um conselho de amadores (no sentido de leitores-conselheiros pouco experientes)?

Pisei na “alma” do Conselho do Leitor de ZH? Que questões se colocaram? A principal foi a de que houve, ali, uma briga. Não se apartam cabeças do corpo: o poder do verbo é dirigir a briga. Animal é o resto. Eu sou humano porque as brigas se deslocam para o plano literário. Dispor de corpos é bárbaro.

No espaço público grego comparece o liberto. O cidadão livre assim o é, livre, porque não pertence a uma condição de escravatura como a das mulheres, crianças e escravos *stricto sensu*. Além disso, livrou-se de seu próprio martírio impetrado pela imperiosidade do despotismo no reino do lar. As palavras libertam. Boas palavras, para os gregos, não significam raciocínio perfeito, nem será esse o melhor argumento. A noção de agonística, expressada na Grécia, teria se alterado? O melhor argumento, na *polis*, nos lembra Hannah Arendt, era evitar de se cometer a violência. A epopéia grega, relatada por Homero, desenha e harmoniza as lutas, confere-lhes uma dimensão estética. A luta é bela. O perecer pode também sê-lo, desde que se faça com bravura. A agonística não permite o extermínio do adversário. O adversário constitui o herói (do mesmo modo que o *eu* providencia um espelho no *outro* para constituir-se). Este princípio logo estabelece uma dominância ética. É preciso bem querer o oponente, pois será somente sua derrota que fará minha glória. Seu extermínio completo, diferente da derrota na batalha ocasional, findaria com a possibilidade de que continuássemos nos enfrentando, e não haveria mais, portanto, inimigo com que se fundar o heroísmo.

Os movimentos pendulares se repetem. Serão bonitas as guerras. Trazer a Grécia é trazer mitos. Os anos douram a história. Mitos grandiosos, oniscientes. A ciência, neste momento, cultiva para o futuro histórias em torno de sua gênese, uma cosmogonia própria. O padrão recorrente das cosmogonias, segundo Eliade¹⁰⁷, é receberem seus aportes de entes sobrenaturais. O cosmogônico, do mesmo modo que as guerras, também deve ter a função de encantar. Há uma dimensão estética que se destaca, assim como numa luta que se transforma em dança. É como se se dissesse: a vida não é real, ou melhor, ela é real, mas é preciso narrá-la com floreios. Fazem-se ritos, celebrações.

¹⁰⁷ ELIADE, Mircea. *Mito e realidade*. São Paulo : Perspectiva, 1972.

Habermas diz isso em relação às normas e princípios que sustentam o espaço público burguês. A paridade de seus participantes, independente das diferenças (sociais, econômicas) deveria vigorar como princípio, mesmo que nunca tenham ocorrido condições objetivas que tal vigência. O espírito é que vale, ou a admiração deste espírito. Neste sentido, tripudiar sobre as pretensões de objetividade do jornalismo é retirar-lhe o espírito e a própria possibilidade de concretização real do que se pretende.

O pêndulo cumpre sua rota. A teoria da comunicação avança. Há grandes olhos sobre o fenômeno da comunicação de massas: a própria ciência. A sociedade se constitui sozinha, não precisa de ninguém que a acompanhe. Mesmo com um mínimo de reflexividade (ou nenhuma, o que é virtualmente impossível) a sociedade caminha, movimenta-se, nem que seja para a beira de um abismo. É preciso saber olhar grandes processos e entender como eles estão embutidos no momento presente, em que se define o por vir. O “cego-cego” é aquele, como já dissemos, que enxerga o que quer. O futuro só pode ser imaginado. O cego mítico efetivo, próximo do sábio, é o que vê mais longe porque nega seus desejos. O longo percurso da ciência ainda não a tornou deste último tipo de cego, e talvez nunca a torne.

A comunicação de massas era o quê? Vinha já de um projeto e de uma luta histórica. É óbvio que não há imanência, que ela não assim formou-se porque Deus quis. O destino é livre e a comunicação social contemporânea é, portanto, fruto de escolhas. O burguês triunfou, e não se trata este de um destino inexorável. O burguês jamais desejará sua própria morte, nem se entregará pacificamente. Os povos vibraram com a derrocada do comunismo - ou, pelo menos, se deve reconhecer que há uma grande ideologia vencedora. As ideologias só podem ser essencialmente dominativas. Contudo, o espírito olímpico permanece e ele prefigura toda modernidade, seja por um viés liberal ou marxista. Os olhos da deusa lembram-nos a promessa do bem.

Reiteradas vezes houve a disputa paradigmática da anúncio marxista do bem contra seu correspondente liberal. Teria sido isso uma infância dos homens sábios que pensam a comunicação? O fato é que o triunfo liberal, ou a derrocada marxista, não pode deixar de ser visto como um fato histórico. O que mais me impressiona, contudo, é o perigo de um pensamento único, com o qual talvez estejamos passando a nos defrontar.

As atividades de minha pesquisa questionaram-se a respeito de processos qualitativos: que pensar a respeito das intrusões do universo leigo nos sistemas jornalísticos de produção? Caberá aos leitores afrontar estes processos. Braga fala, também, nestes casos, de uma agonística, poder supremo da palavra sobre a violência. As instituições sociais são impregnadas da necessidade de coesão social. Aqui fica o enigma que pinçamos de McQuail, no capítulo 1. Conforme este autor, se se avalia a mídia conforme sua força de integração ou de desintegração social, tem-se que os meios podem ser mais ou menos centrípetos (integradores) ou centrífugos (desintegradores). Advém ainda dessa classificação mais quatro subdivisões, já que se pode avaliar de modo tanto positivo como negativo uma e outra força. O problema é que justamente não podemos querer negar estas relativizações. Ora, todas elas seriam passíveis de ocorrência: integrar pode ser bom ou ruim; desintegrar, idem. Contudo, como ficar ao sabor das relativizações enfrentando, simultaneamente, a premência natural do tempo, o urgir da história? Em outras palavras, a realidade reclama ação, que implica a necessidade de serem feitas escolhas, que, por sua vez, sempre conduzirão ao estabelecimento de hegemonias. Sem pares antagônicos, a história definha, ou melhor, ha verá sempre mais do mesmo.

São brutais as transformações sociais das últimas décadas. O que a internet faz agora é acelerar ainda mais esse processo, para o bem ou para o mal. A vida continua, mas é preciso refletir a respeito. De que lado se está? Francamente, não sei. Eu não posso estar ao lado, contudo, de um pesadelo apocalíptico. Tampouco posso querer dourar a pílula das orientações ciberculturais que se regozijam de si mesmas. Como dizer sim ao conselho do leitor? Terá ele, contudo, potência de mais?

A mídia organizou-se historicamente. Ela é fruto de transformações radicais. Demorou-se algum tempo para se formular, cientificamente, a noção de que ela não é nem boa nem má, mas fruto de uma adequação civilizatória: engendra a cultura. Como a história engendra-se a si mesma pela cultura, tem-se que a mídia passa a engendrar a história. Mas, afinal, a sociedade midiaticizou-se? O problema estaria em saber em que medida? Ou o problema estaria em saber como reorganizar a vida social com maior ou menor interferência da mídia? Trata-se de um exercício de futurologia.

As instituições sociais organizam-se em busca de coerência social. Que as partes do todo se reconheçam. Como realçar a existência de uma instituição de leitores? Braga faz o

desenho de uma hipótese prospectiva: haverá um sistema de resposta social? Será preciso ir buscar evidências. Este autor confessa que quis ver a existência de sistema já na existência de dispositivos críticos. Seria então um sistema crítico-interpretativo. O que faz Braga? Descobre que seu pensamento era desejanste: queria ver comportamento de sistema em algo que não se resolvia numa unidade sistêmica. O problema é saber se as partes que constituem o todo se solidarizam entre si e a partir de que parâmetros.

Os parâmetros estão nas processualidades, concluiu Braga, naquilo que se faz, a partir de determinadas orientações culturais - na interação social. Os dispositivos, assim, tornam-se comparáveis. Ombudsman e Conselho do Leitor, de acordo com estes parâmetros, que enunciamos no capítulo 3, assumem significados específicos um perante o outro.

Queremos a partir de agora explorar tal aproximação. Relembramos os parâmetros de Braga: 1) ponto de vista e relação entre crítica e objeto criticado; 2) objetivos e motivações; 3) interlocução e âmbitos de circulação. A aproximação que iremos fazer se orientará por eles, de modo a gerar alguma unidade, mesmo que de modo ainda incipiente. Neste movimento, atuarão também o conjunto dos aportes constantes em meu referencial teórico. Antes, contudo, passo a mais uma pequena consideração.

O futuro está condicionado, em parte, por escolhas, por recortes de objetos. Parâmetros de avaliação definem o objeto, modelando seu próprio por vir. Com isso, escolhas atuais, que decorrem do passado, tendem a ser muito importantes. Os olhos cegos, que não misturam saber e desejo, são os de maior alcance, conseguem ver o além. O que tentei expressar, nas páginas anteriores, é que a morte e a dor são metáforas para a compreensão do significado do melhor conhecimento. A dor não nos projeta sobre o objeto tanto quanto o desejo. Contudo, a condição de elaboração do conhecimento se dá pela diferença, o que significa dizer, na luta. Isso, por si só, deveria mover o sujeito conhecedor, que saberia então da seguinte contradição fundamental: há morte na vida e vida na morte, há acerto no erro e erro no acerto.

Parâmetros de análise, assim, cumprem uma dramaticidade histórica: morrem e matam; brigam e definem deste modo o futuro com base em escolhas retiradas das experiências anteriores. Significa tudo isso que, ao terminar a comparação que proporei, entre ombudsman e Conselho do Leitor, estarei definindo, ao menos no âmbito da minha

enunciação, e no seu raio de alcance, as prévias condições simbólicas para estes mecanismos se constituírem no futuro. Haveria beleza na guerra? Eu diria ainda: é lindo o conhecimento.

Haveria um querer crítico diferenciado entre os dois dispositivos, ombudsman e Conselho do Leitor, na relação de um com o outro? Não totalmente, eu digo, na medida em que ambos buscam melhorar o jornal a partir de dentro do próprio jornal. O problema é que o ombudsman olha o jornal de dentro, mas tendo em vista a colaboração dos leitores. Seria aquilo que Bertrand chama de MAS¹⁰⁸ cooperativo, pois une o trabalho crítico de jornalistas e leitores. O mesmo se pode dizer do conselho de leitores. A perspectiva é de um trabalho conjunto. O que querem os leitores? O ombudsman acaba se diferenciando de um jornalista comum. Ele, de certo modo, é um “amigo” dos leitores, no sentido de que deverá quebrar a face pouco amigável do jornal frente a esta categoria extremamente difusa, a dos leitores. O ombudsman, ao mesmo tempo, *não é* amigo da imprensa. Por quê? Devido ao estranhamento necessariamente provocado para que o teor de sua fala seja crítico.

Braga enfatiza a similaridade entre ombudsman e imprensa, dentro das noções de contigüidade e tensionamento, definidas pelo autor, que pré-dispõem os parâmetros descritos no capítulo 3 - mais diretamente os parâmetros relativos a “ponto de vista e relação entre crítica e objeto criticado” e “objetivos e motivações”. Há uma “continuidade básica” entre ombudsman e jornal, conforme Braga, pelo fato de que a noção de contigüidade remete a uma inscrição social do ombudsman, ou seja, do crítico, que é a mesma do jornal (objeto da crítica).

Tal inscrição social corresponde ao próprio jornalismo. Tratar-se-ia, então, basicamente, de uma crítica entre pares. Com esta similaridade, a tensão, que só pode ser fruto de uma diferença, se estabeleceria em função do “objetivo expresso” do ombudsman de colocar-se como avaliador de seus iguais, os jornalistas. “Embora valores consensuais da

¹⁰⁸ *Media Accountability Systems*

profissão se ponham, no nível geral, como elemento articulador entre julgador e julgados, é a própria diferença de posições que tende a gerar distância no âmbito específico” (Braga, 2006, p. 102).

O que fiz logo acima, antes de reproduzir esta conclusão de Braga, foi enfatizar o oposto. Minha idéia é de que as duas posições são viáveis e não temem a verdade dos fatos. Dentro da perspectiva pela semelhança, ainda acrescento ao que Braga diz uma nova consideração: O jornal possui o espírito do ombudsman em si, mesmo que de modo pouco positivado, através da sua disposição prévia para a autocrítica. Aqui, convém lembrarmos Fidalgo, que tanto em sua entrevista como na referência de literatura que consultamos, afirma que o ombudsman apenas surge em meios noticiosos onde já ocorre uma disposição ética prévia, centrada em uma intenção de evolução qualitativa do desempenho da função pública da imprensa. O ombudsman, por sua vez, quer ser a consciência do jornal, uma espécie de superego. O jornal e ombudsman, deste modo, possuem reflexos de si um no outro.

O olhar do ombudsman é um olhar do jornal sobre si próprio. É, efetivamente, vigiar e punir, se formos descarregar estes termos de um sentido vinculado à falta de liberdade e, portanto, à degradação do humano. O jornalista elabora-se, em sua identidade e dever, diante do olho severo que sempre o acompanha. O olhar do ombudsman, no entanto, e mais do que tudo, é um olhar que busca fazer o próprio jornalista olhar para si mesmo. Poderá ser esta a potencial atribuição do ouvidor de imprensa.

Figuras através das quais compreender o ombudsman. Uma delas, Deus, onisciente, sabe de tudo, perscruta até o ultimo recôndito. Será este o olhar do ombudsman? Deus é dos domínios do sagrado. Como corresponde à noção da origem, do cosmogônico, confunde-se não só com o desatino mas também com o acerto. O sagrado é logo descartado como referência e isso fica perfeitamente visível na literatura, quando rejeita-se o ombudsman como o grande centro definidor da verdade.

Quem será, por sua vez, o “pai” dos jornalistas, no sentido de lhes arranjar referências para um mais reto proceder? Serão os infatigáveis protagonistas de *Watergate*? Traquina lembra que Bob Woodward e Carl Bernstein atualizam o mito segundo o qual os jornalistas serão grandes servidores da democracia. O ombudsman é um solitário, salienta

Restrepo, um *go between*, afirma Mario Mesquita (destinado a nunca agradar totalmente nenhuma parte, seja leitor, seja jornalista).

Em Portugal, o instituto da provedoria cresce. Olhando para os casos portugueses, vi que diferem no modo de proceder. Mas há uma importante referência: Mário Mesquita, o primeiro dos provedores portugueses, tendo inaugurado a função. Meu co-orientador, João Carlos Correia, não esconde sua admiração. Diz de Mário Mesquita que “é o maior jornalista português vivo”. Simbolicamente, ocupa um trono. A quem os jornalistas de ZH cultuam? O problema está na relação referencial-identitária. Quem nos dá oriente para que sejamos, no caso, jornalistas.

A liberdade de imprensa é um instituto “olímpico”. Lá estão os deuses remotos desde sempre, a quem referenciar-se. Lembro de um professor de jornalismo, com quem aprendi a vincular-me afetivamente à profissão. O encanto produzido foi tão grande que levei anos para romper com o desejo de passar o resto dos meus dias numa redação. Sirotsky, aos ouvidos de uma parcela dos jornalistas gaúchos, é um nome que não se solidarizaria perfeitamente em relação a ideais como liberdade de expressão. Não haveria, então, como venerá-lo: seriam sucessões de episódios a demonstrar seu comprometimento político-econômico. Um conselheiro que entrevisto emite um chavão neste sentido: os jornalistas de ZH são munidos, sim, da intenção da independência; mas não se pode dizer o mesmo das intenções da empresa RBS.

Similaridades. Ombudsman e jornal estão imbricados. Aquilo que diz Braga - que há uma “continuidade básica” entre ambos - pode significar, metaforicamente, que jornalista e ombudsman rezam para os mesmos deuses. Tanto é que referenciam-se, para balizar sua discussão, a padrões consagrados do ofício. As práticas, contudo, evoluem. Não pode ser diferente, em qualquer sociedade. Práticas vinculam-se a princípios, território do abstrato e, portanto, do incerto. Interpretar padrões, diz Braga, fazê-los emergir em seu verdadeiro significado e ensinar a compreendê-los, é um dos movimentos essenciais da crítica do ombudsman. Sabem os homens que serão fracos? A terra é um desafio aos céus. Os padrões muitas vezes remotos que o ombudsman enverga pertencem a este “olímpico”. Seguí-los não será tão simples. Sim, disse Habermas, os princípios reguladores do espaço público burguês nunca chegaram a se consubstanciar, virar realidade efetiva. Somente

permaneceram no campo do ideal. Contudo, é com base no ideal que a sociedade obrigatoriamente reproduz-se.

Viver a vida em livros. Como reformular os livros? Ser ombudsman é reviver livros, as teorias da escola. Alberto Dines, importante referencial do profissionalismo jornalístico no Brasil, é deus? O quanto sabe este homem? Guarda a consciência moral do jornalismo brasileiro? Porque muitos reverenciam Dines? É que ele conseguiria redimir a alma dos jornalistas brasileiros. Não é a Princesa Isabel, mas Zumbi. Nele está a verdadeira liberdade, a que aspira a imprensa, e não em um tipo de prócere como Roberto Marinho - pelo fato de que Marinho representa não o contrapoder, mas sim o poder. Não se pode querer jornalistas subalternos. Desse modo, os grandes próceres do profissionalismo jornalístico são, acima de tudo, independentes. Constroem um lustro em torno de si, para que brilhem de fato, e virem referências algo sacralizadas. Adorar pode não ser moderno. Contudo, a superação do culto não elimina o problema da referência.

Leitores, sois quem? É lógico que faltam referências. O problema do leitor no ombudsman é diverso em relação ao Conselho do Leitor. O leitor é “amigo” do ombudsman? Ora, o ombudsman nada mais é que face amigável. “Entre, leitor.” A existência do ombudsman simboliza esta frase. Aqui, fico tentado a considerar que o postulado assumido por Braga, de que existe uma “continuidade básica” entre jornal e ombudsman, pode e talvez deva ser relativizado. Nunca esta afirmação deixará de ser verdade. Mas ocorre a transmutação, eu diria, do jornalista em, de fato, um *representante*, ou *defensor*, ou *provedor*, do leitor. O jornalista como que funda uma nova casa, ou um novo solo para discussão das verdades. O lado do leitor é efetivamente trazido para dentro do jornal. A contigüidade, portanto, entre jornal e leitores, no caso do ombudsman, também pode ser determinante das tensões geradas. Ou não? A resposta, na verdade, se encontraria no plano abstrato da definição das identidades.

Permitam-me uma, literalmente, licença poética: ah, mar português, a angústia de teus abismos! O mar em Fernando Pessoa certamente é uma metáfora do conhecimento. Abrir o mar é deslocar-se de casa, arriscando-se à sorte dos ventos. Ora, chegar a qualquer lugar antes desconhecido já é uma aventura. Como diz o poeta, o choro representará a

morte dos que não voltaram¹⁰⁹. Neste sentido, ser ombudsman é saber bem pouco do futuro. Não nos parece restar dúvidas quanto ao fato de que, ainda valendo-se da metáfora marítima, há uma vontade de direcionamento do leme, a mesma que funda os ideais modernos de um universo de saberes constituídos de modo laico. Há um desejo de atendimento das necessidades do povo que, enquanto povo, representa a soberania de todos. O saber é laico porque prescinde do iniciado enquanto autoridade a se manter intocada. Tudo é criticável. O povo, contudo, precisa de mediadores.

Habermas fala no gosto livre. Qualquer um pode reivindicar competência, no público, para avaliar as artes. Não é o fim do iniciado, mas sua submissão à possibilidade de haver desagrado em relação aos resultados de seu ofício especializado. Cumpre ao povo, no entanto – e isso é contraditório – escolar-se minimamente. O querer da imprensa, a propósito, dá-se neste sentido: é preciso fiscalizar. Surge então a imagem dos reinos profanados. Os iniciados da atualidade são os especialistas que, no lugar da antiga ordenação em nome do divino, recebem o diploma universitário. As escolas derramam seus formados sobre a sociedade. Quebram-se, contudo, hegemonias. Os jornalistas são fiscais do povo, severa presença sobre os poderes constituídos. Porque esta é a ordem da lei cultural em vigência, a ordem anti-aristocrática. Haverá apenas um rei, o povo.

A imprensa carrega, desse modo, seus canhões de luz: há que se temê-la. Profanar um reino do saber é sua função mesma. O resultado são traduções generalistas. O povo quer saber. É o novo déspota. A mídia, contudo, ainda pouco mediatiza-se. Portugal me chamou a atenção pela existência, nos jornais, de sessões fixas sobre comunicação social. Lá, a mídia mediatiza-se mais.

O ombudsman é do povo. O que pode o povo? Ora, ler diariamente as notícias exige equipamentos. Dinheiro, instrução, civismo. O povo é massa informe? Nele o indivíduo não se autonomiza? É o que diz Habermas. A noção habermasiana de esfera pública põe o problema de sua mudança estrutural, que se dá a um nível complexo, de interpenetração entre público e privado. A autonomia necessária para garantir cidadãos ativos e descompromissados passa a depender do Estado. Não há mais poder individual, que antes

¹⁰⁹ “Ó mar salgado, quanto do teu sal/ São lágrimas de Portugal!// Por te cruzarmos, quantas mães choraram,/ Quantos filhos em vão rezaram!// Quantas noivas ficaram por casar/Para que fosses nosso, ó mar!”. PESSOA, Fernando. *Mensagem*. São Paulo : Martin Claret, 1998.

igualava as presenças no público. Ler jornal seria um ato inconseqüente, como diz Habermas. O politicamente ativo, próprio do cidadão, quer gerar resultados, em nome de um bem-comum. A mídia fornece estratos de saber. O que se vê, na verdade, é uma multiplicidade de oferta. O público não é uno. Ao mesmo tempo, é impensável a sociedade sem diferenciações. Não existe, tampouco, o espaço público nestas condições.

O livro em aberto que é a sociedade moderna velará a morte do cidadão? Parâmetros culturais são difundidos pela mídia na medida em que o saber mediatiza-se. Falamos antes numa ritualização dos modos de saber. Uma sociedade de conhecimento seria, antes de qualquer coisa, uma sociedade de partilhas. O antigo rito católico de distribuir a verdade reclamava a existência de um mistério, a própria morte. O corpo do deus morto era então ofertado como modo de compreensão da condição humana (vida e morte estariam assim mais inextricavelmente ligadas). A *polis* grega foi a mais profunda de que se teve notícia, diz Hannah Arendt. Fazia uma busca realmente transcendente pela liberdade. Porém, erigiu-se sobre uma condição de matança escravista - a violência retida no lar. O progresso burguês encurralou a morte, especialmente através da própria ciência, na expectativa de liberar a vida plena. O lado consumista de nossas sociedades livra antigos escravos, no sentido de incorporar uma massa de trabalhadores ainda não completamente autônomos. Este é o processo de libertação gerado pela sociedade industrial.

O rito da escolarização é um modo moderno de distribuir a verdade, como faz um padre ao distribuir hóstias na missa. O comungar se dá pelo verbo e não na compreensão do mistério que a fé e a teologia cristãs afirmam estar contidos na morte e no sacrifício do corpo. O crescimento industrial distribui pão, para regozijo do corpo. Os elementos da cultura alimentam a nova subjetividade. Apesar de se ter previsto a possibilidade de um futuro abonador (a utopia radical moderna), os ventos da história podem desvirtuar rumos.

O ombudsman procede a uma auto-imolação da imprensa. Há uma lógica de confessorário. A consciência individual é a última instância do privado. Nesse nível, o sujeito que errou pode ficar recluso, no sentido de recôndito. Quem mais saberá de seu erro? O povo é tirano porque tudo precisa saber. A sociedade industrial distribui. Sua lógica é distributiva, apesar de também acumulativa. Nem tudo se pode saber. Há uma fúria do logos, por uma absoluta necessidade de controle. O erro é negado, com base em uma

reedição do mito paradisíaco, agora terreno. Na verdade, a auto-imolação da imprensa representaria sua renovação por meio de sua própria morte simbólica, contida na crítica.

O leitor será que tipo de categoria? O leitor ao ombudsman recorre. Receber é importante. Há que se ter paciência, compreensão e critérios. Sim, não há como discordar que os parâmetros de avaliação das queixas são consagrados, são os próprios padrões jornalísticos e, neste sentido, há uma contigüidade básica do ouvidor com os jornalistas. Mas ocorre, antes, uma razão de existir para o ombudsman que é antes mesmo até do leitor, o vínculo coma a noção de des-aristocratização, de vencimento do despótico.

Das entrevistas que realizei com os provedores do leitor em Portugal, uma delas foi especialmente esclarecedora, a de Joaquim Fidalgo. Conta-me ele que foi um dos fundadores do jornal Público, surgido em Lisboa em 1990, estabelecendo concorrência ao tradicional Diário de Notícias. O Público era uma experiência nova na imprensa portuguesa, por ser dirigido por um grupo de jornalistas, que montaram a empresa, financiados por um empresário. Havia então uma dupla des-absolutização. Primeira, estabelecer concorrência a um jornal diário que ocupava sozinho esta faixa do mercado editorial. Segunda, entronar numa empresa jornalística não o capital, mas jornalistas.

Há que se prezar essa figura fundada no seio da modernidade, tão característica do espaço público: o jornalista. Teríamos então chegado ao fulcro da questão. Um poder de des-absolutização pode levar séculos para se consolidar. É neste sentido que se devem priorizar, em nossa escala de atenção, os meios pelos quais o sonho de autonomia reproduz-se. O espaço público tecnocratizado seria um desvirtuamento de um desejo inicial?

Os livros, os libertos. O verbo liberta ou aprisiona? O verbo é ambíguo: liberta e aprisiona ao mesmo tempo. O certo pode virar erro e a luz, escuridão. Verdades mentem. A ilusão gerada pelo eurocentrismo teria tido o poder de demonstra tal ambigüidade. O surgimento de um *novo outro* logo nos ressignifica. Há um livro em aberto.

Fazer jornalismo considerando um leitor mais empírico, menos abstrato, terá o poder de redirecionar códigos jornalísticos? O livro escreve-se por razões várias, mas comandado por um desejo de desenhar melhor o caminho a ser seguido. Há não apenas um leitor, não apenas um jornalismo. Mas, sobretudo, há um devir jornalístico, por se escrever. O raso no jornalismo, no sentido do seu nível pouco profundo de qualidade de conhecimento, será uma condição imutável? O raso é uma contingência?

O capítulo que elaboramos sobre o trabalho jornalístico traça algumas linhas de entendimento sobre o assunto. Parece-me, ao rever o capítulo, que o foco analítico sobre a organização do trabalho expõe o problema de uma materialidade. A tarefa do jornalismo, poderia-se dizer, é desencantar o real. O espaço público moderno recebe esta incumbência. Porém, ajeita o real valendo-se de fórmulas narrativas orientadas pela necessidade de causar uma ilusão quanto às possibilidades que tem de ser o grande olho do mundo, o que tudo vê. Ambíguo isso, tal qual a ilusão da validade total do sujeito perante o outro. Os jornais são câmeras de reproduzir a realidade do mundo. O problema é que todo saber funciona desta forma. Os códigos do profissionalismo jornalístico são abstratos, mas podem refletir o concreto. Eles especialmente o fariam, creio, através do desejo de moralização. É o devir, no sentido de um querer moralizante. A ideologia enquanto ilusão necessária para reprodução social tem este aspecto. Que mentira é essa que o jornalismo conta para si mesmo? O devir é impossível de prever. Ele só pode ser orientado previamente. O lapso entre a previsão e o acontecimento futuro revela o erro. Tempo e sortilégio são dimensões muito íntimas, neste sentido. O novo é a morte do velho. As fronteiras entre fim e começo tornam-se indiscerníveis. O moderno, no fundo, não quer a renovação constante, porque isso seria sua própria morte. O resultado de tal situação é o retorno constante ao passado, o que assume um sentido de revisão do erro. O passado revela o futuro.

O lado oculto do leitor, livro em aberto. Quem foram os leitores do passado? Marocco, em um texto que a autora reconhece ser um esforço inicial, busca figuras dispersas de leitores, algumas desencavadas do passado. A autora me diz, pessoalmente, em um seminário onde apresentava pela primeira vez o texto a que estamos nos referindo, que sua elaboração fora provocada a partir do contato com meu objeto de pesquisa, o Conselho do Leitor de ZH¹¹⁰. Quem são estas figuras dispersas do leitor? Conforme a autora, elas aparecem em

um conjunto de idéias heterogêneas sobre a sua concepção (a do leitor) no seio dos jornais modernos como um “homem comum”; ou como uma imagem na mente dos jornalistas contemporâneos de “garota imaginária de doze anos”; fragmentos de textos jornalísticos que apresentam o leitor no século XIX como um elemento auxiliar no relato no espaço da notícia; e algumas evidências de que desse leitor

¹¹⁰ A autora integrou a banca de qualificação, em 31/03/05.

parece emergir um século depois em novas versões, na seção de cartas, a figura arcaica do “home m comum”.¹¹¹

Leitores dispersos, diz Marocco. A figura arcana vem do passado e pode iluminar, conforme a autora a presença “do leitor em novos espaços do jornal contemporâneo, dar uma dimensão histórica ao jogo retórico que apresenta essa figura nos chamados Conselhos do Leitor, ou nas colunas de ombudsman e similares, como um representante dos leitores em geral, que ganha voz ativa nos processos de produção jornalísticos”.

Os leitores de jornal são uma contingência moderna e, sem dúvida, representam um processo de acumulação histórica de significados. A grande massa que o público incorpora com o advento da *penny press* traz o antigo servo, o ex-escravo, agora proletário, para a condição de cidadão livre. O sentido grego de democracia comparece, algo transfigurado. O livro que antecipa a existência de um leitor participativo neste momento está sendo apenas esboçado. O livro acerca de um antigo leitor será sempre discricionário, vítima de um desejo de futuro. Por isso, o logos será sempre vítima da necessidade de reprodução, que corresponderá sempre, por sua vez, a tentativas de recuperação dos erros do passado.

O logos, em sua fome por acerto (leia-se, ciência, e também religião) é escravo de um desejo impulsionador: o recuo para mundos cada vez mais distantes do fim da morte bárbara, inumana. Neste sentido, se a vida se sustenta sobre a morte, a civilização deve buscar não contê-la (a morte), mas redimi-la, com mais vida, em um equilíbrio que se dará especialmente em um plano de geração racional e poetizadora, através da elaboração de novos mitos.

O livro em aberto assim condiciona os recortes que fazemos do passado. Por isso, os ritos de heroicização dos precursores. Os heróis, apesar de seus belos feitos, também incorriam em erro. A reta orientação moral, contudo (o herói é um desinteressado), o torna inimigo do erro. Perder, ao mesmo tempo, costuma ser um destino corriqueiro para os heróis, que desta forma se transformam em mártires. Lutar, entretanto, é o destino comum a todos os heroísmos. (colocar referência)

Vi os integrantes do Conselho do Leitor de Zero Hora perdendo. Vi seus medos, vi suas esperanças. A questão da narrativa da história destes leitores sempre me intrigou. Procurei

¹¹¹ MAROCCO, Beatriz. *Apontamentos sobre a presença do leitor no jornal*. Unirevista - Vol. 1, nº 3, julho de 2006. (<http://www.unirevista.unisinos.br>)

deixar o mais explícito possível, no capítulo de análise, que os leitores do grupo A, de diferentes modos, procuraram livrar-se de um discurso que seria impositivo sobre si próprios. O drama do projeto do livro revela esta situação. Há candência neste episódio, que domina os significados. Por que esse fato me marcou tanto? Estamos de volta ao problema: o sujeito que mente a si próprio para afastar o medo da morte.

Conselheiros, ouvi, como vocês, a verdade do conflito amargo, que se resolveu de modo bastante unilateral. Só tenho uma explicação para a recusa do projeto do livro, do modo como se deu: o verdadeiro problema transcorre das tensões entre o jornal e seus mais ferozes antagonistas presentes nas fileiras da esquerda gaúcha. Não foi a reação do mediador, consensualmente considerada rude pelos conselheiros, um problema de violação de um acordo de sigilo em relação aos conteúdos do conselho.

Vi tudo. Vi e ouvi muita coisa. Os conselheiros queriam deixar uma memória de seu trabalho, forjada por suas próprias mãos. As motivações eram diversas, mas de uma variabilidade que não impediu a elaboração de um projeto em comum. Não me considero corajoso suficiente para tomar uma série de atitudes. Sei ver o que é fraqueza e ali identifiquei tanto falta de força quanto força bruta, ingênua.

O pano de fundo das disputas políticas foi o que mais me intrigou. Forçar a entrada em Zero Hora. O jornal abre “janelas” para o leitor. Janela é uma perspectiva: quem vê a janela de uma casa aberta pode ser um ladrão. É preciso não ter nada a perder para abrir-se à sociedade, ou é preciso considerar-se público? Em uma democracia desenvolvida haveria paz no diálogo, no sentido de que as soluções dos conflitos se dão no plano da discussão olímpica, ou seja, filosófica. Lembremos Hannah Arendt: o público era o local da não-violência, especialmente o discurso dirimia conflitos. O melhor argumento não era o mais perfeito, mas o que conseguisse evitar a violência. Ninguém ganhava, no sentido de que havia uma preservação da integridade do outro. Esses ideais ainda nos habitam, apesar de toda uma vontade de racionalização que parece desvirtuá-los. A razão prática direciona a ação solucionadora de problemas. Nisso, o *ethos* moderno é obrigatoriamente instrumental. O regime de soluções dos problemas em um jornal é também obrigatoriamente este. O poema bíblico remete-nos a esta situação:

Por isso vos digo: Não vos preocupeis de vossa vida com o que haveis de comer, nem de vosso corpo, com o que haveis de vestir. Não será a vida mais do que o

alimento e o corpo mais do que o vestido? Olhai as aves do céu: não semeiam nem colhem, nem guardam em celeiros, e no entanto, o Pai celeste as alimenta. E vós, não valeis muito mais do que elas? Quem de vós, com suas preocupações, pode aumentar a sua idade de um momento sequer? E com o vestido, por que vos preocupais? Olhai como crescem os lírios do campo: não trabalham nem fiam. E eu vos digo, que nem Salomão com toda sua glória se vestiu como um deles. Se Deus veste assim a erva do campo, que hoje cresce e amanhã será queimada, quanto mais a vós, homens de pouca fé! (Mateus, 6.19-34)

Há um apelo à nudez, ao abandono do corpo, ou seja, ao abandono da materialidade. O jornalismo é uma máquina, uma cada vez mais eficiente indústria de tecer o presente. A ordem de sua vigência jamais abandona a matéria. O “soldado” do exército jornalístico é o repórter, ninguém conhece como ele a luta de apuração e narração dos fatos contra o tempo. O consumo do jornal também é rápido. A notícia vai logo fora, para ser substituída por outra que vem atrás.

A beleza dos lírios, paradoxalmente, está em simplesmente ser. A obsessão católica era a vida no céu, pós-morte. O burguês sabe também que o humano não prescinde do imaterial, mas, para sustentá-lo, é preciso produzir. O público e o privado se misturam. Como o jornal traz isso em si? Pela força do mito do repórter idealista. Este é o abnegado, que encontra par no salvador cristão. A máquina, contudo, o atravessa. O próprio jornal transforma-se em montanha. Sísifo¹¹² rolava sua pedra eternamente até o ponto mais alto do monte. O mito significa atingir o local mais alto executando o próprio movimento de recomeçar infinitamente a busca pelo cume. Este movimento representa morrer diariamente, mas também, e sobretudo, renascer todos os dias.

Fiz uma opção teórica clara: o poder está descentralizado. O indivíduo orienta as decisões. O chefe na sala de redação pode ordenar a seu bel-prazer. O dono da empresa, também. Mas isto sempre será motivo de escândalo. Há o tabu da intervenção do *publisher* sobre a produção do jornal, como aponta Soloski. O tempo organiza a rotinas. O tempo consome as energias. A vitória do jornalista se dá sobre o tempo. vencer o tempo, como diz Schlesinger e ratifica Traquina, é seu desafio, sinal da competência profissional.

O espaço público de caráter jornalístico é uma arena peculiar. Nela, consomem-se forças da sociedade. Mantê-la funcionando é fundamental. Breed lembra que mesmo a imprensa falhando na consecução de seus mais altos ideais, o espaço público encontra-se

¹¹² BUZZI, Arcangelo. *Introdução ao pensar: o ser, o conhecimento, a linguagem*. Petrópolis : Vozes, 1997.

ativo, através do aspecto interminável, infatigável, que possui o trabalho jornalístico. Este labor constante, que tece infindavelmente o presente das sociedades contemporâneas, conforme a sugestão de Breed, não pode ser considerado “proeza pequena”. Mesmo com o avanço limitado em direção às melhores aspirações éticas, já há um ganho.

Os valores-notícia poderiam ser que tipo de categoria? De um lado, expressam a autonomia profissional. De outro, o que Wolf chama de “distorção involuntária”. Como quebrar a regra, ou melhor, para que quebrar a regra? A hipótese de distorção involuntária não culpabiliza ninguém. O que significa aceitá-la, politicamente falando? Significa transferir o problema para o conjunto da sociedade. O foco recai então sobre as práticas, que, apesar de serem práticas colocadas a serviço da sociedade, não são práticas desenvolvidas pelo conjunto da sociedade. A administração do espaço público, assim, requer colocar-se no lugar de todos. O problema, como muito bem expressou um dos diretores de ZH, é que a escala de valores na sociedade não é uniforme. O padrão representado por um valor-notícia quebra esta falta de uniformidade, garantindo assim um mínimo de estabilidade.

Valores-notícia são, ao que parece, muito mais até do que o resultado por pressões produtivas. Veja-se o caso das definições quanto à importância e interesse da notícia. O importante possui uma raiz cultural profunda, por exemplo, ao se valorizar a presença no noticiário de indivíduos de elite pertencentes à hierarquia governamental. É a própria raiz da concepção de que a imprensa fiscaliza os poderes que aí se encontra. Raízes profundas. O que falar então da preferência antiga, pré-moderna, pelo noticiamento de bizarrices e catástrofes, apontada por Traquina? O que os relatos de feitos heróicos, mais ou menos antigos, dizem ao jornalismo?

Por que não estudar a subjetividade do povo? O povo não fala histórias, mas sim as ouve. Narrar feitos era uma forma de gravar posteridade. O novo modo de comunicação humana (mediado pela plataforma tecnológica da internet) permite responder no ato à instância emanadora das mensagens, esta que acumula forças da ordem das institucionalidades.

O quão é difícil é remar sem condições de enfrentar o mar. Os esforços podem ser inúteis e mesmo desanimadores. Terá sido o caso dos conselheiros de ZH, que não conseguiram publicar o livro com suas impressões sobre o conselho? A comunicação

humana avança. O modo permitido pela internet provoca mudanças importantes. A vida organiza-se em torno de textos pelo fato de que o mundo humano é um mundo de significados. Que fazer com as horas de lazer (que já é predominantemente dedicada a internet)? O mundo do trabalho esgota. No entanto, é condição de autonomia. Um conselheiro de ZH calculou que rodava até 800 quilômetros em um mesmo dia para participar das reuniões do Conselho do Leitor, já que morava em uma cidade do interior do Estado.

Atividade voluntária era a do conselho. Heróis são raros. O mito é uma versão formal da realidade. Que mitos alimentamos? Os conselheiros não tiveram sorte. Foi audacioso querer publicar o livro? Não assisti à reunião do grupo que decidiu pela revelação do projeto a ZH. Um conselheiro que era a favor do sigilo relata que esta possibilidade somente lhe atraía como forma de saber como o jornal se posicionaria ante a proposta. A revelação demonstra que o mediador sentia-se gravemente ofendido.

A troca intensa de e-mails, acerca do projeto do livro, consome boa parte de seu próprio conteúdo em torno da seguinte questão: contar ou não contar para o jornal? O livro trairia a confiança que o jornal havia depositado nos conselheiros? O jornal, ao ser partícipe do projeto, liberaria seu conteúdo? Ir embora foi a reação de um dos conselheiros, diante do transcorrido. O que era o conselho? Um *focus group*? Parecia ser. Olhá-lo de longe causava esta impressão.

Um pesquisador que conheci, voltado para a temática do *media criticism*, revela-me em uma conversa que, olhando os conselhos de leitores dos jornais da RBS, por intermédio do modo mais provável, ou seja, as colunas dos conselhos publicadas em seus respectivos jornais, recolhera a impressão de que o funcionamento destes mecanismos de participação se orientaria pelo modo do *focus group*, e não pela idéia de um conselho de representantes de leitores. Braga, olhando analiticamente para as colunas do conselho de ZH, faz uma formulação idêntica: parece grupo focal (o que não é negativo, reforça o autor). Porém, frustra a idéia de uma atuação política de leitores. *Parece* representação política. Mas não é.

O conceito de conselho do leitor, no caso de Zero Hora, circula entre o público deste jornal. Braga fala em um mais curto alcance (na comparação com o ombudsman) do processo crítico gerado pelo dispositivo, uma vez que as colunas deixavam transparecer apenas, ou essencialmente, uma fala leiga sendo instruída por uma fala competente, em

meio ao recolhimento de impressões subjetivas dos leitores sobre o jornal. Se a coluna, desse modo, não contribui para constituir referência com que criticar a mídia (padrões de fala que possam ser usados nas interações sociais sobre a mídia), eu diria que ela pelo menos colabora para difundir a idéia de que é possível a representação da sociedade dentro de um jornal. O problema, contudo, é que esta idéia é passível de múltiplas interpretações. Que modelo de conselho do leitor queremos? Ora, os dispositivos encontram-se em construção. Braga define parâmetros para avaliá-los. O processo de geração dos dispositivos críticos só pode ser avaliado se se tomar em conta suas possibilidades de criação em meio a universos culturais específicos. Volta o problema: que geração de identidade poderá resultar em um conselho mais ativo? Do ponto de vista do público, carece-se de referências.

O verdadeiro libertador não nutre expectativas. Apenas deixa ser. O conselho de ZH não foi o que eu quis, no sentido de que não sensibilizou-me de acordo com os ideais olímpicos que adoto. Com que referências o monto? Com base numa idéia talvez tola de que a participação sempre irá revelar seu valor - uma espécie de radicalismo democrático. O jornalismo está e estará aberto para ouvir? Supus preliminarmente a idéia de que a não abertura implicaria autoritarismo, o que parece não ser verdade. O autoritarismo nada tem a ver com autoridade. Os padrões jornalísticos não são uma escolha. Isso é análogo à situação pela qual o indivíduo não escolhe os padrões culturais da sociedade em que vive. Contudo, tais padrões são passíveis de mudança. O ponto de vista usuário não possui ainda padrões de pensamento. Braga fala em contigüidades e tensões. Quem é o usuário? Sempre possuirá ele um ponto de vista. Usuário, ou “leitor”, são categorias bastante abstratas. O início de uma formulação acerca dos direitos de leitores só pode vir dos códigos deontológicos da profissão jornalística. Aí já se encontra a prescrição de parâmetros de relacionamento da imprensa com a sociedade.

O que me sensibiliza mais, contudo, no caso da temática da audição do leitor pelo jornal, é a ambição, e também a fragilidade institucional, no caso, dos leitores. Sem dúvida há necessidade de um ancoramento institucional. O problema é que o surgimento de uma nova instituição não é um fenômeno plenamente visível - e uma nova instituição, além disso, só legitima-se na medida em que responde a necessidades reais.

“Sistema de resposta”, na acepção de Braga: como estimulá-lo? O que faz o ombudsman ser seguido? O mecanismo do ombudsman granjeia respeito. As ouvidorias de imprensa se disseminam. Constituem uma referência importante quando se pensa em participação do leitor. Que diferença fazem em relação à noção de conselhos de leitores? A idéia que proponho diz respeito à sua consistência institucional. O ombudsman, institucionalmente falando, é robusto. O conselho, menos que isso.

O ombudsman já possui padrões com que disseminar-se, enquanto modelo. O centro emanador encontra-se concretizado em uma organização específica: a *Organization of News Ombudsman* (ONO). Descrevemos que a ONO, como diz Maia, apesar de manter uma “fluidez” no conceito de ouvidoria, mantém também uma certa rigidez com relação a determinados princípios, especialmente no que diz respeito à autonomia do ombudsman. Há um zelo pelo melhor modo de funcionamento do dispositivo, que transcende a performance individual de cada ombudsman.

Não encontramos nada parecido com isso no caso do Conselho do Leitor de Zero Hora. O ombudsman de um jornal, se associado à ONO, possui um vínculo extra-organizacional (em relação ao veículo em que atua) que recomenda e instrui quanto a padrões de funcionamento do dispositivo. O seu trabalho como que se integra a uma comunidade onde os membros, intercambiando experiências, conseguem refletir acerca do próprio fazer através de uma mútua e múltipla referencialidade. O ombudsman, assim, é acudido por um corpo já consolidado de conhecimentos. A variedade de perfis, conforme descrito no capítulo dedicado a este dispositivo, creio que não invalida tais afirmações. Os provedores portugueses que entrevistei me parece que confirmam o que estou dizendo. O perfil entre eles é diferenciado. Parte das diferenças, sem dúvida, é imputável a características que o provedor traz consigo (personalidade, formação). O ombudsman, afinal, é uma pessoa, e as marcas da pessoalidade ficam impressas no exercício da função. Há liberdade inclusive para assim agir. Contudo, a personalidade não extravasa um modelo básico mais abstrato. Ou, melhor dizendo, há uma referência estruturadora da identidade, a ONO, que funciona como elemento básico de coesão.

No caso do ombudsman, o “filho pródigo”, no sentido daquele que busca um novo modelo em que basear sua identidade, sabe a que “casa” retornar nos casos em que, rebelando-se contra a tirania do “pai”, resolve seguir seu próprio caminho. O livro do

ombudsman está sendo lentamente redigido à medida que a função vai sendo exercida. Notável, em Portugal, é o fato de que um bom número de provedores publica, após o período de permanência no cargo, livros contendo coletâneas das colunas produzidas durante seu mandato. Isso certamente faz circular referências de um modo bem mais intenso, em um círculo alargado compreendido por leitores, jornalistas e provedores (tanto provedores que se encontram, como os que se encontrarão, futuramente, no desempenho da função). Isto é, para usar os termos de Braga, alimentar a elaboração de “padrões de fala e apreciações”, que desse modo passam a circular na sociedade, alimentando e qualificando sua pretensão de criticar a mídia.

Quem escreve o livro do conselho? Esse é o problema. O projeto de publicação deste livro, e seus desdobramentos, me afetaram sensivelmente. Acho que o motivo estaria no ato de ruptura por mim testemunhado. É difícil esconder isto. O capítulo de análise e estas considerações finais tornam este afetar-se evidente. Assumo então frontalmente este fato - o de que me encontro afetado pelo episódio - por uma questão de objetividade científica. Ah, episódio do livro, um sujeito suspira por ti e pergunta: porque me dominas tanto?

Meu envolvimento com o conselho do leitor é mediado por uma vontade de sujeito. Tenho o desejo da participação por uma questão de vontade de realização ética. A realização da autonomia dos sujeitos *me encanta*, como discurso moderno que prevê dar a capacidade de emancipação cultural aos menos emancipados. O conselho de ZH chamou-me a atenção, ainda enquanto objeto desconhecido (antes que se começasse a pesquisa) exatamente por isso. Conselho de leitores, observado de longe, soa como radicalização democrática.

Acho que sempre fui um radical do conhecimento. E o problema do meu radicalismo, quando por um motivo ou outro exacerba-se, está em não admitir que o mundo da modernidade *não mora* na profundidade. Os contatos com as profundezes mitológicas na modernidade, para resumir a questão, se dão através de uma mediação mais burocratizada, mais mediada. Isso, sem dúvida, pode ser considerado um avanço, já que justamente esta burocracia livra-nos de fundamentalismos que podem tornar-nos inconvenientes. O vário, com isso, talvez passe a tomar conta de nosso inconsciente coletivo - as múltiplas identidades.

E, neste sentido, não acho que se deva instituir um único parâmetro para a avaliação da experiência do Conselho do Leitor. Este dispositivo, tal como foi posto em funcionamento em ZH, não pode ser visto apenas sob o jugo de suas potencialidades, aqui sempre frustradas, de democratização do espaço público, mas também por aquilo que identifiquei como sendo uma lógica instrumental, pela qual o jornal não está interessado em desfazer-se a si próprio, ou seja, em desconstruir-se radical e reflexivamente através das críticas dos leitores. Por esta lógica, o instrumental é anti-político, ou anti-dialogal, no sentido de que não se interessa, prioritariamente, em obter um reconhecimento mais profundo do outro. É verdade que ouvir leitores é considerar o outro. No entanto, a instrumentalidade aqui se encontra numa escuta conforme interesses próprios, que *não são os interesses do outro*.

O livro do conselho não “vingou”. Sua sombra, no entanto, paira sobre a reputação de ZH. Acredito piamente que o conselho de ZH não é uma farsa, com o objetivo apenas de beneficiar a imagem do jornal. O conselho consegue resultados importantes. Se não, vejamos:

- Introduz um conceito de vinculação ao leitor. Houve um momento em que este conceito expandiu-se pela redação, atingindo a quase totalidade dos cadernos. Isso é um meio de formalizar a entrada do leitor no jornal, livrando-o da perspectiva de encontrar um possível limbo se a chance de contato estivesse reduzida aos telefonemas ou e-mails isolados dirigidos à redação. Neste sentido, iguala-se ao ombudsman, que, pelo simples fato de existir, organiza, ou melhor, estrutura o próprio processo de aparição das críticas dos leitores, que antes ficariam mudas. Altera-se, efetivamente, o relacionamento entre as partes (leitor e jornal).

- O jornal obtém um tipo específico de *feedback*, objetivamente usado em melhorias no produto. Daí surge, mais especificamente, a noção do conselho que busca objetivos práticos, de mudanças ou melhorias imediatas. A análise de alguns exemplos, de situações concretas, demonstrou a pertinência de um sobre-acompanhamento da qualidade do produto, o direcionamento de um olhar externo apanhador de problemas ao nível do contato que se estabelece entre o usuário e uma camada mais superficial do produto. Há uma instrumentalidade de mexer com as mãos e ver com os olhos. Não se ativam conceitos ou

categorias abstratas porque os conselheiros, em princípio, não tem condições de encarnar estas categorias em si. Neste sentido, pode-se dizer que o conselho é mais prático que teórico. Esta camada prática, no entanto, não exclui as reflexões de efeito mais a longo prazo desencadeadas pela presença dos leitores na redação do jornal. Estas, conforme ficou demonstrado, também acontecem. Porém, de modo menos freqüente.

- O *alter*, o outro, é melhor desenhado, tanto na subjetividade do jornalista como na do leitor. O outro é uma busca constante e faz parte do processo de individuação. A relação com o outro também é a base da ética e prescreve atitudes de generosidade, um crer-se bom. Leitores e jornalistas de fato encontram-se e conseguem elaborar melhor as representações que possuem um do outro. O problema, contudo, talvez esteja na proporção desequilibrada. Poucos, no jornal, tem acesso à realidade dos conselheiros. Também se deve considerar que o leitor do conselho assume uma *fição* específica, em virtude das funções que desempenha. Ele já não será um simples leitor, mas alguém estereotipado conforme as expectativas e frustrações que em torno dele se organizam. A leitura que os leitores fazem dos jornalistas, por sua vez, poderá estar sendo mediada por este mesmo tipo de situação. O outro-jornalista, perante o leitor, talvez ao fundo não tenha tanto melhorado sua figura no caso dos leitores que acompanhamos em ZH. Para alguns leitores do grupo A, a imagem do jornal, ou dos jornalistas, enquanto categoria profissional, piorou.

O *alter*. Sonhar com o *alter* modificado e a nossos pés, rendido. O outro é sempre um choque. ZH é instrumental ao, de um modo auto-centrado, *não olhar para um potencial de realização própria do conselho*. Ao mesmo tempo, os conselheiros parecem implorar por isso. A vocação do conselho seria qual? Servir ao jornal? Se eu tendia a idealizar o conselho em suas funções democráticas, como venho deixando claro em várias passagens deste texto, fiquei mais convencido de que essa idealização é a que mais me convence ao me deparar com a proposição da existência, em Braga, de um sistema de resposta que, para funcionar a pleno depende não apenas da existência de dispositivos crítico-interpretativos, mas da *interação social*. O sistema social só existe enquanto sistema a partir das possibilidades interativas que os dispositivos de crítica geram. Por isso, diz Braga, assume importância o *âmbito de circulação* da crítica produzida pelos dispositivos. Circular é

expandir chances de alteração do estado das coisas, ainda mais quando se convida à reflexão.

Braga faz uma delimitação importante quando analisa o ombudsman e o conselho de ZH. Em ambos os casos, há uma circulação restrita da crítica proferida e uma circulação ampla. A primeira corresponde a um direcionamento interno, relativo à própria organização jornalística concreta. A segunda, a um público ampliado, que quer abranger o conjunto da sociedade.

Instrumento de crítica interna. A lógica instrumental do conselho de ZH condiciona esta vocação. Vocação é potencialidade. Crítica, eu não quero que sejas do conhecimento de todos. Diante do outro, e somente diante do outro, é que nos envergonhamos. O recato é uma função do público. O recato é o saber objetivo. A intimidade do lar, na lógica grega, diz Hannah Arendt, não libertava, mas reprimia o sujeito, que ficava condenado a entender-se sempre de acordo com a sua própria subjetividade. O recato, ao se adentrar na arena para exposição, limpa as saturações do eu. O jornal se desintoxica ao ter seu grupo, sempre pronto a criticar, de conselheiros, disse um dos mediadores das reuniões do Conselho do Leitor. O jornal quer sair de seu casulo, onde não há riscos, só proteção.

Ouvir é a peça mais árdua de uma conversação. É recolher-se. Como recolher a política editorial de ZH? O jornal vendo-se historicamente vítima de acusações de parcialidade resolve re-instaurar-se. A difícil missão de ouvir o público. Coloca-se em funcionamento um dispositivo de audição. O ombudsman é um compromisso, um compromisso público. Denota disposição de autocrítica e de ouvir o público. Parece ser o primeiro dispositivo de autocrítica de que se tem notícia em jornais. Referência passa a ser. Fala-se também de suas mazelas.

Quem quer o ombudsman? O público clama por ele? Dele derivará outros modelos? Errar é permitido ao dispositivo? Em ZH, um eventual desaparecimento do Conselho do Leitor, me diz um editor, além de não representar lacuna para a redação, também não faria falta aos próprios leitores do jornal porque - afirma este editor - “as colunas” publicadas aos domingos “de certo modo não informam.” Lê-las, do ponto de vista do público de ZH, não faria então diferença.

O ombudsman justifica como a existência da sua coluna periódica? É um modo de constrangimento moral, um dispositivo de poder. É a garantia de que o jornal não esconde

seus próprios erros. Sem a coluna, o conceito de ombudsman de imprensa esboroa-se. A coluna liga o jornal ao público na noção de crítica da mídia. Fornece vocabulário aos leitores para compreender o jornalismo. Há, então, um direcionamento interno, voltado à reflexão dos jornalistas; e há um extravasar da crítica em direção à sociedade. O conselho do leitor de modo algum estabelece este parâmetro de comportamento. Tanto que o conselho, em ZH, não tinha a coluna como imprescindível.

É nesta situação que, atuando comparativamente, pode-se compreender o que entendo por uma engenhosidade do mecanismo do ombudsman. O ouvidor, apesar de, na maioria dos casos, ser jornalista, consegue constituir uma instância onde não se é ninguém (jornalista, leitor), mas se é todos ao mesmo tempo, graças justamente a este movimento pelo qual o jornalista/ombudsman encontra-se des-implicado das funções de uma redação concreta, sendo que simultaneamente é posto a ouvir leitores concretos, dos quais é preciso desimplicar-se igualmente, edificando, contudo, para eles, uma instância que ajude a constituí-los em um campo de significações onde o leitor é um “cidadão”, o que acarreta:

- Ter o direito de criticar o texto jornalístico, seja um caso particular (de uma matéria, por exemplo) ou a instituição em si, no sentido de reformar a imprensa ou de ressignificar sua função à luz da realidade concreta que, numa sociedade moderna, altera-se rapidamente.

- O leitor deve qualificar sua crítica, cabendo ao ombudsman atuar no sentido desta qualificação, o que exige, como diz Mendes, desvendar o processo jornalístico (caso contrário, não há crítica). Se ele conseguirá ou não tal intento, será outro problema, passível de ter sua solução buscada no campo das fragilidades institucionais do ouvidor de imprensa.

O ombudsman, assim, é um, como diz Mesquita, *go between*. O próprio Mesquita, diante da possibilidade de definir o ouvidor como um *insider* ou *outsider*, o coloca como sempre reflexo de uma ação positiva do jornal e, portanto, sempre alguém decorrente da ação do próprio jornal (uma espécie, então de *insider lato sensu*). O ombudsman, desta forma, é uma atitude do jornal em prol da constituição de um campo de relações possíveis

onde a mídia jornalística possa aprimorar-se a partir do debate entre mídia e público. Portanto, é fruto de uma manifestação ética do jornal, de um reconhecimento mais enfático de que o jornal, apesar de já ser feito em nome do público, mais do que isso, deve *refletir a perfeição as melhores intenções deste público*, que passam então a ser elaboradas em processo de confronto entre padrões e valores jornalísticos, idealizados, e o resultado da interação entre o jornal (que encarna práticas concretas) e os leitores.

O jornal, em suma, quer ser orientado pela crítica, *porque esta é toda sua índole*, uma vez que sua função é vigiar a sociedade, permitindo a crítica desta sociedade sobre si mesma. O leitor, então, ao ser idealizado, ganha figuras com que possa constituir uma nova identidade. O ombudsman, ou melhor, o jornal, através do ombudsman, é o catalisador desta identidade. O ombudsman, neste sentido, *é o solo de um novo leitor*. E, neste sentido ainda, sua coluna acaba constituindo-se no território essencial enquanto formador desta nova identidade porque é o espaço privilegiado, a arena pública onde o que chamamos logo acima de “melhores intenções” do público possam ser elaboradas.

Tanta complexidade institucional não foi possível verificar no Conselho do Leitor. E não se pode dizer que o leitor receberá tantas garantias de que sua fala está sendo considerada. O controle sobre a fala jornalística que procede a uma elaboração sobre o discurso do leitor para reapresentá-lo no espaço público cabe a uma autoconsciência nem tão reflexiva quanto o ombudsman. Este controle, então, acaba ficando a cargo dos próprios leitores, que, deste modo, podem terminar sentindo-se desamparados. Um integrante do grupo A chega a organizar uma lista dos movimentos a que ZH procederá, com o intuito, na opinião deste leitor, de minimizar o teor crítico das falas dos conselheiros. São colocações explicitadas na lista de discussão do grupo na internet. Tal lista dá conta de que a coluna procederá a movimentos como “corta(r) alguns temas discutidos”; publicar “a (...) opinião mais amena”; “publica(r) uma opinião desfavorável (...), mas imediatamente (...) junta(r) uma opinião favorável” e com isso “anula(r)” a opinião desfavorável; descaracterizar opiniões “muito críticas”.

O ombudsman retira sua força enquanto dispositivo crítico justamente da coluna porque é ela que institui transparência ao processo de elaboração crítica. O ombudsman, desta maneira, ancora-se no público, busca nele a potência da vigília. É somente expondo que saberemos que não há falsa admissão de erro. Manter o criticado entre quatro paredes

colabora para a desconfiança constante de que os erros serão ocultados. O ombudsman, no entanto, não pode ser uma espécie de instância do juízo final, no sentido de ser aquele que emite a sentença derradeira sobre os erros e acertos do jornal. Seu recurso, neste sentido, é justamente o público, ou melhor, o debate público. A disputa em arena, perante uma platéia, se são usadas palavras, deixa à assistência o julgamento sobre o melhor desempenho. Como diz Hannah Arendt, é justamente a diversidade de opiniões no público que faz constituir-se um sentido fidedigno de realidade. Aliás, ir a público é o máximo de poder que o ombudsman se permite, justamente para tornar-se um poder não diretivo, mas de influência, assim como é a própria imprensa.

Fiquei muito tempo pensando, como já disse, no gesto do mediador da reunião que abortou o projeto do livro. Não, aquela não era uma atitude que se repetiria em público. Que relatos fazer, referentes a quais fatos, e de que modo narrá-los? A coluna não estabelecia a verdade das reuniões? Braga diz que possivelmente não, já que sua estrutura denunciava um tom pedagógico, conferido pela voz professoral dos editores, e também a mera manifestação subjetiva dos leitores no lugar de uma crítica mais elaborada, perguntando-se o que determinaria esta estrutura, já que era facilmente possível imaginar que a reunião seria mais rica em “sutilezas”. Um dos diretores de ZH reconhece que, efetivamente, a coluna não conseguia “refletir adequadamente a riqueza das discussões”.

Que poder é este, que o Conselho do Leitor teria, de puxar os significados em torno de si para uma intenção publicizadora? O que haverá, porque Zero Hora não é deixada em paz com seu processo instrumental, interno, de só ouvir leitores? Ora, se a intenção era apenas ouvir, que fizesse isso então ocultando-se a si próprio dos leitores que opinam, como é feito nos estudos de grupo focal que o departamento comercial do jornal contrata.

O jornal provavelmente se expôs, na adoção do mecanismo, porque precisava urgentemente legitimar-se, ser efetivamente visto como pluralista, em nome da manutenção de seu primado enquanto veículo informador da sociedade gaúcha. Hoje, passados quase oito anos da adoção do mecanismo, o jornal efetivamente recolheu-o para uso interno. Dubiedade fatal, então, carregou o Conselho do Leitor de Zero Hora. Sua definição pairou no ar: simples indicador interno de qualidade ou arena pública? O estudo que empreendi teria então revelado o grau de conflito a que pôde levar esta indefinição. Por isso, tratou-se,

dentro desta polêmica, de um mecanismo sem nome, sem identidade, pressionado por vontades bastante diversas, de um lado e de outro.

Últimas palavras: o ovo que se choca dentro de mim

O conhecimento parte do sujeito. Volto então a ele, o sujeito, a título de palavras efetivamente finais.

Sou. Antes de experimentar a atividade acadêmica, fui um “soldado-repórter”, no sentido de acreditar que poderia atirar flechas com meu jornalismo. Irritava-me não mostrar, não fazer conexões. O medo domina aquele que se considera um grande sabedor. Este sujeito que tem certezas, basicamente, com estas certezas, conforta-se a si mesmo. Não temo o que eu possa vir a ser, porque o único saber que me conforta é uma expectativa menor por liberdade. Penso desta forma tomando o livro de Braga em mãos, provavelmente a obra com a qual dialogo mais diretamente ao longo da tese, em função da convergência dos nossos objetos de pesquisa. Tal obra não me liberta, fica desafiando-me a uma resposta.

O Conselho do Leitor de ZH não foi uma experiência única na minha vida, no sentido de que eu teria conseguido ver somente ali, e pela primeira vez, com meus próprios olhos, a verdade da contradição de objetivos e das disputas de poder. Como repórter, no final da década de 1990, a cobertura continuada que fiz acerca de um determinado assunto já havia me dado essa experiência.

Ver as redes de intrigas, constatar a verdade dura da falta de poder. Não pude contar tudo o que vi quando era jornalista, o que não se repete agora, no caso do Conselho do Leitor. Primeiro, porque cada modo de discurso - jornalismo ou ciência - esbarra em constrangimentos específicos. Assim, ocultar fatos decisivos por vezes torna-se obrigatório, mas por diferentes motivos. Oculte um único fato nesta tese e deu-se esta situação por motivos de resguardo da fonte informadora. Fiquei temeroso de constranger esta pessoa com tal revelação.

Pouco posso. Não possuo matrizes teóricas consolidadas. Pouco sei, muito vi. Relatar o caso do projeto do livro dos conselheiros para mim era uma obrigação. Fiquei me observando enquanto construía o capítulo empírico e também estas linhas das considerações finais. Percebi-me obrigado, a despeito do grande volume de dados que juntei, a priorizar o fato envolvendo o projeto do livro. Antes de fechar a tese, procurei pessoalmente o professor Braga, em função de ele também ter estudado o ombudsman e o

Conselho do Leitor de ZH, e fi-lo visualizar o que mais me intrigava: o projeto do livro. Parece-me que este fato também o intrigou.

Falou-me então, ele, de algo que não lhe ocorrera enquanto analisara o mesmo conselho de ZH, a partir das colunas publicadas no jornal: que o conselho parecia proporcionar um modo de interação específico, próprio dos cineclubes, onde ocorre, conforme menção também existente no capítulo final do livro de Braga, um “processo de aprendizagem em público”. Os cineclubes, afirma Braga, iniciaram “gerações no conhecimento do cinema a partir, essencialmente, de conversas críticas de leigos sobre filmes escolhidos para debate” (Braga, 2006, p. 333).

Parece, esta definição, um presente que Braga me daria para ajudar a compreender meu objeto. Sim, eu poderia vibrar: há um parâmetro interessante com que entender o Conselho do Leitor, os “processos de aprendizagem em público”. Até o acolho, mas não consigo assumi-lo.

Preciso agora desfazer-me de um pouco das minhas funções objetivas. No fundo, ninguém sabe quem eu sou, eu mesmo me deparo com esta questão. Resisto a “comprar” pensamentos alheios em nome de uma enunciação própria. Perdi muito com isso, uma vez que julguei certa vez que a chave do conhecimento não era ler o que os outros escreviam, mas formular minha própria escrita. Hoje, mudei de idéia. As chaves do conhecimento não envolvem ler, nem escrever, mas *sonhar*.

O escrever, então, desloca-se para um processo de ruptura com o linguajar cotidiano. Há uma porta que se abre para o poético, função responsável pela criação dos mitos que, por sua vez, ligam-se ao primevo, às pulsões iniciais de origem, ao sagrado, se assim o quiserem. Eu não sabia o que era mito, de um modo mais preciso, até bem pouco tempo atrás. Mas hoje sei, e por uma via autônoma. Os mitos são uma maneira de vencer o real, suas asperezas. Neles, funda-se nosso por vir.

Amo, miticamente. O amor é um mito, diz Morin¹¹³. O sujeito moderno funda-se sobre um mito de amor moderno. Morre-se de amor, no caso de Goethe. No meio de tudo, o homem recria-se olhando sempre para o passado.

¹¹³ MORIN, Edgar. *Amor, poesia, sabedoria*. Rio de Janeiro : Bertrand, 1999.

Hoje, sei bem mais quem sou. Sofri e sofro com a falta de identidade? O menos mal do mundo é ser livre, dentro dos limites do possível. O título de doutor, que se aproxima, vai me dar a requerida liberdade?

Magoei-me com todos, aqui neste programa de pós-graduação. Chorei no banheiro, vi e revi a violência. Achava, ingenuamente, que o espírito da melhor pedagogia estava disponível para tornar-se prática efetiva. Convalesci. O período de convalescença acho que me abriu os olhos. A prática da violência é sexualmente matizada. O conhecimento novo somente é gerado mediante o pavor de não pertencer. O raio das provas mais difíceis atingiu-me.

Olho agora o novo momento. O mito é memória do primevo. Mitos adicionam-se ao novo e por isso recriam-se. Menos mitos, mais a vida se atordoia.

Ninguém me apontou o caminho do conhecimento através de mitos. Dou certeza disso. Havia apenas minhas indagações, aos professores, uma certa obstinação com a presença do sujeito na enunciação científica. Eu queria/quero escancarar o sujeito na ciência. Fui decepado por ser obstinado assim, a violência de que falei. Recolhi-me. Meu conhecimento, igual, cresceu. Faz menos de um ano que nomeio o que eu buscava - o sujeito na fala científica - como a necessidade de construção de uma instância de identificação com o mitológico. Há menos tempo ainda, somente depois de concluídos os principais trechos deste tese, é que busquei leituras que vêm agora me ajudar a reforçar esta nomeação, como Jung e Bachelard.

Mas, antes disso, fui um autônomo. E continuarei sendo. Meu processo de perturbação de escritas estáveis - tão combatido por *todos* os professores - é que me levou à minha compreensão sobre a necessidade do conhecimento através dos mitos. Horrорizei-me, e ainda hoje me horrorizo, perante a falta de sensibilidade pedagógica.

Pedagogia, apenas mencionada, bem pouco compreendida: “conhece-te a ti mesmo”.

Ah, mar infindo. O mar que cruzamos é tempestuoso e esperançoso, ao mesmo tempo. Xinguei pessoas aqui dentro. Peguei o nome de algumas e não levei a um altar, como fazemos com os nomes de nossos mestres. Não vou dizer o que fiz com o nome dessas pessoas, mas não foi bom, não foi civilizado. Alimentei o ódio, de um modo semelhante ao ódio que vi no Conselho do Leitor de Zero Hora. Morri, tenho certeza que passei por um

processo de mortificação. Endemoniei-me. E tudo porque minha singularidade não conseguia encaixar-se no metro de um programa de pós-graduação.

Lidei com tudo isso ao elaborar a presente tese. Cresci, minha memória do primevo junto comigo. Investi na minha reescritura, pelo viés da poesia. *Sou* pelos meus poemas, eles redirecionam meu onírico perturbado. Amanheci mais doce, ácido ainda, mas não azedo, nem podre, como era antes.

O que vi e ouvi. O mito do amor me recobre, enquanto mentira pura. Moralmente, posso apoiar o que vi, em meu objeto de pesquisa, nas minhas percepções ontológicas. O resultado, no fundo, foi esse estudo que se termina de ler, onde mal, ou pouco, consigo mascarar-me. Nasço de novo, sei disso. Vejo-me menos vítima de um processo. Transito melhor entre sonhos e realidade. Vitimo menos os de meu círculo de convivência. O venerado cientista que eu gostaria de conhecer, talvez não tarde.

BIBLIOGRAFIA

ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo. *Contextos jurídico, político y social del defensor del lector*. Sala de Prensa, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos, Año V, Volume 2, Edição 53, março de 2003. Disponível em <http://www.saladeprensa.org>.

ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 1993.

ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Rio de Janeiro : Forense Universitária, 1997.

AZNAR, Hugo. *El ombudsman como mecanismo de autorregulación*. Revista Latina de Comunicación Social, Tenerife, Universidad de La Laguna, n 13, janeiro de 1999. Disponível em <http://www.lazarillo.com/latina/a1999c/145hugo.htm>.

BARBER, Carlos Maciá. *Un centinela de los públicos en la redacción*. Sala de Prensa, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos, Año V, Volume 2, Edição N° 53, março de 2003. Disponível em <http://www.saladeprensa.org>.

BECKER, Howard. *Método de pesquisa em ciências sociais*. São Paulo : Hucitec, 1999.

BERTRAND, Claude-Jean. *O arsenal da democracia – sistemas de responsabilização da mídia*. BAURU/SP : EDUSC, 2002.

BITTENCOURT, Renato Nunes. *O sentido da agonística para a vida ou a disputa de Nietzsche*. Morpheus, Revista Eletrônica em Ciências Humanas - Conhecimento e Sociedade. Acessado em dezembro de 2006.

BLONGREN, Cristina. *Ombudsman da Folha de S. Paulo: "De rabo preso com o leitor e com as estratégias de marketing"*. Monografia apresentada em um curso de pós-graduação da Universidade Cândido Mendes (Rio de Janeiro). Disponível em <http://www.ombudsmaneoleitor.jor.br/celacom.htm>.

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia - dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo : Paulus, 2006.

BREED, Warren. Controle social da redação: uma análise funcional. In TRAQUINA, Nelson (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, 1993.

BUZZI, Arcangelo. *Introdução ao pensar: o ser, o conhecimento, a linguagem*. Petrópolis : Vozes, 1997.

CANAVILHAS, João Messias. *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na Web*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível http://www.bocc.ubi.pt/pág/_texto.php3?html=canavilhas-joao-webjornal.html

CORNU, Daniel. *Jornalismo e verdade - para uma ética da informação*. Lisboa : Instituto Piaget, 1994.

COSTA, Caio Túlio. *O relógio de Pascal – a experiência do primeiro ombudsman da imprensa brasileira*. São Paulo : Siciliano, 1991.

CURRAN, James. El nuevo revisionismo en los estudios de comunicación: una reevaluación. In *Estudios culturales y comunicación*. CURRAN, James (org.). Barcelona: Paidós, 1996.

ELIADE, Mircea. *Mito e realidade*. São Paulo : Perspectiva, 1972.

ESTEVES, João Pissara. *A ética da comunicação e os media modernos*. Lisboa : Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, 1998.

FERRANDO, Manuel García; SANMARTÍN, Ricardo. La observación científica y la obtención de datos sociológicos. In: ALVIRA, Francisco, FERRANDO, Manuel García; IBAÑEZ, Jesús (org.). *El análisis de la realidad social – métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial S.A., 1996.

FIDALGO, Joaquim. *O Provedor do Leitor visto pelos jornalistas – resultados de um inquérito de opinião*. Sala de Prensa, Web para Profesionales de la Comunicacion Iberoamericanos, Ano IV, Volume 2, Edição N° 42, abril de 2002. Disponível em <http://www.saladeprensa.org>

GLASSER, Theodore. O ombudsman de imprensa. In BERTRAND, Claude-Jean. *O arsenal da democracia – sistemas de responsabilização da mídia*. BAURU/SP : EDUSC, 2002.

GUARESCHI, Pedrinho *et al.* *Uma nova comunicação é possível - mídia, ética e política*. Porto Alegre : Evangraf, 2002.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública - investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1984.

HAGUETTE, Tereza M. F. *Metodologias qualitativas na sociologia*. Petrópolis : Vozes, 1987.

HALL, Stuart *et al.* A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993, 360p.

HENN, R. *Os Fluxos da Notícia, uma Semiose Sistêmica*. São Leopoldo : Unisinos, 2002.

JACOBY, Al. A experiência do ombudsman. In BERTRAND, Claude-Jean. *O arsenal da democracia – sistemas de responsabilização da mídia*. BAURU/SP : EDUSC, 2002.

JUNG, Carl Gustav. *O símbolo da transformação na missa*. Petrópolis : Vozes, 1979.

LUCAS, Ricardo Jorge de Lucena. *Ombudsman: por uma avaliação crítica*. Acessado Disponível em <http://www.ombudsmaneoleitor.jor.br>.

MACHADO, Maria Berenice da Costa. Saldos de balanço: o lado do leitor no anúncio que Zero Hora veiculou em 02/01/2000. In *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, vol. IV, número 1, junho de 2002. São Leopoldo : Unisinos, 2002.

MAIA, K. B. F. *A modelização e o discurso de legitimação profissional do ombudsman de imprensa*. In XIII Encontro Anual da Compós, 2004, São Bernardo do Campo. Anais do XIII Encontro Anual da Compós, 2004. CD-ROM.

_____. *Escrita e reescrita da história do ombudsman de imprensa: a luta pela legitimação e definição da função*. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2003, Belo Horizonte. Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo : Intercom, 2003. CD-ROM.

_____. *O papel do leitor no processo de produção da notícia*. Projeto de pesquisa, 2003. Disponível em <http://www.unb.br/fac/posgraduacao/projetodoleitor/pdf>

_____. *O espaço do leitor e a análise das práticas profissionais dos jornalistas nas colunas do ombudsman da Folha de S. Paulo e do médiateur do Monde*. In XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2002, Salvador. Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo : Intercom, 2002. CD-ROM.

MAIA, K. B. F.; LACERDA, A. G.; SANTOS, A. C. *et al.* *A participação do leitor no processo de produção da notícia. Os conselhos de leitores do Correio Braziliense.* In II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2004, Salvador. Anais do II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília : Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2004. CD-ROM.

MAROCCO, Beatriz. *Apontamentos sobre a presença do leitor no jornal.* Unirevista - Vol. 1, nº 3, julho de 2006. Disponível em <http://www.unirevista.unisinos.br>.

MCQUAIL, Denis. *Teoria da Comunicação de Massas.* Lisboa : Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MENDES, Jairo Faria. *A ouvidoria de imprensa no Brasil.* Sala de Prensa, Web para Profesionales de la Comunicacion Iberoamericanos, Ano V, Volume 2, Edição Nº 53, março de 2003. Disponível em <http://www.saladeprensa.org>.

_____. *O ombudsman e o leitor.* Belo Horizonte : Editora O Lutador, 2002.

_____. *Difícil começo: o primeiro ombudsman da Folha de S. Paulo e do Jornal O Povo (CE).* Disponível em <http://www.ombudsmaneoleitor.jor.br/celacom.htm>.

_____. *O importante papel do ombudsman.* Disponível em <http://www.ombudsmaneoleitor.jor.br/>.

MESQUITA, Mário. Um ombudsman português na imprensa cotidiana. In BERTRAND, Claude-Jean. *O arsenal da democracia – sistemas de responsabilização da mídia.* BAURU/SP : EDUSC, 2002.

_____. *O Jornalismo em Análise - A Coluna do Provedor dos Leitores.* Coimbra: Minerva, 1998.

MATA, Maria Cristina. *De la cultura masiva a la cultura mediática*. In Revista Diálogos de la comunicación. Número 48. Lima : FELAFACS, 1997.

MAFFESOLI, Michel. *Elogio da razão sensível*. Petrópolis : Vozes, 1998.

MOLOTCH, H., LESTER, M. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 1993, 360p.

MORIN, Edgar. *Amor, poesia, sabedoria*. Rio de Janeiro : Bertrand, 1999.

MORIN, Edgar. *O método 1 : a natureza da natureza*. Portugal : Europa-América, 1997.

NETO, Lira. *A última coluna*. Disponível em <http://www.ombudsmaneoleitor.jor.br>.

NUNES, Ricardo. *Quando o jornal se explica - as páginas do Provedor do Leitor do Setúbal na Rede*. Disponível em www.bocc.ubi.pt.

PESSOA, Fernando. *Mensagem*. São Paulo : Martin Claret, 1998.

RESTREPO, Javier Darío. *En defensa del derecho a la información*. Sala de Prensa, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos, Ano V, Volume 2, Edição N° 53, março de 2003. Disponível em <http://www.saladeprensa.org>.

REY, Germán. *El defensor del lector: un oficio en construcción*. Sala de Prensa, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos, Ano V, Volume 2, Edição N° 53, março de 2003. Disponível em <http://www.saladeprensa.org>.

RIEFFEL, Rémy. *Sociologia dos Media*. Porto : Porto Editora, 2003

RODRIGUES, Adriano. Experiência, modernidade e campo dos media. In *Reflexões sobre o mundo contemporâneo*. MONTEIRA DE SANTA, R.N. (org). Teresina : Ed. Revan/UFPI, 2000.

_____. *Estratégias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1990.

ROCHA, Everardo P. G. *O que é mito*. São Paulo : Brasiliense, 1986.

SCHUDSON, Michael. *Porque é que as notícias são como são*. In Revista de Comunicação e Linguagens, número 8, Jornalismos, 1998.

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, 1993, 360p.

SÓFOCLES. *Edipo Rei*. São Paulo : América do Sul, 1988.

SOLOSKI, John. O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 1993, 360p.

SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó : Argos, 2002.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna - teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis : Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. *A tribo jornalística - uma comunidade transnacional*. Lisboa : Editorial Notícias, 2004.

TRAQUINA, Nelson. *O que é jornalismo*. Lisboa : Quimera, 2002.

TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993, 360p.

VERÓN, Eliseo. *Esquema para ele análisis de la mediatización*. In Revista Diálogos de la comunicación. Número 48. Lima : FELAFACS, 1997.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo : Pioneira, 1996.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 2003.

XAVIER, Mário. *Anotações de um ombudsman em final de mandato*. Instituto Gutenberg (Centro de Estudos da Imprensa), Boletim 16, julho/agosto de 1997. Disponível em <http://www.igutenberg.org>.

