

A “beleza oculta” da miséria do jornalismo

Maria das Graças Targino*

SILVA, Juremir Machado da. *A miséria do jornalismo: as (in)certezas da mídia*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2001. 155 p.

“A mídia explora o mal para o bem dos consumidores.
O bem cheira mal e entedia. O mal revigora
e desperta interesse.” (SILVA, 2001, p. 35).

Em geral, há muita expectativa em torno de resenhas críticas acerca das publicações recém-lançadas. No entanto, no caso específico da publicação do jornalista e sociólogo Juremir Machado da Silva, *A miséria do jornalismo: as (in)certezas da mídia*, ainda que a sua segunda edição date de 2001, sob a responsabilidade da editora Vozes, merece comentários. Neste caso, a justificativa se deve ao “encantamento” que o livro desperta entre os alunos de graduação em Jornalismo país afora, conforme constatamos na condição de docente do referido curso. É a comprovação de que o ser humano tende a valorizar o “trágico” ou o negativo em detrimento de posições alvissareiras.

É este o caso de *A miséria...*, que, em 40 textos e 155 páginas, expõe, sem pudor, o pessimismo que ronda o jornalismo neste início de século. Para Marques de Melo (2001), tal pessimismo, aliado à perplexidade e ao desencanto, caracterizam não apenas o jornalismo, mas a civilização, dentro da premissa dos que falam em “fim da História” (Fukuyama) ou do “choque das civilizações” (Huntington), ou ainda, segundo Hobsbawm, a “era dos extremos”. E, então, o jornalismo contemporâneo sobrevive imerso em perigoso pântano, face à transição de um modelo erigido no século XIX, que se esgotou em meados do século XX, e se protagoniza, em pleno liminar do século XXI, como novo padrão, ainda furtivo e indefinido, na visão desse autor.

* Doutora em Ciência da Informação pela UnB, professora da Universidade Federal do Piauí. E-mail: gracatargino@hotmail.com.

A partir do próprio título – *A miséria do jornalismo...* – e da epígrafe selecionada para iniciar o livro – “Se a imprensa não existisse, seria preciso não inventá-la” (Balzac) –, parece evidente que as perplexidades de Juremir Machado são descritas em linguagem e tom panfletários. Em todos os textos, o autor revela o seu desencanto com a isenção da imprensa e com o papel que desempenha. Aliás, desde o texto inicial, *Vertentes*, o próprio autor admite que o seu ensaio está sujeito à “vertigem panfletária, no sentido de defesa apaixonada de certas idéias, e distanciado da rigidez formal [...]” (p. 9), intrínseca às publicações acadêmicas, em geral.

Assim, notifica, de forma direta ou indireta, a dependência ou subserviência da imprensa brasileira ao poderio empresarial, e o que é mais grave, acredita que são os profissionais jornalistas os grandes culpados, uma vez que padecem do que denomina de dupla idiotice, qual seja, ideológica e tecnológica. Ao mesmo tempo em que “fazem o jogo dos padrões”, acreditam, ingenuamente, que se opõem a eles, como bem configura a transcrição abaixo:

[...] a mídia funciona como uma rede [...] Antes de tudo, como uma rede de favores trocados, rede de conviência. Não se trata tampouco de salientar novamente, em exclusividade, o tráfico de influência entre empresários e poder – real, violento e inoral –, mas de assinalar o lugar consentido, ou inconsciente, de muitos jornalistas (a maioria?) nesse sistema que, convertido em engrenagem, constitui uma máquina capaz de girar quase por conta própria [...] (SILVA, 2001, p. 12-13).

Isto mostra o denunciamento que caracteriza *A miséria do jornalismo...* Ao longo de seus textos, traz à tona as relações “ilícitas” entre jornalismo e poder, e o faz de forma contundente e direta.

Para Juremir Machado da Silva, jornalista, escritor, doutor em Sociologia pela Universidade de Sorbonne (Paris) e professor da Faculdade de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, os jornalistas se agrupam em três classes: (1) o aluno-modelo dos cursos de Jornalismo, que se apega à padronização imposta pelos manuais de redação e se atropela em meio ao excesso de informações que caracterizam a sociedade contemporânea; (2) o idiota tecnológico, que percebe as novas tecnologias de informação e de comunicação como panacéia para a história da humanidade; (3) o

esquerdista ilustrado, que supervaloriza as explicações teóricas e vê o marxismo como argumento para os seus pensamentos, acreditando que o socialismo consiste em realidade latente e irretocável.

E é então, que o autor se posiciona de forma radical, argumentando que a mídia ofusca a relevância da cultura, acarretando imensuráveis prejuízos na veiculação das informações em prol da espetacularização da notícia. O que antes se chamava esquerda e direita são, agora, relativizadas, uma vez que tudo depende da relevância que a mídia dará à situação. Fidelidade partidária parece ultrapassada e campanha política é mero show. Juremir acredita que ao alcançar a democracia econômica e social, o Brasil seria automaticamente liberto da influência avassaladora da mídia, mas considera esta premissa utópica. Indo além, no entendimento de Duarte (2005), o autor vê o jornalismo cultural, tema central do ensaio, como “negócio entre amigos”.

A sua crítica feroz atinge ícones da imprensa nacional, como os jornais *Folha de S. Paulo* e *Zero Hora* e as revistas informativas *Veja* e *IstoÉ*, além de personalidades mais, ou menos queridas, como Chico Buarque, Luís Fernando Veríssimo, Jô Soares, Roberto Campos. Xuxa, por exemplo, constitui o cerne do texto *Caso Xuxa, a imprensa dá à luz*, onde o autor, com alta dose de ironia acerca da veiculação midiática de sua gravidez e do posterior nascimento da filha, diz que a imprensa “tratou o caso como questão de Estado” (p. 52).

Sob esta perspectiva, o segundo texto do livro *A miséria do jornalismo brasileiro...*, denominado de *As (in)certezas da comunicação* contém crítica cáustica. De uma só “tacada”, o autor condena a intelectualidade, a elite e a própria população, ao tratar do que chama de “cretinismo popular”. Eis trecho que bem exemplifica o seu pensamento:

Paulo Coelho, Gugu, Ratinho, Faustão etc., são [...] o lixo da sociedade brasileira de massa. No entanto [...] mais difícil do que condenar o cretinismo popular é dissecar o cretinismo da intelectualidade, das elites culturais, dos donos do saber [...] O intelectual arroga-se o direito de falar em nome do universal, mas permanentemente deixa-se enredar nas disputas locais da ordem da vaidade e do poder. (p. 18).

Prosseguindo, os textos seguintes – *A era da (des)informação* e *Limites da crítica frankfurtiana, as ilusões do esclarecimento* – trazem crítica

sarcástica à Escola de Frankfurt, a quem o autor acusa de elitista, ao tentar eliminar o mercado. “Os frankfurtianos raciocinam por oposição binária: mercado/não-mercado”, diz Silva (2001, p. 25). Ora, esta corrente de pensamento tem dois momentos principais. A princípio, Theodor Adorno, Max Horkheimer, Erich Fromm, Herbert Marcuse, além de Walter Benjamin e Siegfried Kracauer. Posteriormente, Jürgen Habermas é a figura central. Porém, em qualquer situação, enfatiza a feição político-econômica dos processos de comunicação de massa, mas carece, na percepção do autor em discussão, da análise dos meios de comunicação enquanto tecnologias da inteligência. É essencial que os estudos de comunicação não percam de vista o vínculo com os dispositivos tecnológicos que estão na base do processo.

Isto significa que a expressão – indústria cultural –, exaustivamente utilizada a partir de então, para expressar a conversão da cultura em mercadoria e o processo de subordinação da consciência ao capitalismo, *a priori*, exclui empresas produtoras e técnicas de comunicação. Afinal, os meios de comunicação não são *per se* indústria cultural, mas o uso que fazemos deles. Assim sendo, a indústria cultural constitui “prática social, através da qual a produção cultural e intelectual passa a ser orientada em função de sua possibilidade de consumo no mercado.” (RÜDIGER, 2001, p. 138). Se, a princípio, o fenômeno restringe-se à produção estética, agora, atinge a produção mercantil em geral. É a proliferação de poderosos grupos de comunicação que conferem, cada vez mais, poder às tecnologias de (re)produção e difusão dos bens culturais, “[...] encaixando-as na estratégia de utilizar plenamente a capacidade de produção de bens e serviços de acordo com o princípio do consumo estético massificado.” (p. 138).

Mesmo os seres humanos tornam-se produtos de consumo, conforme alertam os frankfurtianos, pois a cultura de mercado nada tem de apolítica, e representa forma poderosa de controle social, o que conduz o sociólogo Juremir Silva (2001, p. 23) a afirmar:

[...] na grande rede da (des)informação, cada elo da cadeia ‘privariza’ parte das relações estabelecidas. Os empresários impõem limites editoriais aos jornalistas em função dos interesses dos anunciantes. A mídia elege os seus representantes para influir em todos os níveis da política. O parlamentar legisla para a empresa que o apoiou [...]

Em *Servidão voluntária, o falso reino da padronização*, Silva põe em discussão a crença por demais disseminada de que as pessoas têm cada vez menos tempo para digerir as informações que fluem incessantemente, perfazendo a denominada sociedade da informação ou sociedade do conhecimento ou sociedade da aprendizagem. Como decorrência, o mundo de hoje padece de crônica ansiedade de informação. Para sobreviver no mercado de trabalho e até mesmo para manter relações com seus pares, os indivíduos são forçados a assimilar um corpo de conhecimentos que se amplia a cada segundo, de forma a extrapolar a assertiva de Bacon – “conhecimento é poder”. Profissionais das mais diferentes áreas se sentem atormentados por não conseguirem reter todas as novidades geradas em seu campo de atuação ou dominar informações que aparecem nas rodas sociais, tais como: os ganhadores do Prêmio Nobel, nas diferentes categorias; o Oscar, nas distintas modalidades; as oscilações no mundo econômico e assim sucessivamente.

No entanto, a este respeito, *A miséria do jornalismo...* chama a atenção para a possibilidade real que cada um tem de escolher a informação que mais lhe favorece ou mais lhe satisfaz, distante do subjugo do fluxo informacional, retomando um exemplo simples, mas emblemático: poucos lêem o jornal por completo, de tal forma que a “servidão voluntária” não corresponde ao inevitável “reino da padronização!”. Mas, o autor reconhece, no trecho intitulado *A ideologia do serviço e a morte do conteúdo*, que há pressão empresarial e profissional muito forte para que, mais e mais, os jornais brasileiros se encantem e se fascinem com o “serviço, informação em estado puro, resumida, sintética, funcional, objetiva. O jornalismo entra na era do roteiro” (p. 35) visando, sempre, a atender a vontade do público-consumidor, e, portanto, garantir lucros mais elevados para as empresas de comunicação, nas diferentes áreas de atuação.

Objetividade e opinião, quando o mito volta pela janela constitui um dos textos mais fortes no sentido de “condenação” ao jornalismo e aos jornalistas por sua passividade ante o poder. Para Duarte (2005), Juremir põe a mão na ferida da mediocridade da mídia. E, de fato, são palavras muito fortes, que (re)acendem a polêmica acerca da função social dos meios de comunicação, quando o autor assevera:

A objetividade é uma gangorra que sobe e desce com o tempo, com a filosofia do patrão e com as modas profissionais. A única moda que nunca passa é a do arrivismo. Mergulhado numa carreira, o jornalista vive para o mercado coberto com o manro cômico de missionário da informação e da Verdade. (SILVA, 2001, p. 37).

E, mais adiante, complementa: “Objetivo é o jornalista que reconhece e explicita as suas escolhas. Jornalismo ideal. Impraticável em quinhentos caracteres [...]” (p. 37), numa franca diabolização da mídia. É assim que *A Miséria...* atinge o cerne da problemática jornalística: a transformação da informação em mercadoria e tudo o que se faz para vendê-la. No entanto, paradoxalmente, Juremir Machado da Silva (2001, p. 10) isenta o mercado, afirmando *ipsis litteris*:

Na atualidade, com o triunfo [...] do neoliberalismo ou simplesmente com a crise [...] da utopia marxista, o mercado comanda, o manual de redação adapta-se a ele e o jornalista, mesmo convencido de seguir rigorosamente a norma, limita-se a fazer a vontade do consumidor. O mercado, porém, não é necessariamente um monstro. Contraditório, ainda mais em tempo de explosão das novas tecnologias da comunicação, serve a todos.

Em sua visão, o mercado nada faz além do que atender às expectativas dos jornalistas, independentemente das posições que ocupem na constelação midiática:

A questão é saber o que traz mais prejuízos: o mercado ou a ausência dele? O democrata razoável, interessado em melhorar o mundo, não hesitará: melhor conviver com Faustão, ao lado da Folha de S. Paulo, do que ter em exclusividade sete horas de discurso de Fidel Castro. O problema do esquerdista esclarecido é que o mercado atende também ao gosto dos seus adversários. Ponto para o mercado. O drama do idiota tecnológico é tornar visível o que faz; [...] do esquerdista esclarecido, tornar invisível o seu oponente. (p. 12).

No oitavo texto, *Lógica do fait-divers*, isto é, pequenas notícias diárias, Silva (2001) alerta para a significação dessa prática, no sentido de veicular todas as informações de forma leve, fácil, clara e por que não dizer? Cartesiana. Cartesiana, em sua acepção de método, que confiando, de modo irrestrito e exclusivo na capacidade cognitiva da razão, limita-se a explicações mecânicas e extremamente simplificadoras, a tal ponto, que são, quase sempre, inadequadas à compreensão da realidade.

Ao assumir tal prática, o jornalismo acentua a fragmentação, a inconsistência, a superficialidade de textos ou mensagens, deformando a formação profissional integral e dos indivíduos em geral, cerceando a postura crítica permanente e o avanço do saber. Trata-se, decerto, de argumento irrecusável nessa sociedade da informação, onde, para o autor em apreço, mais do que antes, paira a desinformação.

Bem mais adiante, quase ao final de *A miséria do jornalismo brasileiro: as (in)certezas da mídia*, Juremir trata de *A eterna deriva ideológica, esquerda e direita encontram-se para jantar*. Em tom irônico (desde o presente título), o autor lembra que o jornalista de esquerda e o profissional independente acreditavam, ou, no mínimo, queriam acreditar, na objetividade, na imparcialidade, no compromisso com a verdade, enfim, na neutralidade, crenças que ainda hoje perduram como mitologias da profissão. Mas, para ele, é hora de os jornalistas assumirem (pois nunca o fazem) a responsabilidade que lhes cabe pela transmutação da mídia em “lata de lixo”, deixando de lado a prática desonesta de repassar a totalidade da culpa aos “patrões.”

Assim, *A miséria do jornalismo...* é categórica ao retomar críticas à *Folha de S. Paulo*, por sua freqüente tendência de “instrumento conciliador” e que tudo mescla em nome da “política de boa vizinhança”. No entanto, acusa também os profissionais, assegurando que os jornalistas de esquerda ou de direita têm, praticamente, um único ponto em comum – silenciar um ao outro. E vai além:

As estratégias, obviamente, podem diferir, mas levam ao mesmo desfecho. Se a esquerda privilegia o ideológico nas decisões excludentes, a direita baseia-se na rentabilidade associada, nos momentos decisivos, ao político. (SILVA, 2001, p. 134).

Em seu capítulo, *Álibis da crítica da mídia*, o autor alerta para a utilização desenfreada do *marketing* sofisticado como estratégia de venda da notícia, de forma a perpetuar a superficialidade, haja vista que o pensamento parece ter se transformado em sinônimo de “chatice”, com tendências flagrantes de uniformização. Como conseqüência, os jornais impressos tendem a imitar o padrão televisivo e este, por seu turno, tende a satisfazer tão-somente os mais baixos instintos da população: “Hoje, por força do imaginário jornalístico associado à idéia mercadológica de satisfação do consumidor a qualquer custo, tudo deve

passar por estratégias de familiarização, de simplificação, de limitação ao conteúdo.” (p. 138).

Finalmente, os dois últimos capítulos, *O idiota tecnológico e Tecnologia libertária e esfera pública*, recorrendo à menção de veículos, como os jornais *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *Zero Hora* e *O Globo*, além da revista semanal *Veja*, discorre sobre a ingenuidade do jornalismo e/ou dos jornalistas em perceberem as novas tecnologias e o espaço virtual como panacéia para todos os males do processo de comunicação de massa.

E, na verdade, se o virtual expande nova base de coesão social de natureza eletrônica, apta a fomentar novas formas de participação simbólica e de elaboração da consciência social, é preciso refutar a aura de magia e encantamento que aparece como invólucro, porquanto há resistências de ordem cultural e educacional, além da possibilidade real de a Internet, mais especificamente, acentuar os desniveis sociais, permitindo a poucos privilegiados, contato com o mundo mais rico e desenvolvido, excluindo, ostensivamente, a maioria absoluta de brasileiros condenada ao isolamento.

Logo, as inovações tecnológicas não devem ser concebidas como solução para todos os males e nenhum processo social por elas desencadeado deve ser analisado de forma isolada, pois a cultura está na fronteira do material e do simbólico, interagindo com o mundo da produção e com as representações imaginárias. Afirmamos que o acesso ao espaço cibernético exige o estabelecimento de sólida cultura científica. Caso contrário, as novas tecnologias não constituirão esfera pública *stricto sensu*, nem viabilizarão a interação consistente dos indivíduos. Limitar-se-ão ao uso estratégico da “palavra”, sem preocupação com a consciência real sobre a cidadania.

De qualquer forma, é preciso que regiões e estados brasileiros estabeleçam as suas prioridades, com base na qualidade de vida do povo. É preciso verificar com isenção até que ponto os investimentos maciços em infra-estrutura de telecomunicações e de telemática são válidos, em detrimento de setores básicos, como saúde, saneamento, transporte público, educação e produção agrícola, mesmo que se argumente que a Internet vem se tornando relativamente barata para o usuário final.

Finalizando, lembramos que Silva (2001) sustenta o tempo todo a idéia de que “patrões” e jornalistas estão irremediavelmente presos à mesma cartilha técnica, mesmo quando, aparentemente, professam ideologias opostas. Sob tal perspectiva, concordamos com Marques de Melo (2001), para quem o diagnóstico e a linha de argumentação apresentados em *A miséria do jornalismo...* está impregnado de três elementos: saudosismo, ceticismo, elitismo. Deste último elemento, o próprio Juremir tenta expurgar, ao denunciar tal atitude como intrínseca ao comportamento das lideranças jornalísticas nacionais. Acredita que, cada vez mais, a grande imprensa resvala do shopping de elite para o mercado público, em uma busca de alcançar o grande público.

O saudosismo, por sua vez, está visível no tom da reflexão do autor, mesclado pelo ceticismo presente em vários trechos, quando, por exemplo, trata do que denomina de “idiotice ideológica”, antes abordada, e, ainda, da “idiotice tecnológica”:

O idiota tecnológico, recém-chegado na paisagem midiática brasileira, acredita que a democracia virtual já começou e que o mundo inteiro está ligado na Internet. A progressão é tão grande que em poucos anos nenhuma pessoa viverá sem um computador [...] Tudo caminha para o bem no melhor dos mundos. Questão de anos, de meses, de dias, de horas [...] (SILVA, 2001, p. 11).

No entanto, independente do pessimismo com o qual o livro de Juremir, *A miséria do jornalismo...*, coloca-se como polêmico e controverso, é consensual que o jornalismo é, em sua essência, o veículo central para transmitir às comunidades e à sociedade em geral, informações imprescindíveis para que os indivíduos exerçam o direito supremo de cidadania, quer seja via imprensa escrita, televisiva, radiofônica ou virtual.

Em suma, uma inferência é indiscutível: Juremir visualiza o jornalismo muito mais como uma rede de troca de favores do que de instrumento responsável por informações genuínas. Mesmo assim, a bem da verdade, em nenhum momento, propõe soluções para acabar ou amenizar o que denomina tão ferozmente de “*a miséria do jornalismo brasileiro*” e o que é mais grave, ao apontar os pontos críticos do jornalismo nacional, não analisa os porquês. Ai está, em nossa visão, o seu grande “pecado!”. Pecado que encanta e faz vislumbrar certa “beleza oculta” no jornalismo contemporâneo!

Referências bibliográficas

DUARTE, Leneide. Jornalismo cultural: negócios entre amigos. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/al070220015.htm>>. Acesso em: 2 dez. 2005.

MARQUES DE MELO, José. Impasses do jornalismo na virada do milênio. Sala de Prensa, ano 3, v. 2, n. 37, nov. 2001. Disponível em: < <http://www.saladeprensa.org/art290.htm> >. Acesso em: 2 dez. 2005.

RÜDIGER, Francisco. A Escola de Frankfurt. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Org.) Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

A impossibilidade de resenhar

Alfredo Dias D'Almeida*

OTERO, Edison. *La comunicación imposible. Mitos y supersticiones sobre los medios de comunicación*. Santiago, Chile: Edição do autor. 2004. 118p.

Passar em revista os conceitos básicos que sustentam as diversas teorias da comunicação esbarra, sempre, em uma dificuldade de sistematização. Objeto de estudos de diversas áreas da ciência, da sociologia à antropologia, da psicologia à lingüística, da filosofia à biologia, a comunicação só em meados do século passado começa a tomar ares de campo teórico independente, ou pelo menos de “área temática específica”, como prefere Mauro Wolf¹. Duas correntes definiram a área da Teoria da Comunicação. Uma, no âmbito da *mass communication research*, acentuadamente empírica, com Harold Laswell. Outra, orientada teoricamente pelas relações de poder entre os meios de comunicação de massa e o sistema social, cujos expoentes são Adorno e Horkheimer. A partir daí, assiste-se a um crescimento desordenado de análises e estudos, caracterizados pela heterogeneidade de correntes e de abordagens e, pior, pela desconsideração de estudos progressos. Debates, conceitos e perspectivas já superados são realimentados, gerando modismos e clivagens teóricas.

O problema talvez não esteja na complexidade do fenômeno comunicacional, e sim na dos meios de comunicação eleitos como objeto. Cada meio utiliza uma tecnologia própria e, portanto, uma linguagem própria, estabelecendo relações diferenciadas entre os

* Doutorando do Programa Pós-graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo (Profam/USP); pesquisador do grupo “Aruanda - Laboratório de pesquisas e análises sobre métodos de produção audiovisual de não-ficção” (ECA/USP); professor da Universidade Merodista de São Paulo (UMESP) e da Faculdade de Educação e Cultura Montessori (FAMEC). E-mail: alfredodalmeida@globo.com.

sujeitos envolvidos no processo comunicativo. Até a década de 1950, vigoraram representações lineares transmissivas do processo comunicativo, cujo pressuposto, a existência de uma homogeneização cultural da audiência, de um hiperdeterminismo, segundo Wolf², já tinha sido amplamente refutado em outros domínios do conhecimento. No entanto, torna-se senso comum, com renovadas forças, a visão de que os meios, com suas mensagens, influenciam diretamente corações e mentes de seu público.

A esse respeito, é oportuna a reflexão de Edison Otero, apresentada no livro “La comunicación imposible. Mitos y supersticiones sobre los medios de comunicación”. Para ele, os estudos sobre comunicação adotam, em grande parte, conceitos que remetem a “velhas” representações, reiterando-os “sin el menor espíritu crítico, como se constituyeran verdades indubitables”. Seu livro é uma compilação de cinco pequenos artigos. Dois remetem ao título da obra e propõem temas para debate. O sociólogo *Jorge Gibert Galassi*³ comenta que, “como sugiere el título, la intencionalidad del autor es crear controversia”. Os demais artigos, apesar de interessantes, estariam melhor numa revista acadêmica destinada a graduandos de comunicação.

Nos dois primeiros, que perfazem 50% da obra, Otero cuida de demolir o arcabouço conceitual que sustenta boa parte da literatura contemporânea sobre comunicação dita “pós-moderna”. Ele denuncia também a persistência de determinados “preconceitos”, tais como a crença nos “efeitos ilimitados dos meios de comunicação na sociedade” e na “recepção homogênea” em estudos sobre comunicação. Tal intento pede estudo mais profundo. Otero tece críticas pontuais a representações do processo comunicacional e à visão de certos pesquisadores, mas discute superficialmente a posição e os conceitos dos estudiosos a que combate.

O foco do artigo de abertura do livro é o de demonstrar a “inconsistência” dos conceitos operantes em abordagens como a da *mass communication research*, a da teoria crítica, a dos *cultural studies* e a da hipótese da *agenda setting*. Defende-se que, nas teorias contemporâneas da comunicação, “continúa en falencia por en relación a un conjunto conceptual satisfactorio que hega los puentes entre los niveles interpersonales-grupales de la comunicación y los

medios” (p.27). Essa crítica apóia-se fundamentalmente em Manuel Castells e Henry Jenkins, trabalhando apenas a “inconsistência” dos conceitos de “meios de comunicação”, “efeitos”, “massa”, “hegemonia” e “receptor”, em detrimento de outros, tais como o de “emissor”, o de “indústria cultural” etc.

Para dar conta dessas relações, é suficiente o conceito gramsciano de hegemonia, duramente criticado por Otero: “¿cómo calzan la crisis de la familia patriarcal y la expansión de la sensibilidad antibélica en el concepto de ‘hegemonía’, tan caro a la teoría crítica de inspiración gramsciana y a los estudios culturales?” (p.24).

A hegemonia determina o modo como os sujeitos sociais representam a si mesmos e uns aos outros, o modo como interpretam o mundo e a experiência vivida, a liberdade e a dominação; em suma, a visão de mundo da classe dominante. Dessa maneira, também é compreendida como práxis, como um processo, um conjunto de práticas formado por um sistema complexo de determinações contraditórias, cuja solução implica um remanejamento contínuo das experiências, idéias e valores. E, por dever ser continuamente remanejada, renovada e recriada, para que a dominação seja mantida, é também resistida, alterada e modificada por meio de contra-hegemonia e hegemonia alternativa, constitutivos da práxis social. Conseqüentemente, a hegemonia não é estática ou absoluta, mas algo que se refaz permanentemente, algo criado e recriado numa teia de instituições, relações sociais e idéias, para que as classes subalternas a reconheçam como sua. No reconhecimento, “a partir de uma cotidiana e constante reelaboração simbólica”, é que surgem as resistências culturais. Nem tudo é manipulação, nem tudo é domínio, como destaca Jesús Martín-Barbero⁴: “[...] nem toda a assimilação do hegemônico pelo subalterno é signo de submissão, assim como a mera recusa não é de resistência, e como nem tudo que vem ‘de cima’ são valores da classe dominante, pois há coisas que, vindo de lá, respondem a outras lógicas que não são a de dominação”.

No segundo artigo, em que Otero analisa obras de Karl Popper e John Condry (*La Televisión es Mala Maestra*, 1998), Giovanni Sartori (*Homo Videns: La Sociedad Teledirigida*, 1998) e Pierre Bordieu (*Sobre la Televisión*, 1997) e um texto de Félix Guattari (*Fracaso de los Media*,

Crisis de la Civilización, Huida de la Modernidad, 1992), a crítica é ainda mais contundente. Segundo o autor, esses intelectuais, por fazerem ilações sem respaldo empírico, “se convierten lisa y llanamente en propagadores de una superstición” (p.49). Realmente, como os meios de comunicação fazem parte do cotidiano, qualquer um opina sobre o conteúdo que veiculam e sobre seus papéis na sociedade. Quando intelectuais opinam sem o devido critério, o debate acaba por se tornar supérfluo. Nem por isso deixam de existir debates necessários. Não se pode diminuir a importância da discussão sobre o desequilíbrio no fluxo de trocas de informações nos anos 70s, década da “nova ordem mundial da informação e da comunicação - NOMIC (ver MATTELART, Armand e Michèle. **Histórias das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003. p.121-125). Mesmo as questões levantadas por Noam Chomsky, sobre o papel político dos meios de comunicação, tiveram a sua relevância (ver, por exemplo, seu artigo *El control de los medios de comunicación*, de 2004. Disponível em <<http://www.aporrea.org/dameletra.php?docid=8761>>).

Os três últimos artigos são boas ferramentas para o ensino superior em Comunicação. O artigo *Introducción a Castells* elege a metodologia de investigação deste como exemplo a ser seguido. Ortega apresenta Castells como notória exceção à falta de critérios objetivos e de vínculo entre teoria e prática nas investigações levadas a cabo na área da Comunicação. O quarto artigo é um documento raro, pelo menos em língua hispânica: trata-se da transcrição de uma entrevista de 1998 com o sociólogo norte-americano Elihu Katz. Ali é traçado um panorama da carreira de Katz, desde os trabalhos em parceria com Paul Lazarsfeldt, então seu professor, até as investigações atuais, tendo por base a idéia de redes interpessoais e a da conversação. O artigo final, sobre as pesquisas de Paul Lazarsfeld em comunicação política, encerra as compilações com um “ejercicio de validación”.

“Comunicación imposible” levanta alguns temas interessantes para reflexão. É uma proposta de discussão epistemológica com momentos densos. O autor afirma, já no prefácio, que, com sua reflexão sobre os temas da comunicação, busca resgatar o sentido das categorias da tradição racionalista ilustrada. Esse objetivo, porém, não é plenamente alcançado. Escapa por uma miríade de referências e citações de autores

e teorias, sem o devido aprofundamento. Isso mesmo torna dificultoso ou quase impraticável resenhá-lo.

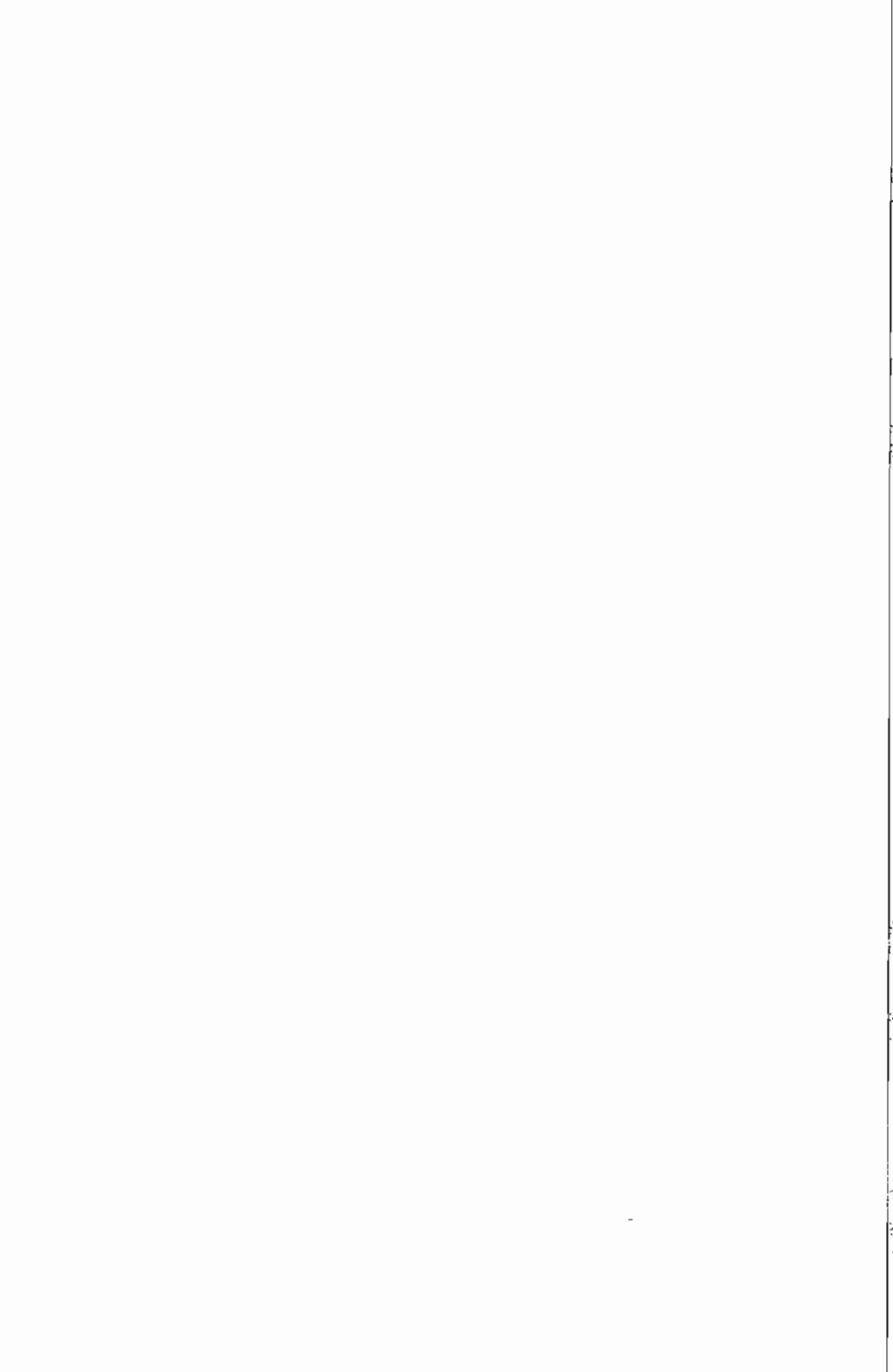
Notas

1 *Teorias da Comunicação*, 3.ed. Lisboa, Editorial Presença, 1994. p.13.

2 *Op. cit.*, p.120

3 *Em resenha publicada no sitio chileno Fucatel* - Observatorio de Medios (Disponível em <<http://www.observatoriofucatel.cl>>).

4 *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997. p. 119



Eles mataram o Vlado

Luciana de Oliveira*

JORDÃO, Fernando Pacheco. *Dossiê Herzog: prisão, tortura e morte no Brasil*. 6. ed. São Paulo: Global, 2005.

O livro, *Dossiê Herzog*, do jornalista Fernando Pacheco Jordão, está escrito na primeira pessoa. De fato, trata-se de relato emocional e dramático, que descreve de forma minuciosa a morte do jornalista Vladimir Herzog, em 25 de outubro de 1975, mesclando a narrativa jornalística com um texto de caráter de desabafo, só possível de ser assim redigido por quem viveu de perto o horror do regime militar.

O autor, quando da morte de Vlado, era o diretor cultural do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de São Paulo e amigo pessoal de Herzog, de modo que esteve envolvido fielmente na apuração das investigações sobre a morte do colega. Este, por seu turno, era diretor de telejornalismo da TV Cultura. No dia 24 de outubro de 1975, recebeu, na própria TV, a visita de militares que solicitaram o seu comparecimento pela manhã no DOI-CODI. No dia seguinte, 25 de outubro, estava morto. O boletim expresso pelo DOI indica o suicídio como *causa mortis*. Era o período da presidência do general Ernesto Geisel e o governo estadual de Paulo Egídio.

Eles mataram o Vlado. Com esse título, Jordão inicia o seu livro. Essa frase, expressa pelo autor no momento em que a morte de Herzog foi anunciada, externa não apenas a sua revolta e indignação, mas também o desejo de provar que o suicídio representa uma farsa montada pelos militares. Como companheiro de trabalho na TV Cultura, o autor relata os objetivos de Vladimir Herzog ao assumir a direção do jornalismo na emissora. Ele apresentou propostas de mudanças em toda a programação, pois estava disposto a tornar a emissora socialmente útil e de interesse público, mediante afirmações deste teor:

Professora do curso de Comunicação Social (Radialismo) da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

O jornalismo em rádio e TV deve ser encarado como instrumento de diálogo e não um monólogo paternalista.

Um telejornal de uma emissora do Governo também pode ser um bom jornal, e para isso não é preciso 'esquecer' que se trata de uma emissora do Governo. Basta não adotar uma atitude servil.

Ainda nesse trabalho de reestruturação, Vlado denunciou defeitos no modelo vigente da grade de programação, tais como: indefinição de objetivos, alto grau de elitismo e desconhecimento do público-alvo. Afinal, acima de tudo, ele enxergava a TV pública como responsabilidade social. A própria Fundação Padre Anchieta possibilitou bolsa de estudos do governo britânico para que Vlado fizesse um curso de televisão, o qual, segundo o autor, teve papel decisivo na formação do jornalista.

O novo modelo de telejornalismo da TV Cultura estampava, com clareza, as mudanças propostas por ele. Um documentário sobre vietcongues exibido pelo canal foi alvo de críticas por parte do jornalista Cláudio Marques. Tais críticas persistiam, com frequência, no *Jornal da Tarde*, suscitando desconfiança da participação de Vladimir com o Partido Comunista entre os órgãos de repressão do regime militar. Vários foram os levantes contra o novo conceito de TV implantado, destacando-se, sempre, a figura do "difamador Cláudio Marques", segundo palavras textuais de Jordão.

E o livro vai além. Narra a luta da família de Herzog e do Sindicato dos Jornalistas para provar que a *causa mortis* suicídio era tão-somente uma mentira para justificar o assassinato de Vlado, encobrendo as atrocidades cometidas nos porões da ditadura militar. A conduta corajosa de Clarice Herzog, viúva de Vlado, é exaltada durante todos os capítulos da obra, já que foi graças à sua persistência que se desencadeou o movimento em busca de esclarecer a morte do seu marido. Clarice afirma, sempre, e com veemência: "eu estava disposta a provar que tudo era mentira." Mesmo diante da conjuntura repressiva da época, essa mulher não se acovardou, e decidiu enfrentar o aparelho repressor do Regime.

A maior parte dos capítulos tem como título frases expressas na época por familiares e amigos. A partir desse prenúncio, o texto inicia-se, o que aproxima ainda mais o leitor da situação vivida.

A partir do ocorrido e diante da mobilização da sociedade, a morte de Vladimir desencadeou intenso abalo na estrutura governamental da época. Vários setores da sociedade, como instituições de ensino, sindicatos e religiosos manifestaram-se. O ponto alto dos protestos foi o culto ecumênico ministrado por dom Paulo Evaristo Arns, o rabino Henry Sobel e o reverendo Jaime Wrieth, na Catedral da Sé, São Paulo, o qual reuniu mais de 8 mil pessoas em um protesto pacífico e ordeiro.

O desmantelamento dos órgãos do Regime ficou claro com a demissão do comandante do Exército, o general Ednardo D'Ávila Melo. A morte de Vladimir Herzog vinha a confirmar as denúncias das ocorrências no DOI-CODI, fato que não convinha ao Exército nem ao regime militar. Tudo isto é tratado pelo autor com profundo conhecimento, mediante a inclusão de muitas evidências e informações, extraídas tanto dos depoimentos do processo quanto das declarações de amigos e familiares.

A obra tem como foco o processo movido por Clarice Herzog contra os militares. Entretanto, ao contrário de muitos outros casos, esse processo não visava ao ressarcimento financeiro, mas sim, exigia a responsabilização da União pela morte do jornalista. E mais, *Dossiê Herzog* traz depoimentos de outros jornalistas, como Paulo Markun, Duque Estrada e Antony de Christo acerca das suas experiências enquanto torturados nas dependências do DOI. Isto porque, desde a reabertura do caso Herzog, várias incoerências sobre o fim de presos políticos foram encontradas. Na maioria das vezes, as mortes eram justificadas como suicídio, atropelamento e outros motivos. E o processo é, assim, marcado por testemunhos minuciosos e estarrecedores das vítimas de torturas do regime.

As afirmações do autor são geralmente embasadas por documentos utilizados no processo e por notas vinculadas nos jornais da época. Ademais, a sua proximidade com a família de Vlado e a sua linguagem, não apenas jornalística, mas afetiva, proporciona ao leitor vivenciar a revolta e o desespero passado por familiares e amigos.

À medida que os depoimentos aparecem, ao mesmo tempo, incoerências e contradições sobre o caso Herzog também emergem. A primeira incoerência é justamente a causa da morte alegada pelos militares. Justificada por enforcamento utilizando cinto, posteriormente,

se comprovou que o macacão usado, obrigatoriamente, por todos os presos, não continha qualquer cinto. O próprio laudo, assinado pelo médico legista Harry Shibata, que, à época, afirmou ter autopsiado o corpo de Vladimir, foi contradito pelo próprio Shibata. Posteriormente, ele declarou nem sequer estar em São Paulo naquele momento.

As contradições dos depoimentos dos militares envolvidos deixam clara a situação insustentável da mentira quanto ao suicídio. Desta forma, três anos após a morte de Vlado, o juiz Márcio José de Moraes reconheceu, de forma inédita, a União como responsável pelo assassinato de Vladimir Herzog. Tal condenação da União não trouxe apenas a efetivação da justiça, mas também desestruturou a ordem governamental. Em 1979, o Brasil passou de um governo estritamente repressivo para um outro que se viu obrigado a iniciar a abertura política. Por isto, o autor assegura que o fim trágico do amigo foi mais do que um marco na história do jornalismo brasileiro, para se impor como um dos fatos mais importantes na mudança política da história do Brasil.