

Crítica da Mídia - página de observação da mídia maranhense¹

Eula Paula Araújo Mendes BELFORT²

Franklin Halleson Lucas da SILVA³

Italo Miquéias Correia ARARIPE⁴

Arlan Fabio Azevedo Mendes SOBRINHO⁵

Ingrid Cutrim Garcia LEITE⁶

Marcele Cristina da Silva COSTA⁷

Franklin Douglas FERREIRA⁸

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO

As redes sociais tornaram-se o principal espaço de compartilhamento de conteúdos, dos mais diversos e até mesmo de pouca circulação nos meios tradicionais de comunicação. Exemplo disso é o tema da crítica da mídia, praticamente ausente na pauta da mídia convencional. O silenciamento é flagrante em todos os veículos. Nessa lacuna, a página “Crítica da Mídia”, hospedada na rede social *Facebook*, surgiu como experimento da disciplina do mesmo nome, que almeja debater a mídia maranhense utilizando a rede social Facebook como espaço de compartilhamento de críticas, abordagens e discussões inexistentes sobre o tema na realidade maranhense. A página “Crítica da Mídia” acompanha sobretudo a produção do jornalismo impresso, mas também volta-se para outros tipos de mídia. Busca ser um espaço de debate do que não é permitido se falar na mídia local.

PALAVRAS-CHAVE: Crítica da mídia; Webjornalismo; Jornalismo; Comunicação; Mídia maranhense.

1 INTRODUÇÃO

A Declaração Universal dos Direitos Humanos diz, no artigo XIX:

“Todo homem tem direito à liberdade de opinião e expressão; Este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independente de fronteiras”.

¹Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Jornalismo, modalidade JO 13 Produção Jornalismo Literário e/ou de Opinião.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. E-mail: eulabelfort@hotmail.com.

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. E-mail: lucashalleson@hotmail.com.

⁴ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. E-mail: stauff.italo@gmail.com.

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. E-mail: arlann.azevedo@hotmail.com.

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. E-mail: ingridcutrim@gmail.com.

⁷ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. E-mail: marcele_cristina@hotmail.com.

⁸ Professor orientador do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. E-mail: franklindouglas@elo.com.br.

Porém, isto não se aplica no jornalismo maranhense, em especial os jornais impressos, que são controlados pelas grandes famílias políticas do Estado. Estas utilizam o poder que possuem para influenciar o fazer jornalismo de seus funcionários, que devem seguir a risca suas “cartilhas”. Determinando assim, o que deve ou não ser veiculado e quais os pontos de vista devem ser adotados.

Do outro lado do “campo” está a sociedade, que tem o seu direito de opinar e de receber a informação sem interferências negado. Dessa forma, a página “Crítica da mídia” foi criada para mostrar a sociedade o quanto o fazer jornalismo no Maranhão está permeado por influências diversas (econômica e política, sobretudo), além de permitir que seus seguidores adquiram opinião própria e crítica a respeito dos temas em questão.

2 OBJETIVO

O propósito da página “Crítica da Mídia” é registrar a influência dos interesses das instituições jornalísticas na produção de suas matérias. Ora, como afirma Mattelart (apud GENRO FILHO, 1987, p.69), tal influência se reveste sob uma ideologia dissimuladora que esconde o caráter vertical da comunicação, o que aprofunda o abismo entre o emissor e o receptor. A citação traduz a realidade do jornalismo maranhense, que claramente sofre influência política. Os grandes representantes dessa interferência são os jornais O Estado do Maranhão, Jornal Pequeno e O Imparcial, controlados pelos mais influentes grupos de mídia do estado – sob propriedade das famílias Sarney, Bogéa e grupo Diários Associados, respectivamente. Com base nisso, a página “Crítica da mídia” se propõe a analisar, criticar e opinar sobre o modo de fazer jornalismo desses periódicos e a observar a que ponto pode ir tal influência, usando como método a comparação, ou seja, analisando o modo como a mesma notícia é tratada ou ignorada por esses veículos de comunicação.

3 JUSTIFICATIVA

A “necessidade social de conhecer os acontecimentos do mundo, para uma utilização prática na formação de uma opinião ou a decisão de uma ação adequada” é parte inseparável do conjunto de expectativas da coletividade (CLAUSSE, 1963 apud MELO, 1994, p. 16). Além disso, conforme afirma Fontes, não há possibilidade de uma explicação neutra de uma sociedade de classes, pois esta é formada por várias instâncias sociais distintas entre si e que

carregam consigo inúmeras contradições. A imprensa, portanto, consolida a coesão da classe dominante e difunde e legitima a sua ordem. (FONTES, 2008, p. 149-150). A partir dessas premissas, entende-se que veículos de comunicação são “aparatos” ideológicos de representação da realidade: trazem consigo as contradições da sociedade e influenciam pessoas, grupos e comunidades, deixando de lado a concepção de neutralidade ou imparcialidade jornalística. Dessa maneira, faz-se necessária a existência de algo que “traduza” o discurso dos jornais, para que o leitor, partindo dessa “tradução”, possa criticar, interpretar e/ou opinar sobre os fatos.

Como resultado das leituras e dos debates realizados em sala de aula na disciplina Crítica da Mídia, a página “Crítica da mídia” é um esforço para traduzir o discurso jornalístico, através de observações, críticas e comparações, garantindo que todos aqueles que desejarem tenham acesso a essas informações. Os principais alvos dos comparativos feitos pela página são os jornais: O Estado do Maranhão, O Imparcial e o Jornal Pequeno. Sem deixar de lado outros periódicos, locais e nacionais, quando necessário, bem como outras mídias, a exemplo de postagens na internet, reportagens em rádio e TV, etc.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O primeiro passo foi escolher em que plataforma a página seria construída. A contemplada foi a rede social *Facebook*, por ser um dos meios de interação entre as pessoas mais utilizado na sociedade contemporânea. Dentre as categorias existentes na plataforma foi escolhida a opção “Comunidade” para hospedar a *fanpage*. O nome da página, “Crítica da Mídia”, foi escolhido através de uma votação entre os alunos.

Feito isso, iniciou-se as postagens na página, tendo sido a primeira no dia 30 de janeiro, que trazia cartuns produzidos pelos alunos, cujo o tema apresentava uma crítica da mídia brasileira. A postagem seguinte mostrou o modo como os três principais jornais, O Estado do Maranhão (oposição), O Imparcial (simpatizante da nova gestão) e Jornal Pequeno (aliado do novo governo). Abordaram os trinta primeiros dias do recém-eleito governador maranhense Flávio Dino.

A partir de então, iniciou-se uma sequência de postagens sempre trazendo esses três jornais como fontes de comparação, sem deixar de buscar outras mídias quando necessário. Durante toda a disciplina foi feita a leitura diária dos periódicos locais procurando identificar erros gramaticais, os diferentes enfoques dados à cobertura de um mesmo fato, a

falta de relação entre a foto da capa e a manchete e outras observações. As postagens geralmente são ilustradas com as páginas dos periódicos em destaque.

Tudo isso foi registrado em fotos que posteriormente foram publicadas na página “Crítica da Mídia”, sempre acompanhadas de um breve comentário, para contextualizá-las.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Criada para conglomerar trabalhos produzidos por alunos da disciplina Crítica da Mídia, do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, a *fanpage Crítica da mídia* serve como espaço para análise do que é produzido nas principais mídias impressas do Estado do Maranhão, em especial os periódicos O Estado do Maranhão, O Imparcial e Jornal Pequeno, mas também é permissível a observação em alguns outros campos da atividade jornalística, como sites e televisão.

Integrada ao *Facebook*, a página veio ao ar em 30 de janeiro de 2015 com a publicação de 22 cartuns produzidos pelos alunos da disciplina motivados pelo atentado ao jornal francês Charlie Hebdo. A série conta com ilustrações que trazem crítica ao que é veiculado pelos principais meios de comunicação brasileiros. O cartum, como definiria Melo,

é apenas uma anedota gráfica. Crítica mordaz. Geralmente não insere personagens reais ou fatos verídicos, mas representa uma expressão criativa do caricaturista, que penetra no domínio da fantasia. Mantém-se, contudo, vinculado ao espírito do momento, incorporando eventualmente fatos e personagens. (MELO, 1994 p. 168).

É o caso da imagem que ilustra o perfil da *fanpage*. Criado pelo aluno Franklin Silva, o cartum expressa o aprisionamento e a mordaza imposta pelos meios de comunicação à sociedade contemporânea brasileira - em especial a Rede Globo de Televisão - que, mediante ao que lhe é veiculado, não tem forças para reagir e, sequer mudar de canal. Outra crítica que meandra toda a produção elaborada pelos alunos é a charge digital, criada pelo estudante Raimundo Nonato Castro de Castro, que ocupa a capa da página desde a sua criação. A figura em questão destaca as principais personalidades do eixo comunicacional maranhense – os blogueiros Luís Cardoso e Marco Aurélio D’Eça e o jornalista Lourival Bogéa –, além da ex-governadora Roseana Sarney, que detém como patrimônio a maior rede de comunicação do Estado, que é o Sistema Mirante de Comunicação, afiliada da Rede Globo, e que atua no rádio, televisão, impresso e internet.

Esses problemas discutidos nas ilustrações são salientados por Beltrão que, baseado em Jesus Tobio Fernandez, afirma que é natural do leitor/público ter um senso crítico:

Todo ser humano, naturalmente, se inclina a criticar dentro da atividade mental elaboradora de juízos. Todos criticamos diariamente o que contemplamos e que de uma forma maneira ou outra nos afeta. Criticar responde à natureza do homem esse eleva com seu nível cultural. Dado o fato ou acontecimento, em processo normal e automático se segue a crítica. Como a vista distingue o que se vê, o entendimento discrimina o que entende e o qualifica logo. Todo homem conhece, todo homem julga e critica. Fundamenta-se a crítica na imperfeição de todo humano e tem sentido porque o humano é suscetível de correção e melhoramento. (FERNANDEZ apud BELTRÃO, 1980, p. 21-22).

A partir de então, vários recortes de matérias publicadas nos periódicos O Estado do Maranhão, O Imparcial e Jornal Pequeno foram inseridas na *fanpage* para dar vazão ao conteúdo aplicado em sala de aula pelo Prof. Ms. Franklin Douglas Ferreira. Assuntos inerentes à realidade maranhense são os mais pautados, como a cisão entre os três principais jornais da capital. O Estado do Maranhão configura como única frente de oposição ao governo Flávio Dino (PCdoB), atual governador do Estado, e os jornais O Imparcial e Jornal Pequeno, aliados ao governo, preocupam-se em ressaltar as atividades desenvolvidas na atual gestão em seus primeiros dias de mandato.

Apesar de se apresentarem como meios de comunicação imparciais, os três principais periódicos do Maranhão são carregados de opinião e linha político-ideológica. Beltrão (1980) aponta que nem todas as notícias devem ser carregadas de opinião. Segundo ele, para que haja opinião em jornalismo é necessário que o objeto noticiado seja um fato questionável, ou seja, que dê margem a uma opção do sujeito entre duas ou mais alternativas, igualmente possíveis. Se este objeto não comportar várias dissidências, não há lugar para a opinião. Para constatar essa premissa, o autor foi buscar respaldo nos primeiros jornais do século XVII, que eram carregados de informações com um viés opinativo. No Brasil, a opinião teve ascensão do período Regencial até 1880, após um início conturbado com a imprensa da época da Independência onde eram noticiados fatos sobre o Imperador que lhe causavam bastante constrangimento. Hipólito da Costa, primeiro editor do Correio Braziliense, explica bem este período:

O caráter opinativo visa mostrar com evidência os acontecimentos do presente e desenvolver as sombras do futuro, pois o trabalho dos redatores das folhas públicas não é o de apenas mero informador, mas de um elemento que, munido de uma crítica sã e de uma censura adequada, representa os fatos do momento, das reflexões sobre o passado e as sólidas conjecturas sobre o futuro. (RIZZINI, apud BELTRÃO, 1980, p. 36)

Beltrão (1980) também aponta que graças à presença da opinião nos jornais impressos foi possível documentar a evolução da política no Brasil, e é graças a ela, com todos os seus exageros e paixões desenfreadas, que se consolidou a Independência, a extinção da escravatura e o cumprimento à destinação de república democrática no país.

Assim como há um juízo de valor para apontar o que deve ser noticiado de forma opinativa, Beltrão (1980) destaca que um jornalista ou uma empresa jornalística podem ser isentos de opinião:

Quando alguém declara que não tem opinião, não quer dizer que não sabe e, sim, que não tomou posição por falta de interesse ou por não ter presente as possibilidades de opinar ou por não contar com elementos com os elementos suficientes para que sua adesão se mobilize até uma delas. Isso significa que não se tem opinião sobre qualquer coisa, mas somente sobre certos temas que interessam para orientar a vida. (BELTRÃO, 1980, p. 16).

Lippman (1956, p. 17) considera que “toda opinião é somente a opinião de alguma pessoa” e Childs (1964, p. 18) complementa afirmando que “a opinião pública refere-se sempre a um grupo de opiniões individuais, e não a uma coletividade mística que paira no ar sobre as nossas cabeças e que só se consegue determinar um estado de opinião pública a partir da coleta de opiniões individuais”. Mas, seria viável emitir opiniões tão abertamente em jornais ou telejornais? De acordo com Beltrão,

O jornal tem o dever de exercitar a opinião: ela é que valoriza e engrandece a atividade profissional, pois, quando expressa com honestidade e dignidade, com a reta intenção de orientar, sem tergiversar ou violentar a sacralidade das ocorrências, se torna fator importante na opção da comunidade pelo mais seguro caminho à obtenção do bem-estar e da harmonia do corpo social. (BELTRÃO, 1980, p. 14).

Um fato que precisa ser bem explicado é que opiniões são complementares à notícia. Segundo Beltrão, o público carece de uma opinião após a transmissão de uma notícia. Ele admite que a opinião é veiculada no jornalismo em três categorias específicas: a do editor, a do jornalista e a do leitor:

A opinião do editor é expressa pelos editoriais e pela linha do jornal, identificáveis pelo relevo dado a determinadas matérias, pelos títulos, fotografias e outras características. Fundamenta-se em diversos elementos como: a) as convicções filosóficas do grupo; b) as informações e relações que envolvem o tema proposto; c) as sondagens e pesquisas realizadas na área de circulação e influência do veículo; d) a experiência jornalística dos chefes de redação, algumas vezes mesmo reunidos em conselhos editoriais; e, finalmente, e) os interesses econômicos da empresa. (BELTRÃO, 1980, p. 19).

O intuito da *fanpage* é justamente expor essas opiniões divergentes a partir da análise de um mesmo fato entre os principais periódicos locais. E para dar maior amplitude

às notícias produzidas pela mídia maranhense, adotou-se a rede social mais utilizada pela sociedade brasileira: o *Facebook*.

Não é à toa que a *social network* tem sido adotada como principal meio de distribuição do que é elaborado pelos meios de comunicação. Segundo Filho (2009), isto acontece por que o jornalismo online é menos sobrecarregado de impostos, usa-se de menos publicidade e compete com as formas tradicionais de jornalismo. E complementa:

A pergunta que se faz é se ele chegará a ser um dia tão poderoso quanto o jornalismo impresso ou o de TV. Hoje, a internet já deixou de ser um lugar para onde se deslocava o material velho, significando, ao contrário, um espaço mais valioso para a produção do jornalismo, um espaço onde se vê mais, onde se vende melhor e com perspectivas futuras muito promissoras. (FILHO, 2009, p.62-63).

Em seus três meses de atividade, a página “Crítica da mídia” obtém aproximadamente 700 curtidas (ou seguidores) e conteúdos que vão desde a análise dos jornais locais, compartilhamento de vídeos de interesse dos profissionais da área, produção de textos sobre os 50 anos da Rede Globo de Televisão feitos pelos próprios alunos da disciplina Crítica da Mídia até a promoção de *memes* (ilustrações caricatas de situações do cotidiano) do jornalista Douglas Pinto, que durante a Semana Santa deste ano se envolveu em duas situações cômicas na cobertura de reportagens locais, com repercussão nacional em sites e programas de humor.

6 CONSIDERAÇÕES

A página “Crítica da Mídia” é mais que um espaço onde pessoas podem analisar, criticar e expressar suas opiniões sobre o fazer jornalismo dos meios de comunicação, ela serve como uma ferramenta de estudo desses meios e oferece novas perspectivas sobre o discurso jornalístico. Seu formato, simples e dinâmico, permite que ela se adeque a outras disciplinas da área de comunicação, nesta e noutras instituições, dada sua facilidade em replicar a experimento já viabilizado, o que possibilita, por exemplo, até mesmo em se pensar na criação de uma rede de páginas de “Crítica da mídia”, que permitiria avaliações e comparações dos cenários regionais, nacional e internacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÃO, Luís. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, ARI, 1980.

CHILDS, Harwood L. **Relações Públicas Propaganda & opinião Pública**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1964.

FILHO, Ciro Marcondes. **Ser jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria**. São Paulo: Editora Paulus, 2009.

FONTES, Virginia. **Intelectuais e mídia – quem dita a pauta?** In: COUTINHO, Eduardo Granja (Org.). **Comunicação e contra-hegemonia...** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008. p 145-161.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. New York: The MacMillan Company, 1956.

MARQUES DE MELO, José. 1943. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2. ed.rev. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. (Comunicação de massa).

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Disponível em: <http://www.dudh.org.br/wp-content/uploads/2014/12/dudh.pdf>. Acesso em: 26 de abril de 2015.

ANEXOS

Anexo A – capa da página



The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Crítica da mídia'. The page features a digital charge illustration with the title 'A VONTADE E O CONTEÚDO.' and three speech bubbles containing the text: 'VENDO, LOGO EXISTO!', 'CONTENDO, LOGO EXISTO!', and 'PILHERIO, LOGO EXISTO!'. Below the illustration, there is a section for 'Crítica da mídia Comunidade' with options to 'Criar chamada para ação', 'Curtiu', and 'Mensagem'. The page also displays statistics such as '662 curtidas +28 esta semana' and 'Alcance de publicação de 748 esta semana'. The right sidebar shows 'Promover' options and 'ESTA SEMANA' statistics.

Charge digital que ilustra a capa da página

Anexo B – ilustração da postagem “30 dias de governo segundo os jornais”



AS VERSÕES E O FATO

Flávio Dino tornou-se o segundo governador, na história do Maranhão dos últimos 49 anos, a derrotar o grupo político do oligarca José Sarney - tal feito, antes, só alcançado por Jackson Lago (em 2006).

Natural que seus primeiros 30 dias de governo fossem pauta dos principais jornais da cidade. As capas de hoje (1/2/2015) d'O Estado do Maranhão, O Imparcial e Jornal Pequeno evidenciam:

- 1) Nada de positivo será anotado em O Estado do Maranhão, agora oposição;
- 2) Nada de negativo será destacado no Jornal Pequeno, agora governo;
- 3) Nada que desagrade o governo será repercutido em O Imparcial, lá o Departamento Comercial continua a definir as manchetes de capa...

Anexo C – As 15 postagens de maior repercussão na página “Crítica da Mídia”

Postagem	Pessoas alcançadas	Data da postagem
(1) Não se respeita mais nem santo na semana santa... Douglas Pinto emplacará mais uma no jornalismo CQC?	16.352	01.04.2015
(2) Jornalismo ao vivo tem dessas coisas! - Bom Dia Mirante	4.142	30.03.2015
(3) E o jornalismo maranhense agora tem seu santo...	3.422	31.03.2015
(4) O histórico dia em que Cid Moreira acabou com a Globo no Jornal Nacional	2.484	01.02.2015
(5) As versões e o fato	1.531	26.04.2015
(6) Os dois têm razão	1.122	03.03.2015
(7) ... já nos jornais maranhenses, capas conforme os interesses (contra ou à favor) do governo, pois lista de Janot pegou sarneysistas e dinista...	953	07.03.2015
(8) Quem informou melhor o leitor: O Imparcial ou O Estado do MA	652	25.02.2015
(9) Jornais do país capricham nas capas com a lista de Janot	598	07.03.2015
(10) Uma semana, um governo; Dois jornais, duas versões da realidade...	545	12.04.2015
(11) A principal notícia em São Luís, ontem (30/3), foi a manifestação contra o aumento das passagens...	497	31.03.2015
(12) Rádio PÚBLICA (e não de governo) e DEMOCRÁTICA não interdita debate, não restringe participação de ouvinte...	407	11.02.2015
(13) MUITO ALÉM DO CIDADÃO KANE - Nestes 50 anos da Globo, um pouco de história não- contada	400	20.04.2015
(14) Da série pequenos erros de revisão... O Imparcial - 19/3/2015	368	19.03.2015
(15) A final (do campeonato maranhense de futebol) entre Sampaio e Imperatriz é inédita - como notícia O Imparcial - ou um reencontro 28 anos depois - como destaca O Estado do Maranhão?	342	24.04.2015