
A neutralidade no discurso jornalístico da Veja: o caso da performance no MAM¹

Amanda da Silva OLIVEIRA²

Ricardo Matos de Araújo RIOS³

Universidade Federal de Ouro Preto (Mariana, MG)

Universidade Federal de Juiz de Fora (Juiz de Fora, MG)

RESUMO

O presente artigo discute o posicionamento e a não neutralidade do discurso jornalístico em meio às mudanças de mediação social. Para isso, analisou-se um texto publicado pelo website da Revista Veja sobre uma performance artística no Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM), em 2017. O objetivo deste trabalho está em discutir o processo de neutralidade no texto jornalístico e a necessidade do veículo de imprensa em atender o público-alvo do veículo. Para alicerçar cientificamente este trabalho, elegeu-se como marcos teóricos as ideias de Berger e Luckmann (1996), Charaudeau (2010) e Rodrigues (2002). Espera-se com este trabalho contribuir com as discussões do papel do jornalista em meio à polarização social.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do Discurso; Discurso Jornalístico; Revista Veja.

1. INTRODUÇÃO

Neste artigo, propomo-nos a pensar acerca da produção dos sentidos e a não tentativa de fazer uso da neutralidade durante a construção de uma matéria jornalística; visto que os veículos de imprensa possuem a necessidade de atender ao seu público-alvo de maneira a não delimitar uma margem de ideias que vão de encontro apenas aos aspectos ideológicos do jornalista, mas que precisam, intrinsecamente, demonstrar os fatos do acontecimento em questão.

A ideia de neutralidade e objetividade na construção dos textos jornalísticos tenta seguir uma prática de exatidão em demonstrar os fatos e acontecimentos; no entanto, é preciso entender que tais textos são escritos por seres humanos que, evidentemente, são preenchidos por suas convicções políticas e ideológicas que, aos

¹ Trabalho apresentado na IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019.

² Graduada em Letras pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), e-mail: amandas.oliveira@outlook.com

³ Orientador do trabalho. Graduado em Comunicação Social (Jornalismo), pela UFSJ, Mestre em Relações Internacionais, pela PUC-MG, e Doutorando em Comunicação Social, pela UFJF. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC, email: ricardorios@unipac.br / ricmrios@gmail.com

poucos, se expandem por meio de uma teia de informações calculadamente desenvolvida.

Dessa maneira, esperar uma pura e simples neutralidade nesses textos é, em suma, uma grandiosa expectativa que, por vez, será frequentemente quebrada diante da leitura dos materiais em circulação; visto que textos não são operações matemáticas que podem ser realizadas com objetividade, excluindo completamente as marcas ideológicas de seu calculista; pelo contrário, é possível perceber que um texto pode revelar um grande número de marcas ideológicas do autor, mais do que se pode imaginar.

Posto isto, analisamos, por meio das noções de gatekeeping e da análise do discurso midiático, um texto publicado no website da Revista Veja sobre uma performance artística realizada no Museu de Arte Moderna, na cidade de São Paulo, em 2017. Tal acontecimento gerou um alto índice de discussão sobre o papel da nudez no meio artístico e a participação de crianças durante essas performances. No entanto, tais opiniões de transparência ideológica deveriam ser reclusas apenas aos leitores, não ultrapassando os moldes de construção do discurso da imprensa.

Ainda, para enriquecer a discussão, anterior à análise do texto, discorreremos acerca dos critérios de noticiabilidade em meio à polarização social e sobre a análise do discurso midiático aplicada à realidade da imprensa de acordo com as teorias de Charaudeau (2010). Dessa forma, demonstraremos a importância de manter ou, pelo menos, tentar manter a neutralidade nos discursos jornalísticos.

2. CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE EM MEIO À POLARIZAÇÃO SOCIAL: O PAPEL DO JORNALISTA E DO GATEKEEPING

Segundo Berger e Luckmann (1996), o homem possui uma relação dialética com o mundo, onde ele é produto e produtor. Com isso, o indivíduo pode transformar sua realidade – através da linguagem – por intermédio da mídia, uma instância que, por excelência, será a melhor opção para isso. Além da realidade objetiva, Berger e Luckmann estabeleceram os conceitos de realidade subjetiva, em que existem dois níveis de socialização que modificam a produção da notícia, já que os papéis sociais são priorizados em um dos níveis.

Rodrigues explica (1990) que a Comunicação exerce um papel de centralidade nos dias de hoje. Isso a transforma em um campo de mediação social, que fará uma

espécie de legitimação dos atos de outros campos sociais. Para existirem publicamente, os campos sociais precisam de visibilidade, e a Comunicação dará esta visibilidade a eles. Um exemplo é o da política, onde os políticos precisam mostrar seu trabalho para o público, sempre utilizando a Comunicação. Caso eles não façam isso, não aparecerão para as pessoas. Rodrigues coloca (2002, p. 219) que o discurso midiático - ou seja, o discurso apresentado pela mídia -, não é delimitado, circula, infiltra-se e é infiltrado por outros discursos e práticas discursivas.

O conceito de gatekeeping pressupõe que as notícias são como são porque os jornalistas (ou aqueles que estejam nessa função) assim as determinam. Segundo a prática, o processo de produção da informação é criado como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias passa por vários filtros (ou portões, daí o termo gate em inglês). Esse fluxo é fundamental para que o jornalista ou a pessoa responsável pela notícia decida o que é ou não informação de relevância ao público.

Com a multiplicidade de modais midiáticos e os diversos veículos de comunicação criados na internet, o jornalista não deve se preocupar apenas com os critérios de noticiabilidade, mas também com a repercussão do texto informativo na Rede. Para o jornalista, a grande repercussão significa reconhecimento do público ao produto fabricado pelo profissional. Para a empresa jornalística, o grande tráfego na internet significa não apenas a ressonância do produto, mas também maior possibilidade de geração de lucro, através de cliques em anúncios que façam esse retorno (o chamado Banner⁴ Custo Por Clique) ou links patrocinados. Esse modelo de negócios, onde o lucro é retornado por cliques em banners publicitários moveu a internet nos últimos anos até entrar em exaustão em 2019, quando cortes em empresas criadas com este fim (como BuzzFeed) foram feitos. Na leitura dos algoritmos e relatório de acessos, quanto mais um conteúdo é acessado (e gera lucro), o veículo entende que aquele deve ser o foco das reportagens por determinado período, para que a curva dos acessos e de cliques se mantenha por um bom tempo. Com isso, jornalistas são pressionados a todo momento a entregar mais reportagens com teor semelhante ou na mesma linha editorial do que retornou bons indicadores ao veículo.

Em um veículo de imprensa como o site da Revista Veja, que nos últimos anos abrigou textos jornalísticos e opinativos claramente de oposição à posições de esquerda e aos governos do Partido dos Trabalhadores (2003-2016), a escolha de determinadas

⁴ Banner é o nome técnico dado a imagens presentes na internet com conteúdo publicitário.

opções léxicas ou o foco em certas reportagens não foi uma escolha abstrata. O que houve foi uma clara escolha do gatekeeper (neste caso, o editor) em focar nessa escolha. Em meio à polarização social dos últimos anos e a crise do mercado de comunicação, cabe ao jornalista entender as conversas do público-alvo da publicação e dar ressonâncias às questões levantadas por ele, através de reportagens e textos opinativos, que corroboram com a opinião do leitor. Na polarização social, o leitor evita consumir o que vai contra sua opinião ou suas ideias pré-estabelecidas, rejeitando inclusive veículos que tenham espaço ao contraditório.

3. A ANÁLISE DO DISCURSO MIDIÁTICO APLICADA À NOVA REALIDADE DA IMPRENSA SEGUNDO CHARAUDEAU

De acordo com Charaudeau (2010, p. 67-68), a comunicação surge através de um contrato social, onde deve haver interesse social para que exista a construção do seu discurso. Ou seja, para que haja o discurso midiático, é necessário que exista, antes, interesse público sobre o assunto a ser abordado. Além disso, esse contrato social comunicacional também pressupõe a necessidade de cointencionalidade, a troca de referências prévias dos interlocutores sobre o que será comunicado. Para que exista esse contrato social comunicacional, é necessário existir dois elementos envolvidos: a troca de *dados externos* e de *dados internos*.

Os dados externos são aqueles constituídos pela regularidade comportamental das pessoas, que farão trocas baseadas em discursos de representação que lhes atribuem valores e determinam os quadros onde a comunicação fará sentido aos interlocutores. Para o autor citado, são quatro características que definem os dados externos: condição de identidade (quem participa da comunicação), condição de finalidade (qual o objetivo), condição de propósito (do que se trata aquela comunicação) e condição de dispositivo. Já os dados internos são constituídos pela prática discursiva. A partir da definição dos valores de dados externos, é possível desenhar os dados internos, definidos pelos seguintes espaços: locução (sujeito falante que toma a palavra), relação (qual será a força ou a aliança criada pelo locutor com seu interlocutor), tematização (as instruções e intervenções do processo de comunicação).

Charaudeau também coloca que, como a informação midiática é construída com base na atualidade da informação, da socialidade (as editoriais) e a imprevisibilidade.

Além disso, é papel do jornalista, através deste contrato social midiático, com base na temporalidade, o espaço e a hierarquia dos fatos.

Além destes fatores, Charaudeau (2010, p. 151) também desenvolve um quadro analítico para descobrir quais são os modos discursivos do acontecimento midiático, considerando os mais diversos fatores e desenhos do texto midiático criado a partir do Jornalismo, como demonstra-se no quadro abaixo:

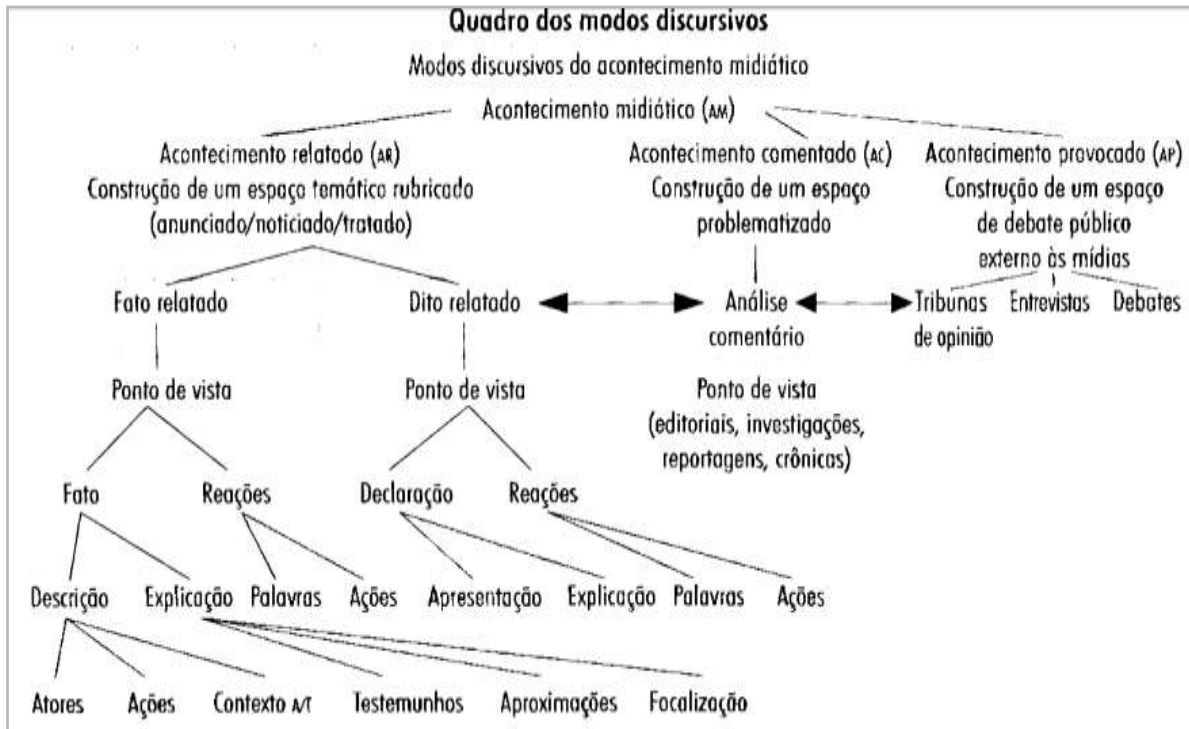


IMAGEM 01: Quadro dos modos discursivos (CHARAUDEAU, 2010, p. 151).

Com este contrato e essas delimitações estabelecidas, é possível construir o discurso midiático e, sobretudo, analisar discursivamente os filtros envolvidos na construção da notícia.

4. O PROCESSO DE NEUTRALIDADE JORNALÍSTICA NA REVISTA VEJA

O texto abaixo refere-se à performance feita por Wagner Schwartz, no Museu de Arte Moderna, em São Paulo, no mês de setembro de 2017. A matéria foi publicada na editoria de entretenimento do site da revista Veja. A reportagem não é assinada por nenhum jornalista. Ela recebe apenas a chancela da Redação:

Em performance no MAM, criança interage com homem nu

Vídeo está causando revolta nas redes sociais; "Insinuações de pedofilia" são "deturpação do contexto", segundo o museu

Em uma performance na abertura do 35º Panorama da Arte Brasileira, no Museu de Arte Moderna (MAM), em São Paulo, na última terça-feira, o artista fluminense Wagner Schwartz se apresentou nu, no centro de um tablado. Em vídeo que circula nas redes sociais, sob fortes críticas, uma menina que aparenta ter cerca de quatro anos aparece interagindo com o homem, que estava deitado de barriga para cima, com a genitália à mostra.

Na performance, intitulada La Bête, Schwartz emula um dos Bichos de Lygia Clark, as esculturas de alumínio com várias dobradiças que podem ser manipuladas pelo público. O artista se posiciona completamente nu em uma espécie de tatame e, então, pode ser manipulado pelos espectadores. A menina toca na canela e nos pés de Schwartz e depois sai engatinhando do espaço, e volta a assistir à performance. Ela está acompanhada de uma mulher adulta – segundo o MAM, sua mãe. Por atenção ao Estatuto da Criança e do Adolescente, o vídeo não foi publicado aqui.

A performance já foi apresentada anteriormente. Nas redes sociais, há registros de uma apresentação em Salvador, no Goethe-Institut, em que uma outra criança (uma menina um pouco mais velha) também interage com o artista, tocando sua cabeça.

Segundo o MAM, a performance aconteceu apenas uma vez, em sessão fechada para convidados. A nota completa do museu:

O Museu Arte de Moderna de São Paulo informa que a performance ‘La Bête’, que está sendo atacada em páginas no Facebook, foi realizada na abertura da Mostra Panorama da Arte Brasileira, em evento para convidados. A sala estava sinalizada sobre o teor da apresentação, incluindo a nudez do artista. O trabalho não tem conteúdo erótico ou erotizante e trata-se de uma leitura interpretativa da obra Bicho, de Lygia Clark, sobre a manipulação de objetos articuláveis. As acusações de inadequação são descabidas e guardam conexão com a cultura de ódio e intimidação à liberdade de expressão que rapidamente se espalha pelo país e nas redes sociais. O material apresentado nas plataformas digitais omite a informação de que a criança que aparece no vídeo estava acompanhada da mãe, que participou brevemente da performance, e que a sala estava ocupada pelos espectadores. As insinuações de pedofilia são resultado de deturpação do contexto e significado da obra. (VEJA, 2017)

É possível notar que temas como a nudez se tornam cada vez mais vetados no Brasil, dado os aspectos religiosos e conservadores que atualmente rondam o país.

É “tempo de incoerência política”. No Brasil o quadro histórico vivido tem demonstrado que o conservadorismo moral e político aparece como o novo e a mudança. Através do desejo por democracia e narrativas de clamor à nação, o pensamento conservador se alastra nas diversas arenas da agenda política brasileira. [...] Sob uma pretensa ausência ideológica – embora carregado de ideologia unicamente pelo motivo de que ela não transforma, mas conserva –, o conservadorismo é a favor da vida, da “família”, do bem comum, da preservação da humanidade e dos costumes estabelecidos que dão sentido à realidade mais imediata e material, apelando ao mesmo tempo à ordem e à mudança. (FERREIRA, 2016, p. 169)

Por conta de tais valores, a performance criada pelo artista Schwartz foi alvo de críticas por parte dos sujeitos que fazem parte dessa “mudança” que visa construir o conservadorismo moral no país e que, obviamente, não validam a nudez como algo comum. A característica mais chocante na performance, aos olhos desses sujeitos, foi o fato de haver crianças durante a apresentação e uma delas tocar no artista. Relacionar as palavras “homem”, “nu” e “criança” na mesma frase, principalmente no título de uma matéria, é uma forma de gerar sentidos para a construção de outro significado, considerando que os crimes sexuais contra a infância são, por vezes, relacionados às mesmas palavras.

A partir disso, procuraremos demonstrar que o discurso jornalístico, nesta matéria, não pode, puramente, conter a neutralidade esperada para este tipo de discurso; visto que, apesar da tentativa de neutralidade por parte do autor, segundo Benveniste (1989), o indivíduo deixa traços, vestígios de sua presença nos enunciados que produz. Sendo assim, nenhum discurso é completamente neutro, pois as ideologias, pelas quais o sujeito é composto, acabam por transparecer em seu enunciado.

A escolha de palavras feita pela redação demonstra sua posição diante do acontecimento: ao longo do texto, temos a palavra “nu” aparecendo três vezes. Tendo em vista de que se trata de apenas três pequenos parágrafos, o leitor, desde o título, já compreende que o artista estava nu; além disso, o autor enfatiza ainda mais a nudez de Schwartz com a expressão: “genitália à mostra”; levando em conta que o artista estava nu, o leitor automaticamente deduz que a genitália estava à mostra. Esse tipo de

reafirmção do já dito produz uma intensificação de algo que o autor acha relevante demonstrar; visto que é, de fato, o aspecto mais perturbador para os conservadores, o texto acaba acentuando uma perspectiva negativa quanto à performance no MAM.

Percebemos que a primeira posição no discurso é composta pela informação da recepção negativa do público na internet e a segunda é uma das falas do museu quanto à performance. Considerando que a atividade nas redes sociais é feita por milhões de pessoas, obviamente a menção da “revolta nas redes sociais” pode ter um peso muito maior do que o parecer do museu. Ainda, durante toda a notícia, o autor não coloca, em nenhum momento, que a performance foi, sim, defendida por uma parcela significativa de pessoas nas redes sociais, incluindo artistas famosos.

Dessa forma, retomando a teoria de análise discursiva de Pêcheux quanto à produção de discurso do sujeito, observamos que a ideologia da redação interfere no posicionamento do texto; posto que, de acordo com Pêcheux (1988), a ideologia está diretamente ligada à produção do discurso do sujeito, sendo ela o núcleo no posicionamento discursivo do indivíduo, já que esse discurso é produzido a partir de uma conjuntura sócio-histórica. Assim,

Isso equivale a afirmar que as palavras, expressões, proposições etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas: retomando os termos que introduzimos acima e aplicando-os ao ponto específico da materialidade do discurso e do sentido, diremos que os indivíduos são interpelados em sujeitos-falantes (em sujeitos de seu discurso) pelas formações discursivas que representam na linguagem as formações ideológicas que lhe são correspondentes. (PÊCHEUX, 1988, p. 160- 161)

Além de enfatizar a nudez de Schwartz, a redação intensifica, também, o posicionamento das pessoas nas redes sociais. Como dito anteriormente, na notícia não há menção acerca da aceitação das pessoas quanto à performance, apenas críticas; e, para intensificar o fato de o vídeo da performance estar sendo criticado, o autor coloca novamente uma expressão semanticamente negativa: “sob fortes críticas”. Portanto, o vídeo além de causar uma “revolta nas redes sociais” também está sofrendo “fortes críticas”, ou seja, a aceitação do público referente à obra de Schwartz, segundo a Veja, é inexistente.

Ainda, a redação opta por não inserir o vídeo na matéria, como se a inserção do mesmo fosse uma violação do estatuto da criança e do adolescente, sendo que o vídeo já

está em circulação na rede. Dessa forma, é possível novamente caracterizar um posicionamento por parte da redação nesta matéria, pois, se o vídeo com tal conteúdo viola o estatuto da criança e do adolescente, é dedutível que, de acordo com a Veja, a performance também viola este estatuto; classificando, assim, a obra de Schwartz como algo criminoso.

Após a primeira postagem da matéria, a redação realizou uma edição inserindo a nota do Museu de Arte Contemporânea acerca da performance. No entanto, nada foi mencionado sobre a nota de esclarecimento do museu, ela foi colocada na matéria de maneira desarticulada, sem nenhuma menção sobre como tal nota foi recebida pelas redes sociais. Essa não menção da redação, acerca da nota, também é uma demonstração do posicionamento negativo quanto à performance no museu.

Charaudeau (2010) grafá que “é o contrato de comunicação midiático que gera um espaço público de informação e é em seu próprio quadro que se constrói a opinião pública”; partindo da ideia de que o discurso midiático colabora para a construção da opinião pública, podemos considerar que, nessa matéria, a Revista Veja está, de certo modo, levando o leitor a construir uma opinião que ajusta-se às ideologias da redação, deixando leves pistas para que esse leitor tome uma posição de mesmo sentido da revista.

Dessa forma, podemos concluir que a neutralidade no discurso jornalístico da Veja, nessa matéria sobre a performance de Schwartz, inexistente. O conjunto de palavras utilizado para compor a matéria e a intensificação de determinados pontos do acontecimento fazem com que seja possível denotar um posicionamento específico acerca da performance; deixando, deste modo, transparecer a formação ideológica do autor do texto.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise realizada no discurso construído no texto publicado no website da Revista Veja, em 2017, foi possível perceber como a transparência das ideologias do autor podem levar, facilmente, o leitor por um caminho que vai além de apenas a informação; distanciando, então, o texto de seu objetivo principal: informar.

Assim, notamos que a combinação lexical realizada pelo autor, demonstra uma aversão à performance do MAM, deixando-a transparecer claramente em seu texto; atitude que denota certa antipatia face ao acontecimento artístico. A hostilidade sutil demonstrada no texto leva o leitor, muitas vezes, a compartilhar da mesma opinião, uma vez que a Revista Veja continua sendo um grande veículo da imprensa brasileira, mesmo com a crise econômica das empresas jornalísticas brasileira.

Em meio à atual polarização social e política do Brasil, é fundamental que o jornalista tenha atenção às escolhas lexicais da construção do título ou da matéria. Se o *gatekeeping* da internet está nas mãos do público e das métricas de acesso, o jornalista não deve ceder a pressões externas e não deve colocar termos que atraiam o leitor habitual, caso contrário, perde-se o valor-notícia, podendo chegar até a uma interpretação de *fake news*.

Por isso, é de suma importância manter o maior nível de neutralidade possível no discurso jornalístico, com o intuito de impedir que o público-alvo seja bombardeado apenas com as formações ideológicas dos autores, que, frequentemente, mantém uma relação de grande hostilidade entre dois pontos, como ocorreu no texto analisado: a combinação lexical hostil do autor transformou arte em crime.

6. REFERÊNCIAS

BENVENISTE, E. **Problemas de Linguística Geral II**. Campinas: Pontes, 1989.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Trad. Ângela Corrêa. São Paulo: Contexto, 2010.

FERREIRA, Guilherme G. Conservadorismo, fortalecimento da extrema-direita e a agenda da diversidade sexual e de gênero no Brasil contemporâneo. *In: Lutas sociais*, v. 20, n. 36, 2016.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso** – uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni Pulcineli Orlandi et al. Campinas: Editora da Unicamp, 1988. 317 p.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. *In: MOIULLAUD, Maurice (Org). Jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora da UNB, 2002, p.217-234.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

VEJA (2017). **Em performance no MAM, criança interage com homem nu**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/em-performance-no-mam-crianca-interage-com-homem-nu/>. Acesso em 24 fev. 2019.