

Na Pilha!: uma escolha narrativa ética com base no interesse público¹

Diana de AZEREDO²

Natany Paz BORGES³

Demétrio de Azeredo SOSTER⁴

Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS

RESUMO

Agendado pelas discussões sobre a redução da maioria penal, enquanto a Câmara dos Deputados se dividia entre a favor e contra a aprovação da PEC 171, um caderno voltado ao público adolescente realiza uma escolha narrativa para abordar o tema. As definições acerca da linha editorial a ser assumida na publicação sofrem pressões internas e externas. Assim, apresenta-se um desafio ao compromisso ético do jornalismo, como serviço social de interesse público, e à manutenção econômica, dependente do interesse do público, ou seja, uma audiência massiva, comumente conservadora. O exemplo da solução encontrada pelo caderno Na Pilha!, na edição analisada neste artigo, ilustra um debate antigo, mas atual no que diz respeito às escolhas feitas diariamente pelos media.

PALAVRAS-CHAVE: ética; jornalismo; jovem; maioria penal.

1 Um pequeno jornal e uma grande questão

A passagem do mês de junho para julho, em 2015, foi marcada pela discussão a respeito da maioria penal no Brasil. Agendados pela votação da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) de número 171, que ocorreu em duas etapas na Câmara dos Deputados, diferentes setores mobilizaram-se contra e a favor da aprovação do projeto.

O texto, elaborado em 1993 por Benedito Domingos, regulamenta a criminalização de adolescentes a partir dos 16 anos, e não mais aos 18. A PEC voltou a ser analisada por sugestão do presidente da Câmara, Eduardo Cunha, conduzido, conforme ele, pelo “clamor popular”, que pedia a redução da violência.

¹ Trabalho apresentado no Intercom Jr. do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Estudante de Graduação 9º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UNISC, email: azeredo_diana@yahoo.com.br.

³ Recém-graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela UNISC, email: borgesnatany@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UNISC, email: deazederososter@gmail.com

A votação causou mais polêmica devido à ocorrência de um estupro seguido de tentativa de assassinado. Ocorrido em Teresina, no Piauí, o crime foi assumido por quatro adolescentes e ganhou grande projeção mediática. Nacionalmente, causou intensa comoção e elevou o tom de quem atribuía o aumento dos índices de violência ao tratamento diferenciado recebido por jovens infratores.

Bastaria um olhar superficial, na época, para perceber a tendência de grandes meios de comunicação de reforçar o posicionamento a favor da redução da maioridade penal. Poucos editores optaram por publicar matérias relacionadas ao trabalho de responsabilização e ressocialização de adolescentes autores de crimes, às possíveis causas da criminalidade em um país com tantas desigualdades sociais, às características da maioria das infrações cometidas por menores, ao comparativo entre crimes envolvendo jovens e adultos, às condições precárias do sistema carcerário, impossibilitado de receber mais presos.

Por sua vez, o caderno Na Pilha!, criado em maio de 2009, pelo jornal Folha do Mate⁵, encontrou-se nesse desafio ético de abordar o tema em uma publicação⁶ voltada ao público jovem. É válido acrescentar que, tendo sido concebido por estudantes do Curso de Comunicação Social, o projeto estabelece, desde a sua fundação, um forte vínculo com a universidade. Assim, essa prática jornalística está atrelada aos conceitos teóricos e valores profissionais aprendidos no meio acadêmico.

Então, como, afinal, tratar de um assunto tão polêmico quanto necessário, em um município que reúne pouco mais de 65 mil habitantes⁷? Como lidar com posicionamentos conservadores presentes no interior da própria redação e demonstrados igualmente pelos leitores? As escolhas resultaram na edição de número 325, que circulou no dia 30 de junho de 2015.

⁵ Criado em 6 de outubro de 1972, o jornal tem uma tiragem de 8,1 mil exemplares e circula de terça a sábado. Sua área de cobertura abrange, além de Venâncio Aires, os municípios de Santa Cruz do Sul, Boqueirão do Leão, Mato Leitão, Vale Verde e Passo do Sobrado.

⁶ Aqui, cabe lembrar que o Na Pilha!, em 2009, 2010 e 2011, estabeleceu parceria com o Curso de Comunicação Social da Unisc, para a realização do Bate-Pilhado. O projeto reuniu centenas de alunos do Ensino Fundamental e Médio para discutir temas como Escolha Profissional e Sexualidade, culminando em um evento com palestra e atrações musicais. Estudantes das quatro habilitações do curso (Jornalismo, Produção em Mídia Audiovisual, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda) produziram matérias, organizaram eventos e fizeram coberturas das ações.

⁷ Venâncio Aires é um município da região central do Rio Grande do Sul (Brasil), fundado em 11 de maio de 1891 e localizado a pouco mais de 100 quilômetros da capital do Estado, Porto Alegre. São quase 70 mil habitantes cujas principais atividades econômicas são plantio de tabaco, agricultura em processo de diversificação e indústrias do setor metal-mecânico. O maior símbolo cultural da cidade é o chimarrão.

2 Interesse público X Interesse do público: a escolha ética de cada dia

O dilema não é novo, porém ainda gera angústia e divide opiniões na rotina produtiva jornalística. Ciente do seu dever de informar, comprometido com os valores éticos de sua profissão, mas também sabendo que a recepção da audiência interfere diretamente na sustentação financeira de sua atividade, o jornalista precisa refletir com grande frequência sobre a decisão do que transmitir ao público.

Quanto à ética jornalística, Pulitzer (2009, p. 39-40), que propôs a criação do primeiro curso superior de jornalismo, afirma: “Sem ter ideais éticos elevados, um jornal, mesmo sendo agradável e lucrativo, não apenas despoja suas esplêndidas oportunidades de prestar serviço ao público, como pode tornar-se um perigo real para a comunidade”.

Ele, na condição de jornalista, deixou as próprias marcas sensacionalistas no exercício profissional e, na busca por se redimir, passou a defender que o jornalismo deveria ser ensinado. Nesse sentido Karam (2004) ressalta que pensar a prática é uma forma de contribuir para que ela, pela intervenção da teoria, adquira novos procedimentos e avance em muitos pontos.

Desta forma, a vocação ou o dom não bastariam para direcionar os aptos a seguir carreira nas redações. Seria necessário, muito além da preferência natural, a formação técnica e, principalmente, ética.

Acima do conhecimento, acima das notícias, acima da inteligência, o coração e a alma de um jornal se sustentam em seu senso moral, sua coragem, sua integridade, sua humanidade, sua simpatia pelos oprimidos, sua independência, sua devoção ao bem comum, sua propensão a prestar serviço à população. (PULITZER, 2009, p. 40).

Marshall (2003) reflete sobre a estética jornalística, influenciada pelo neoliberalismo e semelhante à publicidade. Segundo ele, na busca por produzir algo atrativo ao número máximo de pessoas, a profissão fica distorcida. “O jornalismo pós-moderno transforma-se em um ‘jornalismo cor-de-rosa’ *marquetizado*, mercantilizado, estetizado e essencialmente *light*, um amálgama estético e capitalista.” (MARSHALL, 2003, p. 30, grifo do autor).

Já Karam (2004) corrobora afirmando que os princípios morais da profissão e os interesses particulares que envolvem a mídia acabam, comprometendo, o próprio sentido social da profissão jornalística.

Visando não apenas a atender ao interesse do público, mas subestimando a inteligência e o senso crítico de sua audiência, os jornalistas não raras vezes esquecem seus

compromissos éticos. Em coberturas superficiais, facilmente digeridas, abrem mão do dever de promover debates plurais, deixando de oferecer às pessoas as ferramentas necessárias ao melhor exercício da cidadania. Bahia (1990, p. 9) lembra que “é da natureza do jornalismo levar à comunidade, direta ou indiretamente, a participar da vida social. Nesse sentido, assume uma condição de intermediário da sociedade”.

Um exercício ideal de responsabilidade social e moral do jornalismo está em aplicar as suas energias no sentido de conferir status a questões públicas, pessoas, organizações e movimentos sociais que não sejam exclusivamente aquelas que se acham no centro da atenção de massa. (BAHIA, 1990, p. 225-226).

O autor também observa que a mídia tem o potencial de criar impressões e direcionar a compreensão que se tem da realidade. Segundo Bahia (1990, p. 222), “a opinião pública – e ainda que só o público – se orienta, muitas vezes decide e quase sempre raciocina, não pelas coisas em si mesmas, mas pelas feições que lhe damos, pelas imagens que os veículos de comunicação lhe atribuem”.

Entendemos, portanto, que, na intenção de fazer um trabalho sério, é necessário voltar à essência da profissão. Visualizar e tornar visíveis questões deixadas à margem, mas imprescindíveis à compreensão do contexto, é função primordial do jornalista. “O jornalismo contém um papel potencial de transgressor social, porque sua ordenação do mundo não pode esquecer o mundo irresolvido, que dessincroniza os discursos do poder e desestrutura a harmonia das relações sociais”, constata Karam (2004, p. 82).

Se é verdade que para o jornalismo o imediato não é o ponto de partida, mas de chegada, essa atividade demanda de quem a exerce um trabalho sistemático de reflexão para a escolha dos fatos e para sua exposição como notícia numa perspectiva que possa contribuir para abalar as certezas cristalizadas no senso comum. (MORETZSOHN, 2007, p. 252).

Bucci (2000), que dedica suas obras às discussões éticas acerca do jornalismo, comenta os mandamentos do jornalismo listados por Paul Johnson. Os profissionais da imprensa, segundo o autor, devem estar dispostos a liderar e demonstrar coragem. Isso significa “remar contra a maré, ter a iniciativa de, se necessário, combater o senso comum” (BUCCI, 2000, p. 166).

3. Direitos da criança e do adolescente: representações construídas pela imprensa

Ao explicar o funcionamento da Agência de Notícia dos Direitos da Infância (ANDI), Canela (2008) chama a atenção para o potencial dos *mass media* de contribuir com a democracia e fortalecer compromissos de desenvolvimento social assumidos pelos Estados. O pesquisador cita documentos para mostrar que a legislação brasileira considera a criança e o adolescente como “prioridades absolutas”.

Se o Estado (governo e sociedade) acorda, institucionalmente, que este recorte etário merece tal distinção, é tarefa da mídia, enquanto controladora social, verificar se os meios necessários para assegurar os direitos dessa população estão sendo perseguidos e implementados. (CANELA, 2008, p. 59).

A garantia de efetivação desses direitos passa pela imprensa, na condição de “cão vigia”. Ao propor questões e aprofundar temas, os veículos concedem visibilidade aos assuntos e incentivam o debate por outros setores da sociedade. Essa teoria não é novidade e foi sistematizada por autores como Traquina (1999) e Wolf (2009).

A mensagem dos meios de comunicação contribui para a construção da realidade em que vivemos; “o aparecer na mídia”, não raro, é o fiel da balança na decisão pública de se atirar determinada política governamental nas gavetas do esquecimento ou trazê-la à tona, reforçando-a com o debate e as verbas necessários para que ela se torne realidade. Estamos, portanto, assumindo que a mídia tem um poder central nas democracias contemporâneas: definir a agenda pública. (CANELA, 2008, p. 64).

Seguindo esta mesma linha de pensamento, Karam (2004) afirma que a mídia traz uma série de conflitos e problemas humanos do cotidiano, os quais contribuem para a construção da realidade.

Pode ser o relatório da OIT, pode ser o acidente na esquina, pode ser uma descoberta científica, pode ser um suicídio. Fatos que revelam e tornam complexo o andar humano, as angústias, o sofrimento, as alegrias, o desespero, o quadro dramático da fome e o esforço de realização humana. (KARAM, 2004, p.25).

Aliás, não só a mídia, como a comunicação pública, destinada a permitir o exercício pleno do direito do cidadão de se informar e ser informado, se coloca como componente da vida política de um País. Na visão de Kucinski (2009), a maior função do conceito tem relação com o interesse público. Já Brandão (2007) complementa que “a comunicação é um componente da vida política de um país e a Comunicação Pública é o resultado da organização da voz do cidadão neste cenário político”. (BRANDÃO, p.1, 2007).

4. Jornalismo voltado ao público jovem: o incentivo à reflexão

No caso do jornalismo voltado ao público ao jovem é importante que, antes de pensar na pauta, se problematize a juventude. Isso porque diz respeito ao período que ocorre o reconhecimento de questões consideradas fundamentais para a construção de sua identidade perante o meio social. Este período, segundo Procópio e Coutinho (2014), também pode ser definido como o momento que fomenta a ampliação dos vínculos sociais para além dos espaços de socialização primários – família, escola - num movimento de reinserção social, onde novos valores e comportamentos são conhecidos.

Na edição de número 325 do Na Pilha!, a opção de oferecer aos jovens um tema que os incentivou a pensar sobre direitos humanos foge do que Schmidt (2010) considera como as pautas mais frequentes ou de senso comum destinadas para este público. Conforme a autora, entre os assuntos comumente tratados pela mídia neste meio estão gravidez na adolescência, drogas, consumo de novas tecnologias, moda, beleza, entretenimento, educação, emprego, esportes radicais e música. A estudiosa ainda acrescenta que “na busca da satisfação, a mídia tem apostado na construção de uma cultura jovem que precisa ser constantemente renovada”. (SCHIMIDT, 2010, p. 203).

Entretanto, ainda se faz necessário a reflexão sobre a qualidade do conteúdo que é repassado para os jovens, independente de qual for a mídia. Na opinião de Rothberg e Camargo (2013), muitas das reportagens que hoje são oferecidas para este público acabam sendo apresentados como fatos isolados, sem a devida contextualização, tornando superficial o debate.

Se analisarmos o conteúdo do caderno publicado, percebe-se a preocupação dos jornalistas em problematizar, interpretar e trazer outra face que não fosse apenas a da violência. Tal opção tem relação com o enquadramento da matéria, que, de acordo com Soares (2006, p. 541) “reside das propriedades específicas da narrativa noticiosa que encorajam percepções e pensamentos sobre eventos e compreensões particulares sobre eles”. O enquadramento, portanto, contribui para influenciar os leitores a tomar determinada posição.

No caso analisado, o jornal, além de contextualizar o tema, buscou trazer para o leitor relatos e opções de medidas socioeducativas para a ressocialização daqueles jovens.

Neste sentido, vale destacar que foi contra a ‘maré’. Isso porque a pesquisa organizada pela *fanpage*, na rede social Facebook, divulgou que 64% dos leitores se posicionava a favor da redução. O caderno, portanto, ‘contrariou’ a expectativa da sua audiência e trouxe outras ‘vozes’ para o debate. Esses ângulos ajudaram a desvendar partes do cenário que até então podiam não estar sendo visualizadas pelo público. As duas imagens a seguir reproduzem o conteúdo da edição:



Figura 1: Capa do caderno Na Pilha!

Nesta imagem de capa, já fica evidente uma tentativa de romper com o senso comum e com o imaginário construído em torno do “garoto-negro-pobre-criminoso”. A modelo escolhida quebra o estereótipo e a foto, combinada aos tons de preto e branco, já sinaliza para uma matéria “nem tão colorida” e para uma abordagem “séria” do assunto.



Na margem esquerda, o primeiro texto apresenta um resumo da votação em processo no Congresso Nacional e o box menor relata as medidas legais tomadas pelo Estado em caso de infrações cometidas por adolescentes. O depoimento do delegado Vinícius Lourenço de Assunção frisa o dilema da superlotação em presídios, desmitifica o argumento da diminuição da violência, usado como justificativa pelo favoráveis à redução, e chama a atenção para a importância da estrutura familiar.

Na sequência, o relato da jovem de 16 anos, Bianca Zart, enfatiza a importância de iniciativas como a Organização Não-Governamental (ONG) Parceiros da Esperança. Segundo a história divulgada na reportagem, foi frequentando as atividades socioeducativas que a menina, desde os 12 anos, passou a aprender novos valores. Longe da situação de vulnerabilidade, nas ruas e com amigos tão carentes quanto ela, a entrevistada reconhece que teve a chance de mudar de vida.

Na tentativa de problematizar o tema e, mais do que isso, trazer à tona uma abordagem que, até então, quase não havia sido explorada por outros jornais – o Na Pilha! contribuiu para que os jovens aprofundassem a reflexão. Segundo Schmidt (2010), é se comprometendo com este tipo de perspectiva que a mídia colabora para o desenvolvimento de um público mais atuante. “As conquistas do nosso tempo dependem da capacitação da juventude, o que perpassa a discussão.” (SCHMIDT, 2010, p. 298).

Em uma atitude corajosa e comprometida com os princípios éticos da profissão, os produtores do caderno Na Pilha! prestaram um serviço social agendados por um importante debate. Ao contrariarem a expectativa da sua audiência, o senso comum e o que frequentemente se observa nas publicações voltadas ao público jovem, ofereceram informações para ampliar a discussão e aprofundar a interpretação do tema. Entendemos que exemplos como esse são dignos de análise e relato por se aproximarem, em tempos de crise, dos valores essenciais do jornalismo.

REFERÊNCIAS

- BAHIA, J. **Jornal, história e técnica 1: História da Imprensa Brasileira**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990.
- BAHIA, J. **Jornal, história e técnica 2: As Técnicas do Jornalismo**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990.
- BRANDÃO, E. P. **Conceito de Comunicação Pública**. In: DUARTE, Jorge. (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007.
- BUCCI, E. **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CANELA, G. **Monitoramento de mídia, jornalismo e desenvolvimento**. In: CHRISTOFOLETTI, R.; MOTTA, L. G (Orgs.). **Observatórios de mídia: olhares da cidadania**. São Paulo: Paulus, 2008.
- KARAM, F. J. **Ética Jornalística e o Interesse Público**. São Paulo: Summus, 2004.
- KUCINSCKY, B.. Apresentação. In: DUARTE, J. **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2009.
- MARSHALL, L. A estética da mercadoria jornalística. In: MELO, J. M. de; PERUZZO, C. M. K.; KUNSCH, W. L. (Org.). **Mídia, Regionalismo e Cultura**. São Bernardo do Campo: Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social / Universidade Metodista de São Paulo – Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2003.
- MORETZSOHN, S. **Pensando contra os fatos: Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- PULITZER, J. **A escola de jornalismo na universidade de Columbia: o poder da opinião pública**.
- COUTINHO, I. M. S.; PROCÓPIO, C. R. **Telejornalismo: Representação e participação do jovem no quadro Proteste Já do programa de televisão CQC**. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014. Anais.
- ROTHBERG, D.; CAMARGO, A. C. **Contexto, objetividade e sensacionalismo na cobertura jornalística de direitos de crianças e adolescentes**. Porto Alegre: Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, 2013.
- SCHIMIDT, S. **Quando “ter atitude” é ser diferente para ser igual: um estudo sobre mídia, educação e cultura jovem**. São Paulo: Comunicação, Mídia e Consumo São Paulo. Vol. 7 N.19, 2010.

SOARES, M.C. **O papel do jornalismo na política democrática.** In: 32º Encontro Anual da Anpocs, 2008. Anais.