

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – Interações Mdiatizadas

Nívia Rodrigues Pereira

**O USO DAS FONTES E DAS FALAS NO *WEBJORNALISMO* COMO ESTRATÉGIA DE
APROXIMAÇÃO COM O LEITOR NOS CONTRATOS DE COMUNICAÇÃO: um estudo dos *sites*
de notícias *Caros Amigos* e *Veja* sobre a Reforma do Ensino Médio**

Belo Horizonte

2018

Nívia Rodrigues Pereira

**O USO DAS FONTES E DAS FALAS NO *WEBJORNALISMO* COMO ESTRATÉGIA DE
APROXIMAÇÃO COM O LEITOR NOS CONTRATOS DE COMUNICAÇÃO:
um estudo dos *sites* de notícias *Caros Amigos* e *Veja* sobre a Reforma do Ensino Médio**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – Interações Midiatizadas – da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Ângela Mattos

Área de concentração: Interações Midiatizadas

Belo Horizonte

2018

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

P436u Pereira, Nívia Rodrigues
O uso das fontes e das falas no webjornalismo como estratégia de aproximação com o leitor nos contratos de comunicação: um estudo dos sites de notícias Caros Amigos e Veja sobre a Reforma do Ensino Médio / Nívia Rodrigues Pereira. Belo Horizonte, 2017.
120 f.: il.

Orientadora: Maria Ângela Mattos
Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.

1. Jornalismo eletrônico. 2. Periódicos eletrônicos. 3. Mídia digital. 4. Sites da Web. 5. Ensino médio. 6. Reforma do ensino. I. Mattos, Maria Ângela. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. III. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 070.48

Nívia Rodrigues Pereira

**O USO DAS FONTES E DAS FALAS NO *WEBJORNALISMO* COMO ESTRATÉGIA DE
APROXIMAÇÃO COM O LEITOR NOS CONTRATOS DE COMUNICAÇÃO:
um estudo dos *sites* de notícias *Caros Amigos* e *Veja* sobre a reforma do Ensino Médio**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – Interações Mediatizadas – da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Área de concentração: Interações Mediatizadas

Profa. Dra. Maria Ângela Mattos – PUC Minas (orientadora)

Profa. Dra. Ângela Maria Carrato Diniz – UFMG (Banca Examinadora)

Prof. Dr. Ércio do Carmo Sena Cardoso – PUC Minas (Banca Examinadora)

Belo Horizonte, 28 de fevereiro de 2018

À memória dos meus pais, Maria Raimunda Rodrigues Pereira e Antônio de Deus Pereira Filho. Esta dissertação é fruto da luta e da resistência de todos os meus antepassados, pois cada um, a seu tempo e a seu modo, contribuiu para que mais essa etapa fosse iniciada e concluída.

AGRADECIMENTOS

Ao Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG), por me trazer ao mestrado e por ter sido o primeiro apoiador financeiro deste estudo.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e aos governos sensíveis ao bem-estar social, que retornam ao povo o que lhe é de direito, principalmente por meio das políticas públicas educacionais.

Aos amigos de mestrado, Carlos Vinícius Lacerda, Carolina Silva Fernandes, Clara Izabel Costa, Eliane Estevão, Graziela Moreira Vaz, Juliane Reis, Júnia Campos e Nathália Bettoni, pela partilha em sala de aula e fora dela.

Aos amigos da Secretaria de Comunicação Social (SECOM) do CEFET-MG, Diogo Tognolo, Flávia Dias, Gilberto Todescato Telini e Luiz Eduardo Pacheco, pelos momentos de troca, apoio e lamentações acadêmicas. Em especial, ao André Luiz Silva, pelas revisões feitas no texto da qualificação e nesta dissertação.

Ao Amarildo Rodrigues de Oliveira, incentivador incondicional.

À querida Dedé (Profa. Dra. Maria Ângela Mattos), pela mão firme e, ao mesmo tempo, delicada na condução deste trabalho.

À Profa. Dra. Teresinha Maria Cruz Pires, pelas contribuições dadas ao projeto de pesquisa, ao texto submetido à banca de qualificação e a esta dissertação.

À Profa. Dra. Ângela Maria Carrato Diniz, exemplo de profissional crítica da comunicação, pela participação nas bancas de qualificação e de defesa.

Ao Prof. Dr. Ércio do Carmo Sena Cardoso, por ter aceitado participar da defesa desta dissertação.

Àqueles que por razões distintas e em momentos diversos me inspiraram ou me acalentaram na trajetória de pesquisa, em especial Nádia Rodrigues, Wanúbia Sena, Polyana Inácio Rezende Silva, Tiago Salgado, Erika

Dourado, Prof. José Antônio Orlando, Renata Vilella e Jacqueline Moreira.

Ao Centro Espírita Pai Manoel de Aruanda, na pessoa de Joviano Brito, e a todos os médiuns e entidades que integram a Casa, pelo suporte espiritual indispensável em todos os momentos dessa caminhada.

RESUMO

Nesta pesquisa, tem-se por objetivo identificar as estratégias utilizadas pelos *sites* das revistas semanais de informação geral *Caros Amigos* e *Veja* para aproximar e estabelecer contratos de leitura com seus públicos. Para tanto, foram identificadas e mapeadas as fontes jornalísticas, e suas falas, acionadas pelos dois veículos nas matérias relacionadas à Reforma do Ensino Médio brasileiro, veiculadas no período entre setembro de 2016, mês em que foi publicada a Medida Provisória nº 746/2016, e fevereiro de 2017, mês em que a Lei nº 13.415/2017 foi sancionada. Os dados foram coletados, principalmente, a partir de duas planilhas, tendo em vista conceitos da análise de conteúdo para a criação de categorias e regras de avaliação. O estudo justifica-se pelo cenário polarizado presente no País, que reverberam posicionamentos controversos da sociedade civil sobre o tema; pela necessidade de aprofundamento das pesquisas que relacionam educação e mídia; e pela possibilidade de se discutir como se dão os contratos de leitura nos *sites* de revistas semanais. Concluiu-se que as fontes e suas falas têm sido elementos importantes na criação de empatia e proximidade entre os *sites* e seus públicos, podendo interferir nas opiniões dos leitores, como verificado no *site* da *Veja*.

Palavras-Chave. Contratos de leitura. Webjornalismo. Fontes jornalísticas. *Sites* de revistas. Reforma do Ensino Médio.

ABSTRACT

This research intended to identify the strategies used by two Brazilian weekly magazine sites of general information, *Caros Amigos* and *Veja*, to approach and establish reading contracts with their audiences. For that reason, the news sources, and their speeches, were identified and mapped by the two vehicles in reports related to the Brazilian High School reform, published during the period between September 2016, the month in which the provisional measure No. 746/2016 was published, and February 2017, the month in which Law No. 13.415/2017 was sanctioned. Data were collected mainly from two worksheets, considering concepts of content analysis for the creation of categories and evaluation rules. The study is justified by the polarized scenario present in the country, which reverberates controversial positions of civil society on the subject; the need to deepen research that links education and media; and the possibility of discussing how the reading contracts are given on the weekly magazine sites. It was concluded that the sources and their speeches have been important elements in the creation of empathy and proximity among the sites and their audiences, being able to interfere in the readers' opinions, as verified in *Veja's* site.

Keywords: Reading contracts. Web journalism. News sources. Magazine sites. High School reform.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Site da revista <i>Caros Amigos</i>	67
FIGURA 2 – Site da revista <i>Veja</i>	72
FIGURA 3 – Foto repetida em <i>Veja</i>	80
FIGURA 4 – Foto repetida em <i>Veja</i>	81
FIGURA 5 – Foto repetida em <i>Veja</i>	81
FIGURA 6 – Fotos de um mesmo acontecimento	82
usadas em diferentes datas e matérias em <i>Caros Amigos</i>	82
FIGURA 7 – Foto e legenda em <i>Veja</i> contrapõem o “velho” e o “novo” ensino médio	83
FIGURA 8 – Foto e legenda em <i>Veja</i> contrapõem o “velho” e o “novo” ensino médio	83
FIGURA 9 – Foto e legenda em <i>Veja</i> contrapõem o “velho” e o “novo” ensino médio	83
FIGURA 10 – Foto em <i>Caros Amigos</i> reforça o tom de protesto adotado pela revista.....	84
FIGURA 11 – Foto em <i>Caros Amigos</i> reforça o tom de protesto adotado pela revista.....	84
FIGURA 12 – Alguns comentários de leitores de <i>Veja</i>	89
FIGURA 13 – Alguns comentários de leitores de <i>Veja</i>	90

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Quantidade de fontes utilizadas por <i>Caros Amigos</i> e <i>Veja</i>	75
GRÁFICO 2 – Comentários de leitores em <i>Veja</i> sobre a Reforma do Ensino Médio	88
GRÁFICO 3 – Somatório das fontes utilizadas em todas as matérias de <i>Caros Amigos</i> , por categoria, segundo a tipificação “Grupos” de Schmitz	94
GRÁFICO 4 – Somatório das fontes utilizadas em todas as matérias de <i>Veja</i> , por categoria, segundo a tipificação “Grupos” de Schmitz	94
GRÁFICO 5 – Posição das fontes nas falas analisadas em <i>Caros Amigos</i>	96
GRÁFICO 6 – Posição das fontes nas falas analisadas em <i>Veja</i>	96
GRÁFICO 7 – Como são apresentadas as falas de.....	100
representantes do Governo Federal em <i>Caros Amigos</i>	100
GRÁFICO 8 – Como são apresentadas as falas de.....	100
representantes do Governo Federal em <i>Veja</i>	100

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Quadro de classificação de fontes.....	34
QUADRO 2 – Quadro com as opiniões dos entrevistados	53
do <i>Observatório da Imprensa</i> sobre educação e mídia.....	53
QUADRO 3 – Quadro comparativo entre jornais e revistas (impressos e online)	63
QUADRO 4 – Conteúdos das imagens utilizadas em <i>Caros Amigos</i> e	79
<i>Veja</i> e número de vezes que cada conteúdo foi utilizado	79
QUADRO 5 – Origem e autoria das matérias publicadas em <i>Caros Amigos</i> e <i>Veja</i>	86

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

Andi	Agência de Notícias dos Direitos da Infância
BIRD	Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento
BNCC	Base Nacional Comum Curricular
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
CNTE	Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação
EBC	Empresa Brasileira de Comunicação
ENC	Exame Nacional de Cursos
ENEM	Exame Nacional de Ensino Médio
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MEC	Ministério da Educação
MPL	Movimento Passe Livre
PEC	Proposta de Emenda à Constituição
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PT	Partido dos Trabalhadores
OCDE	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
SAEB	Sistema de Avaliação da Educação Básica
UBES	União Brasileira dos Estudantes Secundaristas
UNE	União Nacional dos Estudantes

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1 O CAMPO DO JORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE: TENSIONAMENTOS E CONVERGÊNCIAS.....	18
1.1 Mediação, interação e a midiatização como elementos fundamentais na comunicação e no jornalismo	19
1.2 Acontecimento, enquadramento e notícia jornalística	23
1.2.1 <i>O papel das fontes e das falas</i>	30
1.3 Os contratos de comunicação.....	37
2 O JORNALISMO DE REVISTA NA WEB NO CENÁRIO EDUCACIONAL E SOCIOPOLÍTICO ATUAL.....	43
2.1 Educação, política e sociabilidade no Brasil dos anos 2013-2017	43
2.2 A interface comunicação, jornalismo e educação.....	50
2.3 Diferentes espaços para o desenvolvimento do jornalismo contemporâneo.....	55
2.3.1 <i>Plataforma jornalística de revista</i>	55
2.3.2 <i>Plataforma jornalística web</i>	58
2.3.3 <i>As revistas na web</i>	62
2.4 Delineando o objeto.....	66
2.4.1 <i>Caros Amigos</i>	67
2.4.2 <i>Veja</i>	70
2.5 Síntese e projeção	74
3 AS FONTES JORNALÍSTICAS E SUAS FALAS EM CAROS AMIGOS E VEJA.....	75
3.1 Percurso metodológico.....	75
3.2 A composição das matérias.....	77
3.2.1 <i>Os títulos</i>	78
3.2.2 <i>As editorias</i>	79
3.2.3 <i>As fotografias</i>	80
3.2.4 <i>Os autores</i>	86
3.2.5 <i>Os dados complementares</i>	87
3.2.6 <i>Os indícios do reconhecimento dos leitores</i>	88

3.3 Os textos das matérias	91
3.3.1 O contexto em que as fontes e as falas estão inseridas.....	91
3.3.2 As fontes em <i>Caros Amigos e Veja</i>.....	93
3.3.3 As falas em <i>Caros Amigos e Veja</i>.....	97
CONSIDERAÇÕES FINAIS	101
REFERÊNCIAS.....	103
ANEXO A – Comparación entre diários y revistas (impresos y en línea) (SCOLARI, 2013)	111
APÊNDICE A – Quadro de matérias e fontes dos <i>sites</i> das revistas <i>Caros Amigos</i> e <i>Veja</i> sobre a Reforma do Ensino Médio.....	112
APÊNDICE B – Quadro Análise de conteúdo – Cobertura dos <i>sites</i> das revistas <i>Caros Amigos</i> e <i>Veja</i> sobre a Reforma do Ensino Médio.....	120

INTRODUÇÃO

A importância da imprensa na consolidação do papel da educação regular como prática formativa e instrumento de acesso à cidadania é a mola propulsora desta pesquisa. Busca-se aqui levantar elementos que contribuam para a compreensão do trabalho desenvolvido pela mídia no que se refere à temática da educação na agenda pública, em um mundo com ampla circulação de informação e que passa por transformações cada vez mais ágeis.

Nessa perspectiva, o Centro Federal de Educação Profissional e Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG), Instituição em que atuo como jornalista na Secretaria de Comunicação Social (SECOM), apresentou-se, para mim, como uma porta de entrada à editoria de Educação, de forma mais ampla e, especialmente, à cobertura midiática sobre educação, já que atuo com assessoria de imprensa. Para o amadurecimento de um projeto de sociedade que ofereça qualidade de vida aos sujeitos, em todos os aspectos, reduzindo as desigualdades e promovendo a inclusão, o desempenho desses dois agentes, educação e mídia, é primordial. Mas, apesar de necessária, essa relação é complexa.

Observando o conteúdo disponibilizado pelos portais de notícias e pelos *sites* das revistas semanais de interesse geral, vê-se que essas mídias mantêm a editoria Educação nas suas páginas¹, porém, além da inclusão na agenda, é essencial fortalecer e aprofundar o debate sobre os rumos da educação no Brasil e da sua cobertura midiática. A forma ainda sazonal e superficial com que o tema é tratado pela mídia conlamba análises e debates sobre as especificidades que permeiam esse processo. Diante desses obstáculos, optou-se por escolher como temática para constituição de um *corpus* de trabalho a Reforma do Ensino Médio, acontecimento que abarcou um conjunto de diretrizes que alterou a estrutura do Ensino Médio brasileiro e gerou repercussão social e na imprensa. O tema foi definido por ter atingido a centralidade no debate sobre educação no ano de 2016. A Reforma foi criada por meio de Medida Provisória em setembro do referido ano e sancionada pelo presidente da República, Michel Temer, em fevereiro de 2017. As matérias abrangem justamente esse período, que retrata de forma mais completa a cobertura dos veículos selecionados para análise.

1

Nesse cenário, graças ao crescente alcance, a mídia *online* apresenta-se como meio importante para a análise de notícias na contemporaneidade. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016², da Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal, a *Internet* é o segundo (26%) meio de comunicação mais utilizado para se obter informação sobre o que acontece no País, atrás apenas da televisão (64%). Além disso, é acessada sete dias da semana por 50% dos entrevistados, sendo utilizada 72% das vezes pelo celular.

Dessa forma, foram coletadas as matérias publicadas nos *sites* das revistas *Caros Amigos* e *Veja* sobre a Reforma. A escolha pelos *sites* dessas revistas deu-se por serem de posicionamentos políticos diferentes e por terem apresentado coberturas *online* mais frequentes no período de recorte e com maior número de matérias sobre a Reforma. Mesmo em meio a uma decisão social complexa e polêmica, foram relativamente poucas as notícias sobre a temática publicadas pela mídia *online*. Enquanto a *Veja* publicou catorze matérias, a *Caros Amigos* foi responsável por nove publicações nos seis meses analisados. Outros *sites* de revistas pesquisados (*Carta Capital* e *IstoÉ*) apresentaram números ainda menores. Para a composição do *corpus*, foi feita a opção de usar as matérias, excluindo-se outros gêneros jornalísticos da análise, como os artigos e as entrevistas, de forma a dar unicidade ao objeto e clareza à avaliação.

Com esses elementos em mãos, foi desenvolvida esta pesquisa, em que se buscou identificar como, com quais significados e por meio de quais marcas discursivas as fontes e as falas foram utilizadas como meio de aproximação entre os *sites* das revistas e seus leitores. O trabalho tem como objetivo geral investigar as estratégias acionadas nas matérias dos *sites* das revistas *Caros Amigos* e *Veja* sobre a Reforma do Ensino Médio, por meio da utilização das fontes e das falas, para estabelecer contratos de leitura com os públicos leitores, bem como corroborar determinados posicionamentos editoriais das publicações.

Após a elaboração do estado da arte sobre notícia jornalística, *webjornalismo*, cenário sociopolítico e educacional, bem como sobre contratos interacionais entre produtores da notícia, as fontes e os leitores, foram identificadas e apresentadas as linhas editoriais das revistas e dos *sites* *Caros Amigos* e *Veja*, além de caracterização de suas plataformas. O trabalho de pesquisa mapeou e qualificou as fontes e as falas, diretas e indiretas, nas matérias publicadas entre setembro de 2016 e fevereiro de 2017. A partir daí, buscou-se compreender e analisar os usos e as formas de apropriação das opiniões das fontes nas matérias jornalísticas, além de identificar as estratégias discursivas adotadas, principalmente por meio da seleção das

² Disponível em: <goo.gl/Zc7X6R>. Acesso em: 09 dez. 2017.

fontes e das falas, pelos produtores de conteúdo para se estabelecer a mediação e interação com o leitor.

Em meio a tantas opções de publicação, seja *online*, imprensa ou em formatos audiovisuais, a grande circulação de informação e, principalmente, dos acontecimentos mediados pelo jornalismo, estabelece-se um problema de natureza prática ao considerar a profusão e a profissionalização das fontes. Cada vez mais, instituições e mesmo pessoas físicas são capacitadas a falar e a lidar com a imprensa.

A partir desse cenário, pretende-se esclarecer, por meio de objetos pouco conhecidos, quais são as táticas usadas pelos meios de comunicação, em especial os *sites* de revista, para selecionar e atuar com as fontes de forma a atender aos seus públicos. Este trabalho testa teorias possíveis sobre como e em que medida os *sites* das revistas *Caros Amigos* e *Veja* usam as fontes e as falas como estratégias que fortaleçam os contratos firmados com seus públicos.

No Capítulo 2 desta dissertação, “O campo do jornalismo na contemporaneidade: tensionamentos e convergências”, constrói-se um percurso partindo do entendimento de que a realidade é socialmente construída pelos sujeitos, por meio de processos de interação, de mediação e, cada vez mais, de mediação. A discussão baseia-se, principalmente, nos conceitos de Berger e Luckmann (1985) e Braga (2006). Nesse contexto, diferentes critérios, valores e filtros são acionados para se produzir o conteúdo jornalístico e que, conseqüentemente, contribuem para a circulação de significados e para a produção de sentido dos sujeitos. São analisados, entre outros, os conceitos de valores-notícia (RODRIGUES, 2016; WOLF, 2009), enquadramento (MENDONÇA; SIMÕES, 2012) e notícia jornalística (TRAQUINA, 2005). Um dos elementos mais importantes para a construção desse fazer jornalístico são as fontes, já que, por meio delas, o jornalista contextualiza e aproxima a pauta do acontecimento relatado. A partir daí, são feitas reflexões sobre quem são aqueles que têm voz na mídia (SCHMITZ, 2011), como falam (de forma direta ou indireta) e com quais intenções são levados a falar. Essas reflexões, inclusive, são parte importante da análise de conteúdo feita mais adiante neste trabalho. O capítulo aborda também os contratos de comunicação acionados entre a mídia e seus públicos, de forma a entender os enquadramentos escolhidos pelos *sites* de notícias e investigar como as vozes presentes de forma textual nas matérias jornalísticas podem ser usadas como estratégias de aproximação com o leitor (FAUSTO NETO, 2007; 2008; 2010).

Já o capítulo 3, “O jornalismo de revista na web no cenário educacional e sociopolítico atual”, traz um panorama da Reforma do Ensino Médio. Para entender o impacto e as transformações da Reforma e as reações sociais advindas dela, é preciso considerar a

conjuntura política e social pelas quais passa o Brasil nos últimos anos, além de refletir sobre o lugar que a educação vem ocupando no País ao longo da sua história, bem como a relação dela com o capital. O capítulo trata ainda da relação entre educação, política, comunicação e imprensa, traçando um pequeno histórico e trazendo elementos para a compreensão do cenário atual, principalmente após a polarização acirrada ocorrida nas últimas eleições presidenciais e a mudança de governos voltados para a ação coletiva (Lula e Dilma Rousseff) e um novo governo focado na ação individual (TELLES, 2016). Esse capítulo prossegue trazendo algumas plataformas usadas como espaço de difusão jornalística, mais especificamente as plataformas revista, *web* e os *sites* de revistas, que são os objetos deste estudo. Encerra-se com a apresentação dos objetos: os *sites* das revistas semanais de informação geral *Caros Amigos* e *Veja*.

E, por fim, o Capítulo 4, “As fontes jornalísticas e suas falas em *Caros Amigos* e *Veja*”, levanta hipóteses e inferências, baseado na análise de conteúdo, sobre o papel das fontes e das falas no contexto jornalístico, por meio do enfrentamento dos objetos após a discussão teórica levantada. São sistematizados e analisados os títulos, as editorias, as matérias, as fotografias, os dados complementares e alguns indícios de recepção localizados. Em seguida, são problematizados, avaliados e interpretados os fenômenos discursivos que contextualizam as matérias analisadas, para, finalmente, testar teorias possíveis sobre as fontes e as falas no âmbito dos contratos de comunicação.

O interesse inicial deste trabalho era analisar mais detidamente a efetividade dos contratos de leitura por meio de indícios levantados nos posicionamentos dos leitores na recepção, incluindo no *corpora* as seções de comentários. Porém, somente *Veja* opta por deixar espaços abertos em cada matéria para a manifestação espontânea dos leitores. Essa limitação levou a privilegiar as estratégias de interação adotadas pelas revistas, e não como se efetivaram no campo da recepção.

O objetivo aqui é, justamente, levantar elementos de como a imprensa comunica-se com seus públicos, aproxima-se e produz sentido sobre as temáticas. Procura-se verificar se o debate é aprofundado, se múltiplas vozes são ouvidas, se são apresentados elementos de comparação e contextualização, relacionando e fazendo referência às políticas e legislações que sustentam, ou refutam, um posicionamento político, entre outras ações.

1 O CAMPO DO JORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE: TENSIONAMENTOS E CONVERGÊNCIAS

A mediação promovida pela mídia, e mais especificamente pelo jornalismo, é um elemento estrutural importante para a formação da sociedade que conhecemos hoje. A partir dessa premissa verificada por vários autores (BRAGA, 2016; SODRÉ, 2012; CARVALHO; LAGE, 2002), este capítulo faz uma revisão bibliográfica sobre como a mediação e a interação se dão na sociedade e como estas vêm se constituindo com a presença da mídia, num processo de midiatização que é reforçado e ampliado pelo uso da *internet* móvel. Os *sites* das revistas de interesse geral, como *Caros Amigos* e *Veja*, objetos desta pesquisa, mostram-se como boas alternativas para os leitores obterem informações de forma mais ágil, sem a necessidade de esperar que a publicação seja disponibilizada nas bancas ou chegue, por meio de assinatura, em seu endereço garantindo que o leitor encontre as características definidas, e esperadas, da linha editorial dessas revistas no seu cotidiano. Observar e problematizar esses fenômenos é importante para entender como a sociedade se organiza e como se fortalece por meio das representações e das interações sociais.

Quando se verifica a construção da notícia como um momento de mediação e interação dos *sites* das revistas com os seus públicos, é possível compreender que são muitas variáveis que compõem a seleção feita pelos jornalistas e pelos demais sujeitos envolvidos. A identificação do que seria o acontecimento jornalístico e quais são os critérios de noticiabilidade utilizados, os enquadramentos e usos dessas informações, as fontes e as falas definidas para compor e estruturar o texto, os acordos de confiança firmados entre a mídia e o leitor, são exemplos de escolhas influenciadas, seguramente, pelo contexto social e que muito dizem do papel que cada sujeito quer representar nesse contexto.

Entender o modo como todas essas interseções se dão contribui para compreender os paradigmas da comunicação, considerando a dinâmica da prática jornalística e da educação como agente desse processo, que é o objetivo fundante deste estudo. De forma mais específica, busca-se também, e principalmente, entender o modo como os *sites* de revista, por meio de tentativas, estabelecem relações com seus leitores por meio dos processos fundamentados em escolhas durante toda a construção da notícia.

1.1 Mediação, interação e a midiaticização como elementos fundamentais na comunicação e no jornalismo

O universo simbólico dos sujeitos é marcado por um processo formativo complexo, que envolve os níveis individual e social. O ato de pensar está inserido em um contexto específico, no qual o real e a intersubjetividade, juntos, forjados pelo pensamento e pelo conhecimento, estruturam o que Berger e Luckmann (1985) conceituam como construção social da realidade. Essa abordagem representa um ciclo de retroalimentação da sociedade sendo construída pelo homem e do homem constituído e influenciado pelo viver social. O indivíduo é resultado desse meio e é nele que se fundamenta; é nessa composição que a singularidade dele se baseia. Dentro dessa perspectiva, a comunicação social, o jornalismo e, mais especificamente, os meios de comunicação e a imprensa, cumprem papel relevante na construção da realidade contemporânea.

A vida cotidiana é uma projeção do real, enquadrada, emoldurada, tipificada e considerada como verdade por aqueles que a vivenciam. Para Berger e Luckmann (1985), o real só existe na relação interpessoal, como na experiência vivenciada face a face; na medida em que as relações se distanciam, mais representativo se torna o cotidiano, porque a necessidade de mediação, seja por terceiros, seja pela mídia, convoca a representação do real para essa retransmissão de saberes sobre a realidade. Mesmo a mídia e o jornalismo não tendo sido considerados pelos autores como centrais na experiência contemporânea, não é mais possível desconsiderá-los como articuladores importantes no processo de mediação social e na construção do “conhecimento” e da “realidade”.

Com o aumento do acesso da população aos meios de comunicação e dispositivos tecnológicos, como os jornais (a partir do séc. XVII), o rádio (séc. XIX), a televisão e o computador com *internet* (séc. XX), cada um em seu tempo passou a ocupar lugar destacado na construção e na instituição do que pode ser denominado de fato-acontecimento. Além disso, cada um desses meios e dispositivos, a seu tempo, foi disputando espaço na construção de sentido e alterando as formas anteriores de se produzir comunicação, principalmente no processo de mediação dos acontecimentos. O mundo “conhecido” e “real” do “homem da rua” hoje parte também do que é visto/lido/ouvido nos meios de comunicação por ele próprio e por seus pares, que partilham essa vivência e contribuem para a formação da esfera pública. De forma geral, o jornalismo participa da construção desse conhecimento juntamente com a sociedade, medeia a realidade e legitima a cultura, os papéis sociais, as relações de poder, entre outras esferas. Sociedade, mídia e jornalismo agem, interagem, comunicam e produzem

sentido social.

As notícias registram a realidade social e são simultaneamente um produto dessa mesma realidade, na medida em que fornecem aos seus consumidores uma abstração seletiva intencionalmente coerente, mesmo podendo descurar certos pormenores. Quando os consumidores de notícias leem ou veem notícias, acrescentam-lhes pormenores – mas não necessariamente aqueles que foram suprimidos na construção da história. A abstração e a representação seletivas da informação, e a atribuição reflexiva de significado aos acontecimentos enquanto notícias são características naturais da vida cotidiana. (TUCMAN, 2002, p. 96-97).

Correia (2007, p. 23) acrescenta que a informação jornalística, nesse papel de elemento constituidor da realidade, “[...] configura e estrutura a percepção de um modo que traz segurança ao homem comum [...]”, ao nortear e localizar o indivíduo no tempo e no espaço social em que está inserido, além de reduzir dúvidas e incertezas sobre os temas debatidos, orientando-o quanto à realidade social.

Nesse viver compartilhado, a realidade é presentificada pela comunicação por meio do uso da linguagem como mediação, que é, para Rodrigues (2016), o mais importante dispositivo midiático, entendendo mídia como os objetos técnicos com os quais construímos a sociedade simbolicamente e que são utilizados para garantir a interação entre os sujeitos. A linguagem medeia as relações sociais e rompe o isolamento na medida em que possibilita a transmissão dos significados de um indivíduo a outro, por meio da enunciação e da representação. Como afirma Charaudeau (2001), o ato de linguagem é resultado da produção de práticas e representações sociais e imaginárias de um determinado grupo. A linguagem torna-se o instrumento que aciona os sentidos, transporta a vida cotidiana no tempo e no espaço e constitui um dos sistemas mais sólidos de expressão e ação social e cultural.

A partir da linguagem é que se evoca a comunicação, cujo conceito é amplo, diverso e menos intuitivo. Pode-se classificá-la como uma forma de organização social que reúne um conjunto de comportamentos adotado pelos sujeitos, desencadeado quando se encontram em interação num processo composto de objetivações, significações e subjetivações. As objetivações são marcas proporcionadas pelos sinais de ação no social, pela exteriorização dessa realidade; as significações representam o que se quer, o sentido dado naquele contexto; e as subjetivações partem daquilo que é próprio do indivíduo consciente, integrante de um determinado local e presente em um determinado momento social, características que contribuem para dotá-lo de sentido.

A rotina da vida cotidiana é personificada pelo ordinário na representação da realidade social, e o contexto, para as ciências da linguagem e da comunicação, revela-se como

primordial, pois sem a dimensão psicossocial (as formas e as condições de produção do discurso, as relações de poder envolvidas, as experiências dos sujeitos, entre outras características), tornam-se inviáveis o entendimento e a intencionalidade da mensagem produzida. A mídia detém-se, justamente, nas representações do acontecimento, ao dar visibilidade a um fato que, pela complexidade da sociedade atual, provavelmente não chegaria ao conhecimento dos sujeitos, sendo que o jornalista atua como um dos elementos construtores dessa representação.

O real, além de recortado, é transmitido de forma opaca, graças aos filtros utilizados e às seleções feitas ao longo de todo o processo discursivo e também da construção da notícia. Schudson (1988), citado por Sousa (2002), avalia que as notícias são construídas justamente a partir da ação pessoal, da ação social e da ação cultural, forças interligadas e atuantes durante todo o processo de análise, recolha, produção e difusão da informação jornalística. A forma de organização das empresas de comunicação, os constrangimentos profissionais, a competição entre as publicações, a tipificação e a categorização das notícias, a hierarquização da informação dentro do produto jornalístico, as condições do momento de construção da notícia contribuem para essa filtragem. Ao mesmo tempo, os critérios de noticiabilidade derivam de um certo grau de proximidade ou de universalidade de elementos de referência para garantir o entendimento e se fazer inteligíveis pelos sujeitos.

Existimos como membros de uma sociedade porque – é suposto – partilhamos uma quantidade comum de conhecimentos culturais com os nossos semelhantes; temos acessos aos mesmos 'mapas de significados', para compreender os acontecimentos, mas também temos interesses, valores e preocupações fundamentais em comum que estes mapas incorporam ou refletem. (HALL et al., 2016, p. 311).

A ação comunicacional é uma intervenção significativa do sujeito tendo como pauta o outro e as regras sociais, o que resulta no compartilhamento interativo baseada na influência mútua dos sujeitos. Nas teorias comunicacionais, há muito se questiona a linearidade da comunicação, a exemplo do modelo de codificação/decodificação formulado por Stuart Hall (2003), que articula as diversas etapas do processo comunicacional midiático. Produção, circulação, distribuição, consumo e reprodução da notícia e da informação, apesar de distintos, estão ligados e se encaixam desde o processo de pré-emissão da notícia até a recepção e as reverberações que advêm dela e que tornam possível a ação política do sujeito. Mesmo não acontecendo simetria entre os sujeitos ativos na troca, o processo comunicativo não é invalidado e, exatamente por isso, a comunicação é uma tentativa estabelecida pelas partes envolvidas que podem, ou não, entender a mensagem, envolver-se e responder de

acordo com as expectativas do outro. Ao mesmo tempo, “[...] podem ser mutuamente orientados sempre que uma parte supõe que outra manifestará uma atitude particular em relação a ela e orienta sua conduta de acordo com tal expectativa” (WEBER, 2002, p. 46).

Nessa dinâmica, a interação dá-se de acordo com o papel desempenhado pelos participantes, em que cada um, com seu *background*, posiciona-se com vistas a atender a expectativa do outro. De acordo com Braga e Calazans (2001), o termo “interatividade” pode ser substituído por “interacionalidade” quando se analisa as ações mútuas estabelecidas entre as pessoas e os meios de comunicação na sociedade midiaticizada. Esse fenômeno acontece, por exemplo, entre os *sites* de revista e seu público leitor, por meio dos contratos de comunicação que serão explicitados ainda neste capítulo.

Entende-se midiaticização como um processo interacional de referência (BRAGA, 2006) que altera e dá novos sentidos às formas tradicionais de comunicação, porém é um movimento construtivo e experimental, ainda incompleto. O autor explica que, apesar de outros conceitos, a midiaticização da própria sociedade é a forma predominantemente considerada nos estudos em comunicação e nela observa-se o papel central da mídia nos processos de interação social. Para ele, alguns dos motivos que comprovam a incompletude estrutural da midiaticização na sociedade atual são o não desaparecimento de contornos entre campos de significação nesse processo (política e vida privada, por exemplo), mas sim o rearranjo de campos, e os problemas de circulação, retorno e reposta social, algo mais complexo do que processos de interação.

Braga (2016) reflete que a mídia assume o papel de organizador da sociedade sem, contudo, suprimir outras formas de sociabilidade. Antunes e Vaz (2006) atribuem a ela o papel não hegemônico, mas sim hierarquizador, que propicia a reconfiguração e o “redescobrir” da experiência, por meio dos fluxos sobrepostos, e o elo que proporciona a transmissão e a reprodução entre os sujeitos comunicantes. Já é ultrapassada a vinculação de efeito (gratificação) e causa atrelada à recepção, como no modelo matemático da comunicação, que considerava que a ação da mídia subjugava a vivência de cada receptor.

Nesse contexto, a ideia de que a mídia influencia a sociedade é, na verdade, um engodo, pelo fato de a mídia ser feita também por sujeitos que não estão dissociados dessa realidade. A lógica da mídia cria um caráter reflexivo ao afetar as demandas sociais e ser afetada por elas e, muitas vezes, portando-se como provocador ou cocriador dos acontecimentos sociais. Nas redes sociais digitais, por exemplo, é notória a alimentação da mídia pelas “postagens”, comentários e “curtidas” que repercutem no “social-digital” e ganharam fôlego nos veículos tradicionais de comunicação social, que legitimam o fato para

que ele seja dado como real e verdadeiro. O sujeito comum, ordinário, passa a ser, de forma mais clara, produtor de conteúdo midiático, pautando a mídia e a sociedade com maior fluidez. Da mesma forma, percebe-se o processo inverso das redes sociais digitais sendo pautada pela grande mídia, principalmente.

Nesse “novo regime discursivo da mídia” (CARVALHO; LAGE, 2012, p. 252), os desafios apresentam-se para todas as plataformas midiáticas, como o *webjornalismo* e o jornalismo de revista, objetos deste estudo. A comunicação social ganha contornos cada vez mais multidirecionais e digitais, atuando em suportes móveis, plataformas massivas e, ao mesmo tempo, segmentadas, propondo novos modos de investigação e criando diferentes quadros de referências. A constituição do *webjornalismo* veio acompanhada de formas peculiares de memória, compartilhamento, acesso e interação. Nas revistas vê-se a reinvenção das formas discursivas, o uso de plataformas digitais e a diversificação dos suportes de acesso para garantir agilidade e alcance ampliado para a notícia. Essas transformações sociais refletem nas atualizações ocorridas no contexto contemporâneo do jornalismo.

1.2 Acontecimento, enquadramento e notícia jornalística

Segundo Traquina (2005), a práxis da notícia depende de condições de produção, tais como, a realidade ou o acontecimento, os valores-notícia, as rotinas produtivas, as narrativas que orientam os jornalistas, os constrangimentos impostos aos profissionais, as relações com as fontes e seus interesses. Esse conjunto de circunstâncias é influenciado pelas dimensões de natureza pessoal, social, psicológica, ideológica, cultural e profissional, entre vários outros fatores, e tem reflexo em todas as etapas da produção jornalística. “As ‘notícias’ são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e seleção semântica de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas” (HALL et al., 2016, p. 309).

O *newsmaking* é a abordagem sobre o processo de produção jornalística que se propõe a investigar a cultura profissional, buscando compreender as rotinas, as normas e os meios utilizados pelos profissionais para se atingir o objetivo da notícia, que é levar aos interlocutores informação relevante e socialmente confiável por meio das plataformas de comunicação (WOLF, 2009). A organização das rotinas deve localizar a informação no tempo e no espaço, tornando inteligível um acontecimento que é desconhecido e, de alguma forma, interessante. “Os processos de *newsmaking* ocorrem num sistema sócio-cultural. Intuitivamente, podemos mesmo afirmar que o processo de fabrico e construção das notícias

sofre uma ação enformadora por parte do sistema-social em que se insere” (SOUSA, 1999, p. 33).

As rotinas são baseadas na recolha, na seleção, no processamento, na hierarquização e na apresentação da notícia, sua posterior circulação e consumo, e são estabelecidas de acordo com as especificidades de cada veículo, principalmente no que diz respeito à relação ao tempo disponível entre a produção e a entrega do texto, do áudio ou do vídeo para veiculação e ao espaço e local oferecidos àquele conteúdo no meio em que será noticiado. Todas essas etapas de produção interferem diretamente no produto e na qualidade da informação que será entregue aos sujeitos consumidores dos meios jornalísticos.

A construção da notícia tem início, a priori, com a constituição de um acontecimento e sua seleção pelo jornalista. Esse trabalho é baseado em critérios de noticiabilidade definidos pelos selecionadores de conteúdo, os *gatekeepers*³, que compõem a cultura profissional e a organização do trabalho e orientam as rotinas produtivas. Seguindo os critérios profissionais, o acontecimento é aquilo que é, de alguma forma, singular, fora do comum. Uma ocorrência que traz algo, seja pela novidade, pelo inesperado, ou pelo eventual, e é difundida pelos discursos dos sujeitos. “A ocorrência, o acontecimento, implica uma passagem, uma transformação no estado de uma coisa ou de uma pessoa” (SODRÉ, 2009, p. 29). Pode-se considerar como um momento de quebra de expectativa, que evoca a noção de movimento, de algo em mutação, já que se transforma, ou se complementa, a todo momento; um fato em que se vê rompida a previsibilidade ou o que foge às regras sociais e aos quadros de referência preestabelecidos. O que chama atenção no acontecimento não é somente o novo, mas a mudança que ele traz e a resposta que resulta dessa ação.

O que caracteriza o acontecimento, então, é o fato de que, em vez de algo que acontece, ele vem a ser, emerge e é o desfecho de transições que se operam em qualquer momento, com esboços de tendências que vão se desenvolver de acordo com a lógica própria de cada uma e culminar em acontecimentos. (QUÉRÉ, 2012, p. 22).

O acontecimento tem como característica ser fixado no tempo e no espaço. Seu contexto, incluindo período histórico, local, sociedade e cultura em que está inserido, é essencial para a sua constituição e, a partir desse cenário, são geradas as narrativas por

³ O conceito de *gatekeeper* foi elaborado por Kurt Lewin (1947 apud WOLF, 2009) baseado em pesquisa sobre a dinâmica de funcionamento de grupos sociais no que tange à modificação de hábitos alimentares. O trabalho identificou “zonas de filtro” em que “cancelas” ou “porteiros” agem no fluxo dos comportamentos sociais. Em seguida, o conceito começou a ganhar corpo em estudos ligados diretamente ao fluxo de notícias. O *gatekeeper* atua baseado em conjunto de valores pessoais e, principalmente, de valores profissionais e organizacionais.

aqueles que o vivenciaram ou se relacionaram diretamente com ele por meio da observação. A reforma do Ensino Médio, por exemplo, apresenta-se como um acontecimento ao reunir esse papel de movimento e de transformação social.

O acontecimento não deve ser entendido como uma sucessão de dois estados de coisas (antes e depois) e sim como a síntese dessa disjunção na linguagem. O que acontece não é mera proposição (atributo de linguagem), nem simples sucessão dos estados de coisas (atributo do mundo), mas um diferenciador, tanto das significações quanto das coisas – em outras palavras, sentido e devir das coisas. (SODRÉ, 2009, p. 36).

Aquela ocorrência que extrapola, principalmente, a linha tênue entre o público e o privado se transforma em pauta jornalística a partir do momento que pode evocar algum tipo de mobilização entre os sujeitos que têm acesso a ela. A notícia, assim como o acontecimento, não diz respeito somente a algo novo, mas sim a algo que “[...] altera o arranjo dos fatos, dos poderes ou das ideias em algum nível” (BUCCI, 2000, p. 42). E é a notícia que faz a ligação entre esses acontecimentos e os públicos em potencial. Reforçando essa ótica, Alsina (2009) classifica como elementos essenciais do acontecimento a variação do ecossistema, com a ruptura de uma norma preestabelecida, a comunicabilidade do fato e o envolvimento ou implicação dos sujeitos.

O acontecimento jornalístico é um encadeamento de forças, dispositivo que aciona dimensões simbólicas ao lidar com linhas de fuga, tensionamentos, disputa e negociação nas relações, principalmente, de poder. Considera-se aqui o dispositivo como algo que constitui um processo com aspectos interacionais baseado em elementos heterogêneos, em rede, sempre inscritos em relações de poder, com diferentes objetivos e táticas de articulação. Entende-se também o dispositivo como um processo relacional e não como objeto ou lugar, de acordo com a conceituação adotada por Deleuze (1990), seguindo Michel Foucault. “Todo o dispositivo se define, pois, pelo que detém em novidade e criatividade, o que marca, ao mesmo tempo, sua capacidade de se transformar ou se fissurar em proveito de um dispositivo do futuro” (DELEUZE, 1990, p. 6).

É interessante destacar como as formas de reverberação do acontecimento jornalístico e como um novo público, mais participativo, têm sido construídos no ambiente atual. Isso confirma o papel de agente ativo exercido pelos sujeitos nos processos de emissão e de recepção das mensagens, considerando que a comunicação é um ato dinâmico, cultural e político, e não meramente instrumental e mecânico.

A sucessão ou o encadeamento de acontecimentos transformados em notícias e

relacionados a um mesmo tema também contribui para a visibilidade de uma ocorrência. A possibilidade de se dar continuidade a um determinado debate por um curto prazo, mesmo que o passar dos dias faça com que a notícia perca o fôlego, é uma estratégia para tentar garantir a fidelidade do público por meio dessa possível repercussão. A cobertura midiática da Reforma do Ensino Médio, por exemplo, demonstra uma preocupação, por parte dos veículos, principalmente da *Veja*, entre os analisados, em manter o tema em evidência, com a argumentação e a apresentação de dados condizentes com a linha editorial do veículo. Foram apresentados os trâmites seguidos no Congresso Nacional, as avaliações de especialistas, a publicação de textos esclarecendo os pontos polêmicos e de textos que abordem temas correlatos que possam complementar a informação aos leitores, entre outros dados.

A rotulação ou categorização dos acontecimentos, consciente ou inconscientemente pelos jornalistas e pelo público em geral, é uma forma de selecionar aquelas ocorrências que ganham destaque entre uma infinidade de ocorrências cotidianas que só teriam notoriedade em pequenos grupos ou espaços sociais limitados, alçando-as à tipificação de acontecimento jornalístico. Sua origem pode ser planejada para fins de divulgação, seguindo um objetivo idealizado pelo promotor do “fato”, ou inesperada, seguindo o percurso natural dentro de uma sociedade dinâmica e viva, em que vários acontecimentos são produzidos rotineiramente.

A grande competitividade entre os meios de comunicação, entre outros motivos, pela abertura para o capital internacional, pelo aporte tecnológico proporcionado pela *Internet*, pela busca de visibilidade por diversos grupos, inclusive aqueles historicamente excluídos e sem espaço nos meios de comunicação, tem provocado uma grande incidência de ocorrências planejadas. Diferentemente das ocorrências espontâneas, esses acontecimentos mediados são construídos especialmente para atender os modelos e padrões de tempo, espaço e conteúdo impostos pela imprensa. As assessorias de imprensa, principalmente, trabalham cada vez de forma mais ativa na construção e na promoção de acontecimentos como ação estratégica de visibilidade.

Mesmo assim, são diversos e dispersos os critérios de noticiabilidade utilizados pela imprensa para a escolha de um acontecimento que tenha potencial de se transformar em notícia e que seja suficientemente interessante e relevante para o público. Esses critérios podem variar com o tempo, com o espaço geográfico, de acordo com a empresa jornalística, e com a cultura profissional. Alguns autores divergem quanto aos conceitos de noticiabilidade e de valores-notícia. Para Wolf (2009, p. 190), por exemplo, “[...] a noticiabilidade está estreitamente relacionada com os processos de rotinização e de standardização das práticas produtivas”. Após a definição desses critérios relacionados, principalmente, às rotinas

produtivas são aplicados os valores-notícia, que contribuem para definir quais filtros serão utilizados para dar visibilidade, ou não, a determinado tema. Já para Traquina (2005), os dois conceitos podem ser usados como sinônimos. “A previsibilidade de esquema geral das notícias deve-se à existência de critérios de noticiabilidade, isto é, à existência de valores-notícia que os membros da tribo jornalística partilham” (p. 63).

Não é tarefa fácil definir a importância de algo, mesmo considerando um veículo especializado e um público segmentado. O significado e a importância da notícia para os sujeitos são o primeiro passo para garantir a legitimidade e a validade do trabalho jornalístico desenvolvido. Uma notícia não possui apenas um valor-notícia; exatamente por isso essas são características que se complementam e a presença de várias delas em um mesmo fato potencializa a probabilidade de o acontecimento ser transformado em notícia. São também uma categorização variável no tempo e no espaço, o que faz com que essas regras se multipliquem nos estudos de jornalismo, do *newsmaking* e no próprio cotidiano das redações e das assessorias de imprensa.

Autores apresentam diferentes parâmetros de análise, como Wolf (2009), por exemplo, que fala sobre critérios substantivos (importância e interesse), critérios relativos ao produto (disponibilidade de materiais e características específicas ao produto informativo), ao meio de comunicação, ao público e à concorrência, todos relacionados aos valores-notícia. Erbolato (2006) compila uma gama ainda mais extensa e detalhada de critérios: proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura e conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial do jornal, oportunidade, dinheiro, expectativa ou suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas e invenções, repercussão e confidências. Rodrigues (2016), por seu turno, identifica como modalidades de registro de notabilidade de um acontecimento o excesso, a falha e a inversão.

Nesta pesquisa, usa-se como base os critérios de Rodrigues (2016), que apresenta, de forma sucinta, uma reflexão sobre características que permeiam todos, ou grande parte, dos valores-notícia apresentados pelos demais autores citados e estudados. O excesso é aquilo que extrapola o que se espera de um comportamento ou de uma ação tida como normal por uma determinada sociedade e sua cultura. É algo que sobra, advindo de um desmando ou do exagero.

A falha representa aquilo que socialmente não está em funcionamento normal, seja por omissão, por um defeito, seja por vício. Um desarranjo ou uma imperfeição, que pode ser notada na própria aprovação da Reforma do Ensino Médio, tema central das matérias

jornalísticas analisadas nesta pesquisa. Mesmo com o clamor das entidades civis organizadas e da população em geral, a pauta foi aprovada pelo Congresso Nacional sem margem para o devido debate com aqueles diretamente interessados e conhecedores do cenário em que está inserida a educação pública brasileira.

Já a inversão traz à tona trocas, alterações ou mudanças que vão de encontro ao curso natural do que se propõe ou do que se observa. A notícia “Propaganda esconde defeitos da reforma do ensino médio”, publicada em 5 de janeiro de 2017, no *site* da revista *Caros Amigos*, aborda uma suposta aprovação da reforma pela população, baseada em enquete promovida pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) com questionamento tendencioso e reducionista sobre o tema. Segundo essa revista, em vez de ser usada para esclarecer à população as mudanças que seriam sofridas pela educação a partir da aprovação do texto, a propaganda institucional foi utilizada para apresentar um dado estatístico construído para manipular a opinião pública sobre a aprovação da medida.

A escolha desses critérios contribui para dar um viés ou direcionamento ao acontecimento e à notícia advinda dele. Para entender esse fenômeno, deve-se considerar os enquadramentos que a mídia, mais especificamente a imprensa, faz para definir o que pode ser considerado acontecimento e que, certamente, terá reverberação na produção de sentido pelos sujeitos. Goffman (2012) talvez seja um dos teóricos mais utilizados para esclarecer o uso da teoria do *framing analysis* na comunicação social. Mesmo suas pesquisas e conceituações não sendo desenvolvidas no campo do jornalismo, mas sim considerando a comunicação face a face, traz considerações importantes sobre a experiência individual, “emoldurada” e interpretada num dado contexto. O enquadramento é um filtro utilizado em todo o processo de construção e contribui para provocar o agendamento social, estabelecendo uma trama em que são eleitos quais temas terão mais visibilidade e, conseqüentemente, serão debatidos por diferentes públicos e quais deles serão negligenciados. Sendo o discurso um ato político e ideológico, a escolha do(s) acontecimento(s) que será(ão) promovido(s) pela mídia representa um ato de poder. Assim é também o enquadramento jornalístico, localizado nos diversos campos sociais nos quais a notícia se insere e é produzida. O enquadramento baseia-se na linha editorial do veículo, no papel exercido pelos *gatekeepers*, no repertório e nos valores do jornalista, na versão apresentada pelas fontes, entre outros fatores.

Segundo Mendonça e Simões (2012, p. 191), são três as possibilidades de operacionalização do conceito de enquadramento. O primeiro seria o estudo e análise da situação comunicativa, tendo Goffman e pesquisadores brasileiros, como a professora Vera França, como alguns dos principais autores dessa vertente que pesquisa “[...] como situações

interacionais distintas moldam as relações ali estabelecidas”. Na segunda vertente, que é muito cara aos estudos jornalísticos e a esta pesquisa, Robert Entman, citado pelos autores, aborda especificamente a teoria do enquadramento como critério para a análise de conteúdo, que busca compreender, por meio da análise textual, como a realidade é enquadrada e como o mundo é enquadrado seguindo determinadas expectativas. Essa análise evidencia a dimensão política de quem enquadra o conteúdo e pode ser observada tanto na produção, como nas demais instâncias do processo comunicativo.

No cerne desse tipo de operacionalização reside uma preocupação em compreender o modo como discursos estabelecem molduras de sentido, enquadrando o mundo a partir de perspectivas específicas. Busca-se pensar a maneira como o próprio conteúdo discursivo cria um contexto de sentido, convocando os interlocutores a seguir certa trilha interpretativa. (MENDONÇA; SIMÕES, 2012, p. 193).

O terceiro operador apresentado pelos autores tem por objetivo analisar o efeito estratégico dos enquadramentos, a partir de uma percepção da psicologia cognitiva, na “[...] construção de proferimentos para gerar determinados efeitos” (MENDONÇA; SIMÕES, 2012, p. 194) para identificar, nas pesquisas de recepção, como a construção textual do discurso influencia a percepção e a opinião do público receptor. Tem como foco as pesquisas de opinião pública como estratégia política de ação e baseia-se, principalmente, nas pesquisas desenvolvidas por Kahneman e Tversky nos anos 80, além de Chong e Druckman, entre outros autores.

O processo é todo balizado pelos *gatekeepers*, que são os selecionadores de notícias capazes de escolher e rejeitar fatos e informações. Ao se fazer uma análise ampla, são vários os *gates* que interferem diretamente no que será veiculado. Os assessores de imprensa, os jornalistas de redação e até o público, quando reportam um acontecimento ao veículo, agem como selecionadores, na medida em que acionam suas definições durante a sequência produtiva da notícia. Porém, o principal selecionador é, em via de regra, o editor do veículo, que é aquele que tem o poder de vetar toda a seleção feita anteriormente pelos demais *gates*. Não se pode deixar de considerar que, além da seleção, há ainda, a negociação entre o jornalista e o editor na busca pela ocupação de espaço jornalístico. Para escolher ou rejeitar algo, ele baseia-se em todos os critérios já mencionados, como também em outros, às vezes mais subjetivos, como nas experiências profissionais e pessoais, na linha editorial do veículo e nos constrangimentos e nas influências advindos das relações de poder estabelecidas pelos veículos com os patrocinadores e governos, inclusive reproduzindo e reforçando estruturas de poder preexistentes na sociedade como um todo. “A principal fonte de expectativas,

orientações e valores profissionais não é o público, mas o grupo de referência constituído pelos colegas ou pelos superiores” (WOLF, 2009, p. 182).

Diante de todo esse cenário e desse complexo modo de construção da notícia, é necessário destacar que o papel da mídia é agendar os temas que serão debatidos, e não, necessariamente, como a sociedade deve pensar sobre eles. Os diversos meios de comunicação, somados a vários outros mecanismos e formas de interação social, contribuem para formar a agenda e a visão de mundo do sujeito. As pesquisas de recepção debruçam-se justamente em entender até que ponto a mídia pauta o que é debatido e conhecido pela sociedade e até que ponto exerce influência nas escolhas e posicionamentos dos sujeitos.

O agendamento na atualidade, principalmente pelas facilidades de interação proporcionadas pela *Internet*, gera certo empoderamento discursivo, palavra bastante atual, que garante a todos e a cada um o “saber-dizer” dos fatos e a compreensão global, de acordo com cada ótica em particular, da realidade cotidiana. “A hipótese realça a diversidade existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social, apreendidos através dos *mass media*, e as experiências em 'primeira mão', pessoal e diretamente vivida pelos indivíduos” (WOLF, 2009, p. 166).

Toda essa construção da notícia depende das tomadas de decisão sobre o que será informado e constitui um processo de codificação da realidade, ou “[...] representação plástica daquilo que a palavra geradora objetiva” (BARBERO, 2014, p. 40), para ser transmitida aos sujeitos e decodificada por meio de uma “[...] operação que leva ao reconhecimento do sujeito no objeto” (BARBERO, 2014, p. 40). E, para tanto, é necessário que o sujeito conheça as regras do intercâmbio simbólico e da troca comunicativa, principalmente por meio de uma relação de confiança entre receptores e produtores da notícia. A escolha do(s) gênero(s) jornalísticos ao qual o texto se vincula e a seleção dos elementos que o compõe, como as fontes, são fatores que contribuem com o reconhecimento e o estabelecimento dessas relações.

1.2.1 O papel das fontes e das falas

Se o acontecimento é o primeiro passo para a construção da notícia, as fontes são o seu elemento estruturante. O trabalho do jornalista moderno, baseado no acontecimento e na prestação de serviço público, trouxe consigo a atuação cada vez mais determinante das fontes, que representam, na construção da notícia, uma disputa de posição e visibilidade cada vez mais acirrada. Mesmo o jornalista fazendo um trabalho ativo na busca de informações, o

papel da fonte é fundamental tanto para a coleta de dados, quanto para a produção textual. A escolha e o uso das fontes são fundamentais para que a imprensa possa cumprir a sua função informativa e seu papel social, entre outros quesitos, de tornar transparente as ações dos poderes instituídos, mesmo considerando o partidarismo e ideologia imbricados na imprensa.

Pode ser definido como fonte todo aquele que contribui para a construção do texto noticioso por meio de falas, serviços, saberes, atos e fatos sociais, com algum tipo de influência no cotidiano e na atualidade, de forma a serem convocados para contribuir na organização, desorganização e explicação do mundo presente, conforme Chaparro (2016). A fonte atua, frequentemente, como uma instância agenciadora e mediadora entre o jornalista e o acontecimento, relatando, de acordo com seus enquadramentos, o fato em questão e contribuindo para a construção da realidade mediada e difundida pela imprensa. “Uma boa fonte é aquela que proporciona material suficiente para uma boa notícia, além de conhecer o funcionamento da empresa jornalística e saber que o fator tempo é primordial no processo de produção da notícia.” (GOMES, 2011, p. 203).

Para se optar por uma fonte em específico são usadas diversas outras estratégias, como os critérios de noticiabilidade já citados neste trabalho, porém a relação ideal entre ambos (jornalista e fonte) é de cooperação mútua, tanto do jornalista confiando na veracidade da informação transmitida pela fonte, quanto da fonte confiando que o jornalista preservará a fidedignidade das informações e o sigilo, se for o caso. É importante construir uma boa relação, respeitosa, ágil, com confiabilidade e segurança, porém os objetivos, muitas vezes distintos de ambos, trazem à tona as relações de poder e fazem com que seja necessário algum tipo de negociação entre eles. Em vários casos, a preocupação das fontes com a visibilidade e a participação na mídia é maior do que o interesse em transmitir uma informação de relevância social. Por um lado, o jornalista detém o trânsito com o veículo de comunicação e a visibilidade possibilitada por esse acesso; por outro, a fonte é conhecedora de um acontecimento que foi selecionado para compor o quadro de notícias de um determinado veículo, ao qual o jornalista integra. O saber, o fazer e o poder da fonte legitimam a representatividade adquirida perante a mídia.

Para garantir essas condições, o sigilo da fonte, por exemplo, é resguardado tanto pelo *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*⁴, como pela *Constituição Federal*⁵. É

⁴ Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Art. 8º – Sempre que considerar correto e necessário, o jornalista resguardará a origem e identidade das suas fontes de informação. Disponível em: <<https://goo.gl/UYYtFr>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

⁵ Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Título II – Dos Direitos e Garantias Fundamentais. Capítulo – Dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos. Art. 5º XIV – é assegurado a todos o

fundamental que o jornalista conheça e entenda os propósitos da fonte, tentando identificar possíveis ganhos ou gratificações, e a interferência dela no contexto do acontecimento, da produção jornalística e do interesse público.

Intuitiva e empiricamente podemos dizer que as fontes não são iguais. Elas não são iguais em posição. Não são iguais em relevância social. Não são iguais em poder de influência. Não são iguais nos meios a que recorrem. Não são iguais no volume de produção de informação direcionada para os jornalistas, nem na qualidade das mensagens que emitem etc. Mais: podemos afirmar que quaisquer mensagens de quaisquer fontes, uma vez enquadradas, tratadas, apresentadas, difundidas, pelos *news media*, são, à partida, passíveis de ter efeitos, nomeadamente ao nível da construção social da realidade, particularmente da outorgação de sentidos e da edificação de referentes. Em última análise, porém, tudo dependerá da resposta do consumidor da informação. (SOUSA, 2002, p. 58).

A seleção da fonte, a escolha das falas que serão publicadas como citação direta ou indireta, a opção por incorporar determinados dados ou informações dos depoimentos ao texto, tudo isso contribui para dar sentido à notícia, valorizando aspectos específicos da narrativa e direcionando-a para a construção de sentido proposta. Essas escolhas demonstram o enfoque que o jornalista quer dar à matéria, de forma a corroborar com o discurso apresentado, e desejado, pelo profissional e pelo veículo.

A fonte jornalística, ao ser chamada a falar, e o seu discurso, que é considerado e publicado após prévia definição e recorte, representam um poder de fala, que se relaciona diretamente com o lugar de onde ela vem, o seu peso político e/ou econômico, a sua legitimidade perante aquele tema etc. Esse poder simbólico exercido pela fonte, ao interpretar a realidade e buscar visibilidade para determinados atores sociais, cria ou reforça tensões, já que o jornalista também é um *gatekeeper*, além de ser um produtor de significados, e não somente um transmissor de informações. Com o embate de diferentes vozes, é possível perceber o quão político é o discurso jornalístico. O jornalista, nesse processo, lida com conflitos nas escolhas entre o que é interesse público e o que é particular, entre o jornalismo e o que pode parecer publicidade.

Quando os objetivos são realmente divergentes, esse cenário acirra-se ainda mais se a imprensa quer mostrar algo que a fonte quer esconder, ou vice-versa. As fontes de informação dominantes, como as oficiais (Estado), por exemplo, representam um tipo de poder bastante contundente sobre os veículos de comunicação. Além de serem anunciantes de vulto, em grande parte dos casos espera-se que as fontes oficiais sejam mais credíveis, bem informadas.

Algo parecido ocorre entre a vinculação estabelecida com as empresas patrocinadoras e os grandes anunciantes em geral, já que o caráter mercadológico da mídia, sua monopolização e a sua relação com o lucro também afetam a seleção e a recolha de informações do que é divulgado sobre essas instituições e os mercados em que operam.

Ao contrário, grupos subjugados socialmente e historicamente invisíveis, inclusive por parte da imprensa, têm buscado, por intermédio de assessorias e organizações não governamentais (ONGs), alcançar o acesso à mídia e se fazer notar por meio de outras pautas que não sejam simplesmente pelo exotismo ou pela tragédia. Esses exemplos deixam claro como as perspectivas das fontes influenciam o trabalho do jornalista, de modo que quanto mais contundentes elas forem, mais terão seu ponto de vista relatado nas narrativas cotidianas dos profissionais da imprensa.

Essa desigualdade nas relações de força e luta por visibilidade entre as fontes pode gerar a homogeneização na escolha daqueles que são chamados a falar, em um processo de retroalimentação da mídia com as mesmas fontes, gerando, conseqüentemente, a pasteurização do produto jornalístico. Cabe ao jornalista de redação promover o enfrentamento entre as informações das fontes para se extrair, dentro das várias limitações existentes e já citadas neste trabalho, o que há de melhor para o texto jornalístico.

A busca pela imparcialidade do texto jornalístico, por exemplo, é conferida, em grande parte, através da pluralidade de fontes que o compõem e lhe dão credibilidade. No entanto, esse procedimento não garante a representatividade dos vários segmentos sociais e seus pontos de vista. A imprensa exerce controle sobre as fontes e tende a favorecer os interesses da empresa jornalística e de seus associados. (GOMES, 2011, p. 201).

E, certamente, aquela fonte que mantém uma relação de disponibilidade diante da demanda, com domínio do tema proposto, exerce uma influência maior durante a seleção como é o caso das fontes orientadas e acompanhadas pelas assessorias de imprensa. Mesmo promovendo a notícia em diversas ocasiões, as fontes assessoradas são cada vez mais utilizadas por serem conhecedoras da rotina produtiva e por se integrarem, ou se esforçarem para se integrar, perfeitamente a ela, principalmente no que diz respeito à rapidez no retorno. Essa facilidade em obter a informação por meio das assessorias também é um elemento importante para o processo de pasteurização da notícia, ao gerar certa passividade, ou acomodação, por parte do jornalista de redação, pelas facilidades obtidas no processo de apuração.

Nas matérias do *site* de *Caros Amigos*, por exemplo, há uma predominância de fontes

não oficiais. O Estado e as instituições legitimadoras de poder, como a polícia, aparecem, quase sempre, como instâncias a serem criticadas ou como fontes secundárias dos textos. A prioridade, para esse veículo, é dar voz especialmente à sociedade civil organizada. Já em *Veja*, a preferência pela abordagem oficial é clara. Além da fonte principal dos textos ser governamental, as falas oficiais estão presentes em praticamente todas as matérias analisadas. O perfil do leitor certamente é preponderante para as escolhas de ambas publicações. Essas informações são detalhadas em capítulo específico desta dissertação.

Seguindo todas essas especificidades consideradas anteriormente, são vários os tipos de fontes utilizados na prática jornalística seguindo diferentes critérios. Para Lage (2005b), as fontes podem ser mais ou menos confiáveis; pessoais, institucionais ou governamentais; oficiais, oficiosas (ligadas a entidades ou indivíduos, mas sem autorização para falar) e independentes; primárias e secundárias; testemunhais ou *experts*. O autor analisa os critérios de confiabilidade, da ligação e da proximidade da fonte com o fato e o nível de relação profissional que é estabelecido entre eles.

Chaparro (2016), por seu turno, fala em fontes organizadas (protagonistas e assessoradas), informais (humanizadoras), aliadas (cúmplices), referência (sábias), de aferição (independentes), documentais (confiáveis) e bibliográficas (reconhecidas). Para o autor, “[...] o jornalismo só se aproximará dos conceitos e dos processos do conhecimento se, com rigor, método e criatividade, se souber usar os diversos tipos de fonte em combinações inteligentes”. (p. 4)

Entre os teóricos pesquisados, Schmitz (2011) é aquele que apresenta uma tipificação mais abrangente do tema. O autor analisa e compila outras teorias para chegar à divisão de cinco grandes grupos, com 19 categorias, sendo que cada fonte pode ser encaixar em mais de uma dessas categorizações. Schmitz considera o nível de envolvimento com o tema, a que grupo pertence, se é anônima ou não e o grau de confiabilidade.

QUADRO 1 – Quadro de classificação de fontes

Categoria (envolvimento direto ou indireto)	Grupo	Ação	Crédito	Qualificação
Primária	Oficial (governo)	Proativa	Identificada	Confiável (verdadeira e acessível)
Secundária	Empresarial	Ativa	Anônima	Fidedigna (poder, sem histórico de confiança mútua)
	Institucional	Passiva		

	(ONG)			Duvidosa
	Popular (pessoa comum)	Reativa		
	Notável (personalidades)			
	Testemunhal			
	Especializada			
	Referência (documentos)			

Fonte: Elaborado pela autora com base em Schmitz (2011).

Neste estudo optou-se por considerar, essencialmente, o critério “Grupo” da matriz de tipificação do autor, já que se relaciona com a origem ou a contextualização da informação prestada pela fonte, dados que muitos dizem do seu local de fala e, principalmente, das vozes que o jornalista deseja ressaltar no texto.

Essa participação na matéria jornalística pode dar-se por meio de entrevista, seja pessoalmente ou por intermédio de algum aparato tecnológico, como telefone (ligação, aplicativos como *WhatsApp*) ou computador (videoconferência, *softwares*, como *Skype*). O depoimento coletado pode ser utilizado para subsidiar a construção textual ou como elemento visível no texto.

O jornalista, ao trazer o relato da fonte para o texto, tem a opção pelo uso da citação direta (entre aspas) e a citação indireta (reescrevendo o que foi dito e incorporando as informações ao texto produzido por ele). Os usos das falas em citação direta têm como função, principalmente, tirar do jornalista a responsabilidade em emitir determinada informação ao apresentar-se como um tipo de comprovação que dá veracidade ao fato narrado, confirmando a verdade pretendida, além de isolar a informação da opinião e dos comentários. Cria um distanciamento entre o jornalista e o leitor, como se o profissional quisesse retirar a responsabilidade sobre a informação colocando-a “na boca” da fonte. É uma forma de se “esconder” por trás da fonte, dando a ela o poder de fala e o dever de arcar com o depoimento que está sendo publicado.

O texto fica como se fosse dito por outra pessoa. Isso pressupõe um distanciamento do jornalista e, portanto, não é o jornalista que está fazendo a afirmação da verdade. Por outra parte, podemos afirmar que o uso da citação acontece para apoiar hipóteses pessoais, apresentando-as como se tivessem sido extraídas da lógica “natural” dos acontecimentos. (ALSINA, 2009, p. 298).

O discurso indireto também traz as marcas do jornalista sobre o fato relatado e não há neutralidade ao unir o discurso citado pela fonte e o discurso do profissional que escreve o

texto. O que se vê, nesse caso em específico, é um processo de interpretação da fala da fonte com o uso de palavras-chave, definidas pelo jornalista dando ênfase aos pontos que ele considera mais relevantes no trecho retratado.

Pinto citado por Sousa (2002) explica que, a partir dos anos 1970, o jornalismo político alçou novo modelo baseado na interpretação e análise, que mescla factual com opinião, substituindo um modelo descritivo com longas citações de políticos. Percebe-se que essa mudança de paradigma se deu pela globalização da informação, pelo uso da televisão como meio prioritário de comunicação e pelo desenvolvimento da comunicação política e do *marketing* político.

[...] dos anos 1960 até hoje, se nota um decréscimo da porcentagem de parágrafos de citação nas notícias, até porque se foi questionando a ideia de que a credibilidade e a objetividade jornalísticas estão associadas às citações. Segundo Ricardo Pinto, o fenômeno deve-se, em parte, à proliferação das *soundbites*⁶ no discurso político. As longas citações diretas dos anos 60 e 70 foram substituídas por citações de *soundbites*. Este fato, de acordo com Ricardo Jorge Pinto, ajudou a consolidar uma mudança de paradigma no jornalismo político, pois ofereceu maior espaço para a interpretação jornalística e, conseqüentemente, facilitou a transição de um modelo descritivo de jornalismo político para um modelo analítico e interpretativo. (SOUSA, 2002, p. 71).

Mesmo com a redução do uso do tamanho das citações, seu uso ainda perdura. A publicação de um depoimento, tanto direto quanto indireto, passa pelas mesmas possibilidades de interferência ou distorção pelas quais passam os demais discursos, mediados ou não. O verbo usado para relatar a opinião, por exemplo, além de organizar e estruturar o texto pode também ser indicador de afirmações positivas, de força de argumento, de emocionalidade, de argumentação, de oposição ou de caráter ilocutivo⁷. (MARCUSCHI, 1991).

Entende-se então que os lugares de produção e de recepção estão imersos em contextos que produzem significações específicas e que interferem diretamente na formação discursiva. Algumas estratégias são usadas para garantir que mídia e público se reconheçam e estabeleçam vínculos com ganhos para ambas as partes.

1.3 Os contratos de comunicação

Todo o processo de observação, levantamento, análise e escolhas por parte do jornalista busca, em última etapa, estabelecer relações com o interlocutor, já que a mídia

⁶ *Soundbites* são pequenas frases ininterruptas que funcionam como um bloco e têm elevado impacto no discurso político.

⁷ Cujo falante tem a intenção de realizar o ato pela fala com o objetivo de executar uma transformação.

funciona como uma instância de mediação entre o acontecimento e os sujeitos. As pesquisas de recepção são algo recente nos estudos da comunicação social e, para alcançar esse avanço, foi fundamental entender que o processo extrapola o modelo linear de estímulo/resposta, buscado identificar o receptor como agente ativo da comunicação e reconhecer a circulação como um novo lugar de produção de sentidos, espaço em que os discursos são construídos dentro de determinados contextos históricos, sociais e ideológicos.

A visão renovada sobre o papel do sujeito como ativo nas estratégias de comunicação e a ampliação dos processos de convergência, compartilhamento e transmissão nos variados ambientes midiáticos ajudaram a proporcionar o descentramento dos lugares de fala (FAUSTO NETO; WOLFART, 2009), ao articular e unir a produção e a recepção, por meio das técnicas das estratégias discursivas utilizadas na produção textual, promovendo um diálogo ativo entre as partes. A reprodução do conceito de Braga apresenta-se como um elemento importante na busca pela elucidação mais completa da expressão “lugar de fala”

Toda fala (texto, discurso, etc) necessariamente faz sentido [...] em algum lugar, segundo: uma determinada ótica relacionada a uma inserção específica em uma situação concreta, historicamente dada. As falas são vividas pelos falantes, no seu processo de enunciação, não como se fossem conceitos ou ideologias, mas como atos históricos, específicos, situacionados – e portanto narráveis. (BRAGA, 1997, p. 162).

Entender que o discurso é uma ação de um sujeito, dada em um contexto específico e que perpassa por vários outros discursos (interdiscurso), é essencial para compreender como se dá essa relação interativa entre os sujeitos. Apropriando-se do pensamento de Verón (2004, p. 83), um discurso pode produzir vários efeitos em um campo de possibilidades e aqueles que observa da produção, não é capaz de determinar a configuração única que será produzida, mas pode prever a “[...] classe das configurações que podem surgir além do 'ponto crítico’”.

Da mesma forma que o jornalista estabelece uma relação de confiança com as fontes, o mesmo deve acontecer com aquele que lê/ouve/vê a notícia em relação aos veículos de comunicação, ou pelo menos com aquele que é pressuposto e idealizado pelo jornalista e pelo jornal em que trabalha. A formação de vínculos reafirma a construção identitária da mídia e cria um reconhecimento por parte do receptor na busca por informações. Bakhtin (2003) trabalha com o conceito de endereçamento como elemento constitutivo do processo de interação, em que o direcionamento busca atingir determinados tipos de destinatários do texto discursivo.

O jornalista, em sua função profissional, assume o papel de enunciador. Enquanto isso,

o enunciatário é aquele leitor idealizado pela empresa jornalística, para o qual o texto é destinado, e que é convocado a participar do processo dialógico. O discurso jornalístico promove justamente a interação por meio da notícia posta pelo enunciador e dirigida a um enunciatário imaginado. Esse leitor-modelo, delimitado conforme as expectativas da mídia, orienta a produção do texto com as características que seriam comuns a maior parte do público do veículo. É importante considerar que não há uma orientação única para se atingir o leitor, já que os públicos não são totalmente homogêneos, mas é possível identificar um perfil médio para essa orientação. Fausto Neto, Castro e Lucas (1995) lembram-nos que existe uma “corporeidade jornalística no texto”, pois a liberdade potencial de interpretação não é aberta o suficiente, de modo a não deixar essas marcas textuais.

As marcas presentes na superfície textual trazem a identidade do produtor e a sua intencionalidade quanto à relação que se quer estabelecer com o receptor/leitor/cidadão. A maneira como o texto apresenta-se por meio do gênero, das figuras de linguagem, dos atos de linguagem, das modalidades de narrativa, da seleção de quem são aqueles aptos a falar, da escolha e do uso dos diversos tipos de citação, entre outras características, diz muito sobre os papéis exercidos no processo dialógico da comunicação e no endereçamento da mensagem.

As interações entre sujeitos e campos sociais se dão, pois, mediante os contratos de leitura, a saber, conjunto de regras e de instruções construídas pelo campo da emissão para serem seguidas pelo campo da recepção, condição com que ele se insere no sistema interativo proposto e pelo que ele é reconhecido e, conseqüentemente, se reconhece como tal. (FAUSTO NETO, 1995, p. 199).

Prado (2013) divide os momentos de convocação para o estabelecimento de contratos em três ocasiões: no primeiro, tendo clara a tendência editorial, a mídia e os produtores de conteúdo criam seus produtos após a montagem de toda uma estrutura física e intelectual; no segundo momento, é feita a convocação em si por meio da interpelação dos sujeitos para os quais o endereçamento se volta, criando relações de pertencimento e reconhecimento com o texto em questão; já no terceiro momento, é feito o retorno do processo aferindo pela experiência desses sujeitos.

Entre os operadores utilizados para o estabelecimento de possíveis contratos de leitura, Fausto Neto (1995) cita a recorrência, a localização e a identificação como elementos importantes na apresentação do acontecimento para a criação de contato e de mecanismos para a significação e para a construção de sentido. O contrato contribui também para selecionar os acontecimentos relatados, na medida em que exige o direcionamento necessário para atingir o leitor idealizado. Assim, é proposta uma arquitetura de vínculos baseada em

regras e estratégias próprias. Os enunciados convocam a adesão, mediante contratos, buscando garantir a completude da informação de acordo com a agenda e o repertório dos sujeitos e seguindo as escolhas e as valorações emitidas pelo produtor da notícia.

É importante reforçar que não há rigidez nas regras, o leitor pode escolher o percurso de acordo com as possibilidades de interação e interpretação previamente direcionadas na construção textual e o repertório de cada receptor, nessa perspectiva, é extremamente importante para o entendimento da mensagem. O sujeito assume papel central na produção do conteúdo ao ser objeto considerado na instância de produção e, ao mesmo tempo, por ter a mobilidade e a possibilidade de traçar seu caminho no campo da recepção. O objetivo é aliar a intenção do emissor aos desejos do receptor, por meio desses vários contratos estabelecidos e pela veiculação de uma informação em que se reduza as dúvidas e incertezas quanto ao texto jornalístico apresentado, aproximando o quanto possível o receptor ideal do receptor final.

Fausto Neto (2007) enumera três motivos pelos quais pode acontecer o distanciamento e a quebra ou não realização do vínculo esperado com a constituição do contrato: a complexidade da interação do meio de comunicação com o leitor, devido às diferenças de realidade e aos vários agendamentos que ambos sofrem nos processos sociais; a dificuldade de aferição e de interpretação do alcance do efeito pretendido; e a necessidade de estudos que considerem as instâncias de produção e de recepção para a compreensão dos efeitos já que a “[...] mensagem é apenas um ponto de passagem” (FAUSTO NETO, 2007, p. 8). A circulação, nesse contexto, entra como um espaço em que produtores e receptores se reconhecem e oferecem elementos que possibilitem a interação.

Ao recuperar a perspectiva de Fausto Neto sobre isso, Braga (2012) diz que dada a possibilidade de desarticulação entre lógicas dos processos de produção e de recepção de mensagens, por suas diferenças, coloca-se a questão dos contratos que descrevem “[...] as possibilidades de construção de vínculos entre produção/recepção”. (BRAGA, 2012 apud FAUSTO NETO, 2010, p. 10 citado por Braga). Nesse sentido, ocorre que as lógicas dos contratos ficam subsumidas pelas lógicas de interfaces/interações, tendo em vista o deslocamento dos receptores para várias mídias, migrando seus contratos e quebrando as zonas clássicas de fidelização.

Mesmo os operadores de produção dos contratos (FAUSTO NETO, 2007) sendo, muitas vezes, práticas já naturalizadas e engendradas no jornalismo, é possível reconhecê-los em várias etapas da produção da notícia. Fausto Neto (2008) fala nos pontos de fugas, situações e instâncias que podem comprometer o sentido e os objetivos editoriais do contrato. Os produtores de conteúdo jornalístico buscam justamente manter estratégias confiáveis de

forma a “cercar” o receptor/leitor para que consiga garantir os vínculos estabelecidos por meio dos contratos, com o uso das tecnologias comunicacionais, para a promoção da interação entre a mídia e os sujeitos, entre produtores e receptores de conteúdo. A volatilidade desses papéis nesse contexto promove, do mesmo modo, outras formas de processualidade e de interação, reconfigurando e tornando perenes as zonas limítrofes e as zonas de pregnância (FAUSTO NETO, 2008).

Ao se converter numa espécie de «sujeito» dos processos e das dinâmicas de interação social, a cultura midiática torna-se um complexo dispositivo em cujo âmbito se organiza um tipo de atividade analítica, cujas gramáticas, regras e estratégias geram ainda, por operações auto-referenciais engendradas no dispositivo, as inteligibilidades sobre as quais a sociedade estruturaria suas novas possibilidades de interpretação. (p. 94).

Outro autor que aborda o tema é Patrick Charaudeau (2001), que fala de “contrato de comunicação” com suas regras e necessidade de reconhecimento mútuo. Para que as regras do jogo possam ser entendidas pelos participantes da cena linguageira, é essencial que as práticas sejam reguladas socialmente e que dados externos e internos do processo comunicativo sejam validados na situação da troca discursiva. O autor classifica como dados externos aqueles formados pela regularidade dos sujeitos e pelas trocas estáveis por um determinado período, referem-se, muitas vezes, à questão situacional. São classificados como externas as condições de identidade, finalidade, propósito e dispositivo (circunstâncias materiais). Já os dados internos são claramente discursivos e divididos entre os espaços de comportamentos de locução, de relação e de tematização.

O necessário reconhecimento recíproco das restrições da situação pelos parceiros da troca linguageira nos leva a dizer que estes estão ligados por uma espécie de acordo prévio sobre os dados desse quadro de referência. Eles se encontram na situação de dever subscrever, antes de qualquer intenção e estratégia particular, a um contrato de reconhecimento das condições de realização da troca linguageira em que estão envolvidos: um contrato de comunicação. (CHARAUDEAU, 2009, p. 68).

Segundo as teorias contemporâneas do discurso, posto, pressuposto e subentendido (DUCROT, 1987) representam constituintes importantes nessa troca linguageira e abrem as brechas para o estabelecimento de hipóteses importantes na superfície textual. Os veículos de comunicação social apropriam-se dessas ferramentas discursivas para fazer valer a circulação de conteúdos e de significações e estabelecer o diálogo necessário com seus públicos. Dentro

dessa perspectiva, o jornalismo utiliza-se de recursos objetivos (postos e pressupostos) e subjetivos (subentendidos) para dar voz aos vários discursos presentes no texto. O posto é o dado, aquela nova informação já estabelecida na frase, enquanto os pressupostos e subentendidos são os elementos que exigem do interlocutor a interpretação linguística, no primeiro caso, e retórica, no segundo. Os pressupostos apresentam sempre um marcador no enunciado, fazendo com que não fique somente preso ao contexto. A subjetivação dos pressupostos e, principalmente, dos subentendidos, desafiam o processo de produção jornalística ao possibilitar novas e diferentes interpretações do real construído pela mídia.

Fazendo uma análise mais ampla, pode-se considerar que o filósofo americano Herbert Paul Grice, ao apontar máximas de cooperação esperadas em qualquer ato conversacional, busca-se garantir um diálogo bem-sucedido. Maingueneau (2008) e Lage (2005b) afirmam que essas máximas seguem, como lei maior, o princípio da cooperação e que há uma convenção tácita de que as normas serão respeitadas pelos interlocutores. Essas observações podem ser aplicadas também, a grosso modo, em uma análise de contratos de comunicação, já que visam garantir a inteligibilidade da comunicação pelos sujeitos envolvidos. Grice delimitou as máximas de quantidade (“faça sua contribuição tão informativa quanto necessário”), as máximas de qualidade (“tente fazer sua contribuição verdadeira”), as máximas de relação (“seja relevante”) e as máximas de maneira (“seja claro”).

Diante das diversas perspectivas sociais e dialógicas apresentadas, o campo do jornalismo apresenta-se como espaço rico de trocas e elementos para se entender a contemporaneidade e a forma como os veículos de comunicação, mais especialmente na *web*, vêm se utilizando desse espaço midiático para promover o fazer político dos sujeitos, por meio do acompanhamento das notícias sobre políticas públicas educacionais.

2 O JORNALISMO DE REVISTA NA WEB NO CENÁRIO EDUCACIONAL E SOCIOPOLÍTICO ATUAL

A estreita relação entre sociedade e comunicação foi reconhecida e debatida no capítulo anterior desta pesquisa. Neste capítulo, discute-se mais especificamente sobre a educação e o jornalismo neste contexto.

O capítulo abre considerando que a administração vigente do Brasil interfere diretamente nos rumos da educação, já que, por meio do posicionamento de um governo, é possível inferir em suas políticas de distribuição de renda, de intervenção na economia e de valorização da educação, entre outros temas. Nos últimos anos, o País vem passando por um momento político conturbado, com grande intolerância e polarização nas ruas, além de um golpe político-jurídico-midiático que representou uma mudança de rumo após 13 anos de governos voltados para a ação coletiva (TELLES, 2016).

Após um histórico político-educacional, a pesquisa levanta os pontos de intersecção entre o jornalismo e a educação, apresentando o quanto as duas áreas são essenciais para o desenvolvimento social e apontando que ainda existem precariedades e falhas na cobertura midiática relacionada à temática. Entre essas omissões, foram identificadas coberturas superficiais, abordando pouco as causas, consequências e soluções para as questões levantadas; conteúdo muito voltado para o factual; uso restrito de fontes, privilegiando as falas governamentais etc.

A parte final do capítulo concentra-se na apresentação das plataformas jornalísticas usadas no objeto analisado. Para entender o jornalismo nos *sites* de revista, é preciso enumerar as características do meio revista e as especificidades da *web*. Só assim, é possível descrever como funcionam os *sites* de revistas de informação geral.

2.1 Educação, política e sociabilidade no Brasil dos anos 2013-2017

A precarização da educação brasileira é algo histórico. Desde as primeiras instituições de ensino concentradas exclusivamente nas mãos dos jesuítas (1549-1759), que buscavam prioritariamente a formação de missionários; o veto da família real portuguesa para a criação de universidades no país, diferentemente da América espanhola, que no século 19 já tinha mais de 20 universidades; passando pelo ensino médio propedêutico para a elite e o ensino profissionalizante para as classes populares sem acesso ao Ensino Superior; até a economia eminentemente agrária (MELO, DUARTE, 2011; CASTRO, GARROSSINO, 2010). Estes e

outros fatores contribuíram para reafirmar o quadro de descaso da educação brasileira.

Atualmente, a taxa de analfabetismo das pessoas com 15 anos ou mais é de 8% (2015)⁸, número que vem apresentando uma queda lenta e constante, mas que compreende ainda cerca de 13 milhões de pessoas. A proporção de investimento público em educação no Brasil é bastante significativa frente a outros países (cerca de 16%)⁹, mas é sabido que esses valores são mal distribuídos e não garantem a qualidade necessária ao ensino público ofertado.

Segundo o ordenamento jurídico brasileiro, a educação é competência dos três entes da federação, baseada em princípios¹⁰ como garantia de acesso e de permanência na escola, gratuidade, gestão democrática, garantia de qualidade do ensino, entre outros itens dispostos em diversos artigos da Constituição e de outras leis complementares. Apesar da normatização, autorização e avaliação serem de responsabilidade estatal, o ensino é prática liberada também à iniciativa privada¹¹.

O ensino médio no Brasil vem sendo historicamente objeto de conflito no campo educacional, tendência que adquiriu diferentes proporções em cada contexto em que invariavelmente se expressavam, sob distintos matizes, traços da dicotomia estrutural da sociedade cindida em classes e atravessada por sucessivos estágios de desenvolvimento, nos últimos duzentos anos, rumo à consolidação e hegemonia do modo de produção capitalista. Essa dicotomia também se expressa em aspectos estruturais do sistema de ensino, notoriamente conhecidos, dentre os quais pode ser destacada a dualidade entre o ensino propedêutico e o profissionalizante que, a rigor, guardam uma estreita relação de interdependência. (MELO; DUARTE, 2011, p. 232)

Entidades internacionais, como o Banco Internacional para Reconstrução e

⁸ IBGE. Taxa de analfabetismo das pessoas de 15 anos ou mais de idade, por sexo – Brasil – 2007/2015. Disponível em: <goo.gl/9fAmjw>. Acesso em: 09. dez. 2017.

⁹ “Panorama da Educação – Destaques do *Education at a Glance* 2017 da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). Comentários do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (Inep) e do Ministério da Educação. Disponível em: <goo.gl/tjdcem>. Acesso em: 09 dez. 2017.

¹⁰ Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Título VIII – Da Ordem Social. Capítulo III – Da Educação, da Cultura e do Desporto. Seção I – Da Educação. Art. 206. O ensino será ministrado com base nos seguintes princípios: I – igualdade de condições para o acesso e permanência na escola; II - liberdade de aprender, ensinar, pesquisar e divulgar o pensamento, a arte e o saber; III – pluralismo de ideias e de concepções pedagógicas, e coexistência de instituições públicas e privadas de ensino; IV – gratuidade do ensino público em estabelecimentos oficiais; V – valorização dos profissionais da educação escolar, garantidos, na forma da lei, planos de carreira, com ingresso exclusivamente por concurso público de provas e títulos, aos das redes públicas; VI – gestão democrática do ensino público, na forma da lei; VII – garantia de padrão de qualidade; VIII - piso salarial profissional nacional para os profissionais da educação escolar pública, nos termos de lei federal. Disponível em: <https://goo.gl/2soz4S>. Acesso em: 26 jul. 2017.

¹¹ Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Título VIII – Da Ordem Social. Capítulo III – Da Educação, da Cultura e do Desporto. Seção I – Da Educação. Art. 209. O ensino é livre à iniciativa privada, atendidas as seguintes condições: I – cumprimento das normas gerais da educação nacional; II - autorização e avaliação de qualidade pelo Poder Público. Disponível em: <https://goo.gl/2soz4S>. Acesso em: 26 jul. 2017.

Desenvolvimento (Bird)¹², vêm, sistematicamente, reafirmando a necessidade de administrar a pobreza, além de expandir e melhorar a educação nos países de renda média (China, Índia, Brasil, entre outros) de forma a atender às demandas do capital internacional. “[...] os organismos multilaterais, internacionais e regionais difundem a ideia de que os pobres atravancam o crescimento econômico, pois podem criar instabilidades políticas que afetam as boas condições de acumulação do capital” (MOTTA, FRIGOTTO, 2017, p. 364). Oliveira (2009), por seu turno, aponta como sendo quatro as consequências da globalização para a educação, a saber: 1) a educação como ferramenta de preparação para o trabalho; 2) o uso de tecnologias como *softwares* educativos e educação a distância; 3) a “implantação de reformas educativas muito similares entre si na grande maioria dos países do mundo” (p. 209); e 4) a comercialização do setor, como objeto de interesse no capital.

Dentro das perspectivas apresentadas por vários autores, é possível verificar a percepção da educação como mercadoria, com o objetivo de atender os interesses dos grandes grupos financeiros, seja na mercantilização do ensino, como no caso mais claro do nível superior, seja como instrumento que fornece mão de obra qualificada que dê continuidade à engrenagem de acúmulo de capital. Nesse cenário, o direito à educação e ao ensino regular são vistos como moeda de troca e não como um direito à cidadania social e à participação política.

Traçando uma pequena linha do tempo do objeto de atenção midiática para qual esse estudo se volta, identifica-se que o Ensino Médio passou a ser assim nomeado a partir de 1996, com a promulgação da Lei n° 9.394 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação – LDB), que também instituiu a estrutura curricular única em todo o País, com foco na oferta de formação geral que capacite os jovens para a vida. O Brasil ainda passava, nesse período, por altos índices de analfabetismo entre adultos e de evasão escolar, além de fortes críticas por parte dos educadores sobre a reforma. Na mesma década, foram aprovados também os Parâmetros Curriculares Nacionais para o Ensino Médio (PCNEM) e as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio (DCNEM) sem grandes dificuldades, já que o governo de Fernando Henrique Cardoso estava “fortalecido politicamente no plano interno” (FERRETI, SILVA. 2017, p. 390).

¹² Aprendizagem para todos – Investir nos Conhecimentos e Competências das Pessoas para Promover o Desenvolvimento – Estratégia 2020 para a Educação do Grupo Banco Mundial (Resumo Executivo). Disponível em: <<https://goo.gl/PIQ6Jr>>. Acesso em: 19 dez. 2017.

Esse período de transformações que eclodiu no Brasil no governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC), teve seu início ainda na década de 70, e foi influenciado pela instauração da política neoliberal e pela participação dos organismos multilaterais na definição das políticas educacionais, os quais colocavam a educação como estratégia para competitividade e ascensão do país na agenda global. (DAMBROS; MUSSIO, 2011, p. 2).

Já a era presidencial de Luiz Inácio Lula da Silva (2003 a 2010) seguiu também influenciada pela crise do capitalismo global, buscando reestruturação para responder às políticas neoliberais. As ações governamentais tiveram outro rumo, principalmente no que tange às políticas sociais, porém sem ter o mesmo apoio político do governo anterior, dificultando a aprovação de propostas, como a da formação integrada. O debate sobre articulação entre o Ensino Médio e a educação profissional na LDB e as DCNEM do Ensino Médio Técnico foram aprovadas somente em 2008 e 2012, respectivamente.

Tais políticas foram mantidas, em parte, pelo governo Dilma. Por outro lado, observou-se neste uma abertura maior que a verificada no governo Lula em relação a articulações com a iniciativa privada no que se refere à educação básica, em particular à educação profissional. Neste caso, o programa símbolo foi, como se sabe, o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec). (FERRETI; SILVA, 2017, p. 392).

Após esse resumido histórico político ligado à educação brasileira recente, entender a conjuntura política da reforma, objeto deste estudo, também é essencial. O cenário tem se mostrado bastante acirrado e polarizado, além de ter se tornado alvo de debates nas ruas e nas redes sociais digitais, principalmente a partir das manifestações iniciadas em junho de 2013, encabeçadas pelo Movimento Passe Livre (MPL), contra o aumento dos preços das passagens de ônibus e contra a retirada de direitos sociais. Em seguida, os protestos ocorridos em 2014, contra a realização da Copa do Mundo de Futebol no Brasil, por melhor gestão dos gastos governamentais e pela ampliação de investimentos em políticas sociais, contribuíram para lançar a população às ruas e fomentar o debate contra o governo então vigente.

A polarização ganhou mais força a partir das eleições presidenciais de 2014, em que a dicotomia esquerda-direita se intensificou. A esquerda, representada pelo Partido dos Trabalhadores (PT), vencia novamente a corrida presidencial contra a direita, representada prioritariamente pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Em segundo turno, no dia 26 de outubro, foi confirmada a reeleição da presidenta Dilma Rousseff (PT), com 51,6% dos votos, seguida por Aécio Neves (PSDB), com 48,3% dos votos. Na eleição anterior, em 2010, a presidenta havia sido eleita com 55,49% dos votos após disputa em segundo turno

com José Serra (PSDB), que obteve 44,41% dos votos dos eleitores. O resultado da eleição repetiu-se nos dois pleitos (PT x PSDB), porém o acirramento da disputa de interesses travada socialmente foi ainda maior em 2014. A mídia e, principalmente, as redes sociais digitais foram decisivas para a ferocidade dos debates partidários, muitas vezes superficiais e espetacularizados.

Prioritariamente, a polarização política na sociedade brasileira atual baseia-se em posicionamentos favoráveis ou contrários às políticas públicas de inclusão social e sobre a opinião de quem são os promotores da corrupção no Brasil. “A principal diferença entre direita e esquerda reside em concepções distintas entre, de um lado a ação individual e a escolha voluntária – destacadas pela direita –, e a ação coletiva, preferida pela esquerda.” (TELLES, 2016, p. 99). A partir dessa discussão central, o debate da opinião pública ganhou outros elementos sociais, como a adoção de medidas que ofereçam ou que retirem direitos da educação, a adoção de cotas raciais e socioeconômicas nas universidades, o nível de aproveitamento em programas de intercâmbio, como o *Ciência sem Fronteiras*, a reforma do Ensino Médio e a reorganização escolar. A imprensa, por seu turno, fomenta e reflete esses debates:

[...] parte-se assim do pressuposto segundo o qual o espaço público atual de legitimação do poder (embora raramente da sua reformulação profunda) aceita que o jornalismo desempenha um papel estratégico de primeira ordem ao permitir debates protagonizados por públicos dotados de graus diversos de influência. Os confrontos verificados nesta esfera são razoavelmente condicionados pelo retrato da sociedade e pela forma como os jornais representam a política, o que dela dizem ou dela silenciam. (CORREIA, 2007, p. 21).

Nos últimos três anos, o Ensino Médio, principalmente, tem sido foco de transformações e debates mais acirrados em todo o País em razão da reforma proposta pelo Governo Federal, por meio da Medida Provisória nº 746, de 22 de setembro de 2016¹³, e sancionada em 16 de fevereiro de 2017 como Lei nº 13.415¹⁴. As medidas afetam diretamente, segundo dados da Agência Senado, cerca de 8 milhões de alunos matriculados anualmente no ensino médio brasileiro¹⁵.

Entre outros temas, a reforma abarcou a flexibilização da grade escolar (Base Nacional Comum Curricular – BNCC – somada a uma base flexível); a manutenção de profissionais “de notório saber” para ministrar aulas em disciplinas de cursos técnicos e profissionalizantes

¹³ Disponível em: <<https://goo.gl/NtzbdC>>. Acesso em: 19 dez. 2017.

¹⁴ Disponível em: <<https://goo.gl/2zB9aF>>. Acesso em: 19 dez. 2017.

¹⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/WnsKqF>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

sem formação na devida licenciatura; a adoção do ensino integral de forma gradativa; e a inclusão da carga horária do ensino técnico, obrigatoriamente, como parte integrante da carga horária do ensino regular. Algumas das principais críticas dizem respeito a não participação popular, de especialistas e de entidades de classe na elaboração do documento e, ainda, à edição da nova legislação por Medida Provisória, ferramenta adotada em situações de urgência, já que acelera os ritos parlamentares e, em caso de não votação em 45 dias, obstrui a pauta das Casas Legislativas.

Inicialmente, as mudanças tramitaram na Câmara dos Deputados, por meio do Projeto de Lei nº 6.840/2013, do parlamentar mineiro Reginaldo Lopes (PT-MG), porém foi alçada à Medida Provisória, cessando o debate que já havia se estabelecido. Segundo o Ministério da Educação (MEC), a mudança deu-se pela urgência do tema e pelo “fracasso do ensino médio brasileiro” (*online*)¹⁶, registrado em dados nacionais e internacionais.

Foram várias as manifestações populares realizadas em todo o Brasil, principalmente no segundo semestre de 2016. Além de passeatas contra a reforma do Ensino Médio, houve manifestações contra a reforma trabalhista, que, por meio da Lei nº 13.467/2017¹⁷, alterou a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT); a reforma da Previdência, que propõe alterar, por meio da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) nº 287/2016¹⁸, os artigos sobre seguridade social, regras de transição entre outros temas; e a chamada Lei da Terceirização (Lei nº 13.429)¹⁹, que dispõe sobre o trabalho temporário e sobre as relações de prestação de serviços.

Publicado em 30 de setembro de 2016, o *Manifesto Contra a Reforma do Ensino Médio*²⁰, assinado por 13 entidades ligadas a alunos e professores, entre elas a Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação (CNTE) e a União Nacional dos Estudantes (UNE), expôs o descontentamento em relação ao conteúdo do projeto apresentado e à falta de diálogo com os órgãos representativos do setor. No texto, as entidades signatárias conclamaram os segmentos sociais representados para mobilizações que pudessem impedir a aprovação e a implantação do projeto.

A movimentação fomentada principalmente pelas redes sociais digitais desencadeou uma série de manifestações nas ruas e de ocupações a escolas públicas em todo o Brasil, num movimento que foi denominado “Primavera Secundarista”, fazendo referência à Primavera Árabe, mobilização que gerou protestos contra os governos no Oriente Médio e em parte da

¹⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/1yfbpc>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

¹⁷ Disponível em: <<https://goo.gl/HhxCHa>>. Acesso em: 24 jul. 2017.

¹⁸ Disponível em: <<https://goo.gl/UZgp6Q>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

¹⁹ Disponível em: <<https://goo.gl/uU2GKb>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

²⁰ Disponível em: <<https://goo.gl/QJeD52>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

África (mundo árabe) a partir de 2010. As ocupações no Brasil tiveram início no Estado do Paraná e se alastraram por todo o País. Dados da União Brasileira dos Estudantes Secundaristas (UBES)²¹ apontam para 1.197 escolas ocupadas em 28 de outubro de 2016.

O engajamento dos estudantes secundaristas foi inspirado, no Brasil, em outro momento de protestos e ocupações realizados no Estado de São Paulo a partir de 9 de novembro de 2015, contrários ao projeto de reorganização escolar proposto pelo governador Geraldo Alckmin (PSDB). A proposta tinha como base o rearranjo dos usos dos prédios escolares, de forma que cada unidade adotasse apenas um dos ciclos de educação (Ensino Fundamental I – 1º ao 5º ano; Ensino Fundamental II – 6º ao 9º ano; ou Ensino Médio). A medida causaria o fechamento de 93 escolas, além de aumentar, em várias situações atuais ou futuras, a distância entre a residência do aluno e seu local de estudo. Com a ocupação de cerca de 200 escolas, o governo estadual recuou e suspendeu a medida em 4 de dezembro de 2015.

O movimento de ocupação dos estudantes, apesar de muito bem localizado, não é isolado. Há diversas semelhanças e articulações possíveis com movimentos internacionais, como o *Nuit Débout*, na França (movimento essencialmente jovem que começou contra a anulação de leis trabalhistas): são movimentos que geram redes de solidariedade, seja entre movimentos, seja entre manifestantes e a comunidade local; há novos fluxos e dinâmicas de discussão e de ação que já não cabem nos enquadramentos e nos nomes estabelecidos por e para movimentos sociais tradicionais. A apropriação da internet e o ativismo em rede, a criação e viralização de petições e protestos, os registros audiovisuais dos atos e da truculência policial (material para denúncias) são alguns elementos essenciais dos novos processos de resistência.²²

Mesmo com toda a manifestação popular contra a reforma do Ensino Médio, a MP foi aprovada no Senado Federal em 8 de fevereiro de 2017, e sancionada pelo presidente Michel Temer em 16 de fevereiro de 2017. O MEC informou, por meio da página *Novo ensino médio – Dúvidas*, que a adaptação seria gradativa, seguindo o ritmo de cada estado, já que não foi definido prazo máximo de implantação.

A reforma aguarda, agora, a aprovação da Base Nacional Comum Curricular (BNCC)²³. A Base organiza a aprendizagem, os conhecimentos e as competências que serão repassados aos alunos do ensino público e privado na Educação Básica, orientando os currículos e as propostas pedagógicas da Educação Infantil ao Ensino Médio. Em 15 de dezembro de 2017, o Conselho Nacional de Educação (CNE) aprovou a base para a Educação Infantil e o Ensino Fundamental, com previsão de envio da base para o Ensino Médio pelo

²¹ Disponível em: <<https://goo.gl/YHJWih>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

²² Disponível em: <<https://goo.gl/cL5Yqj>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

²³ Disponível em: <<https://goo.gl/zazndH>>. Acesso em: 12 jul. 2017.

MEC ao CNE no início de 2018. Em abril de 2017, o MEC encaminhou a BNCC ao CNE, que está responsável por elaborar parecer e retornar ao MEC, para, em seguida, capacitar os professores em relação à adequação dos currículos. A única medida da reforma do Ensino Médio com data para implantação é o aumento da carga horária, que deve chegar ao mínimo de mil horas de aula por ano até 2022.

Todos esses elementos são enriquecedores para analisar, neste momento de polarização e conflitos políticos, como a imprensa estabelece as estratégias discursivas de aproximação, por meio de contratos de comunicação, com os leitores. Para tanto, é importante entender o funcionamento dos meios com os quais o jornalismo se mostra para a sociedade e que envolvem esta pesquisa.

2.2 A interface comunicação, jornalismo e educação

Pela relevância social, a educação deveria ser conteúdo presente nas publicações jornalísticas com reverberação no ciberespaço. O sistema regular de ensino é essencial para a expansão do conhecimento em toda a sociedade, sendo um elemento estratégico para o crescimento e a transformação social. Além disso, é imprescindível para a garantia de outros direitos e princípios fundamentais previstos constitucionalmente, como a construção de uma sociedade livre, a erradicação da pobreza e da marginalização e a diminuição das desigualdades sociais. “Educação deve ser entendida como a ação que tem por objetivo constituir uma estrutura comunicativa que sirva de base para a emancipação.” (GOERGEN, 1986, p. 166).

Considerando que educar é comunicar, percebe-se que as bases das atividades comunicacionais se dão pelo processo social mediado pela linguagem, da mesma forma que a educação também é um processo social formativo com o mesmo pressuposto. A perspectiva educativa da comunicação e a perspectiva comunicativa da educação entrelaçam-se a todo o momento, haja vista que o campo educacional extrapola o sistema educativo formal e institucionalizado e a comunicação ultrapassa a mera relação com a mídia. *Media education, media literacy, educación em medio, educación para la comunicación, comunicação/educação, pedagogia da comunicação, mídia e escola, educomídia, educomunicação* são alguns dos termos levantados pelo *Dicionário de Comunicação* (2014) para apresentar as várias possibilidades de interface trazidas nos estudos de comunicação, principalmente a partir das primeiras décadas do século XX.

Comunicação e educação, em uma situação ideal, atuam como espaços de reafirmação

de valores, conhecimentos e fazeres sociais e culturais para a formação do senso crítico, por meio da ampliação do debate e da participação na construção do saber e no acesso às informações de qualidade para a conquista da cidadania dos sujeitos.

As relações de poder estabelecidas pelos dois sistemas (comunicativo e educacional) estão integradas ao processo social e político que os torna aparelhos ideologicamente construídos e formadores das percepções sobre a sociedade em que estão inseridos. No estágio de midiatização atual, os meios de comunicação ganham lugar, juntamente com a escola e a família, no aprendizado dos sujeitos, principalmente em relação ao público infantil, além de serem importantes agentes de socialização, ao promoverem a partilha e a reverberação dos acontecimentos. A democratização da informação propicia a expansão do acesso à mídia, principalmente pela *Internet*, porém alijada de isenção, entre outros fatores, pela mercantilização da informação e pelo monopólio dos veículos de comunicação.

A instituição escolar, por seu turno, mantém o seu lugar na busca pela organização da aprendizagem e a consequente redução das desigualdades econômicas e sociais brasileiras, porém esses desníveis ainda refletem, por exemplo, a defasagem do ensino, a evasão escolar e a não universalidade do ensino público obrigatório, promovendo um círculo vicioso ainda não controlado no País. Os números do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)²⁴, baseados na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), mostram que, entre 2007 e 2014, houve diminuição das taxas de analfabetismo, aumento da escolaridade e do nível da educação entre 6 a 14 anos, bem como do nível de instrução da população. Mas ainda se discute o quão inclusiva, formativa e plural é essa educação oferecida pelo ensino brasileiro, em especial o público.

Considerando essas perspectivas, Martín-Barbero (2014) ressalta a “incomunicação” que perpassa toda a história dos países da América Latina. O autor destaca os processos de “incomunicação” com o passado, com o fazer político e com as elites intelectuais ocasionadas, entre outros fatores, pelo uso da retórica na escola para reforçar a condição de lugar de controle sutil e pela falta de pluralismo de ideias nos meios de comunicação social. Outros entraves, como a desvalorização do corpo docente, principalmente aquele da educação pública, a falta de estrutura física e tecnológica das instituições de ensino, o excesso de conteúdo didático sem aplicabilidade na vida cotidiana, interferem no nível de interesse dos alunos pelo ensino ofertado²⁵.

Porém, o que se percebe é que as pesquisas em práticas de comunicação e de educação

²⁴ Disponível em: <<https://goo.gl/ifcKUr>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

²⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/GjCQQT>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

têm se concentrado principalmente no uso dos meios de comunicação como ferramenta de aprendizagem, na educação para o consumo das mídias e até mesmo na educação como ferramenta de profissionalização das atividades de comunicação, como jornalismo, publicidade, rádio e TV, por meio dos cursos da Educação Superior.

Diferentemente dessas propostas, este estudo tem como viés a comunicação e o jornalismo como agentes promotores das ações ligadas à educação. Dentro desse contexto, há diversos assuntos relacionados à educação que podem se apresentar como acontecimentos relevantes no recorte feito pela mídia, na medida em que o ensino, em seus vários níveis, deve buscar a construção de contextos formativos adequados para a emancipação social e política dos sujeitos, de modo a torná-los ativos e conscientes da autonomia conquistada e da necessidade crescente de busca de conhecimento. É a chamada “educação para autonomia”, conforme Paulo Freire, que trata da organização do sujeito para a própria liberdade. A intersecção entre educação e comunicação representaria uma oportunidade de oferecer aos atores sociais a conscientização e a consequente independência advindas do conhecimento.

De forma geral, o que se percebe, é a homogeneização e a sazonalidade das notícias sobre educação na imprensa. Pesquisas e publicações que tratam da cobertura midiática sobre o assunto não são frequentes, mas esta dissertação traz algumas delas.

A pesquisa *Educação na Imprensa Brasileira: responsabilidade e qualidade na informação*²⁶, desenvolvida pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) e pelo MEC, com apoio da Unesco, foi publicada em maio de 2005 contendo uma avaliação realizada em 2004 da cobertura da imprensa escrita sobre a temática. O estudo analisou 5.362 textos jornalísticos publicados por 57 jornais no Brasil e identificou que a educação foi o tema social com mais destaque na mídia impressa no período. Observou-se que, de forma geral, a cobertura é voltada para o factual ou para o conteúdo didático-pedagógico, com pouca problematização dos temas, uso de poucas fontes e poucas falas, com poucas propostas de debate e tendo os governos como os principais geradores de notícias sobre educação.

Do material analisado, causas (17,3%), consequências (12,7%) e soluções (11,7%) envolvendo as questões educacionais não fizeram parte da maioria das abordagens realizadas pelos jornalistas; 80,8% dos textos não trouxeram dados estatísticos e 84,2% não abordaram informações sobre legislação, planos de governo ou diretrizes. Esses números possibilitam inferir que o conteúdo publicado pelos jornais não primou pela contextualização e análise da situação da educação brasileira, mas pela mera exposição do factual, provavelmente oriundo

²⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/W4wPoF>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

das assessorias de imprensa governamentais. A educação foi tratada como tema secundário em 70% dos casos em que não foi a única temática discutida.

Quanto aos níveis de ensino, a Educação Superior ocupou 33,4% do espaço dedicado à educação, seguido, de longe, pelo Ensino Fundamental (8,4%) e pelo Ensino Médio (5%). A pesquisa identificou que as discussões sobre a reforma do Ensino Superior e a criação do Programa Universidade para Todos (ProUni), em 2014, impulsionaram a graduação para a topo dos temas abordados.

Já a pesquisa *Análise de mídia – A imprensa brasileira e as organizações da sociedade civil* (2014) aponta que a educação em geral foi o quarto tema (6,7%) ligado às organizações da sociedade civil mais abordado pelas revistas²⁷, atrás de meio ambiente, biodiversidade, proteção à natureza/conservação (24,9%), arte, cultura e recreação (11,5%) e saúde pública (10%).

Já na pesquisa publicada em 2015, *A divulgação da avaliação da educação na imprensa escrita: 1995-2010*, constatou-se que a imprensa pode ser considerada um mecanismo propulsor de destaque para a consolidação das políticas avaliativas educacionais tanto no ensino básico, como no Ensino Superior no Brasil, contribuindo para a divulgação dos resultados e a consequente legitimação dessas ações governamentais.

A pesquisa realizada na imprensa escrita no período 1995 a 2010, mostra que a educação não é uma temática muito destacada nas revistas, mas é frequente no jornal. Acerca da educação, os assuntos considerados são, principalmente, relativos à qualidade do ensino, com destaque para a baixa qualidade do ensino básico público e do ensino superior privado. Outras temáticas desenvolvidas são a reserva de vagas em instituições públicas de ensino superior, a (má) formação dos professores, a informática e materiais didáticos padronizados como possíveis ferramentas de melhoria do ensino, a necessidade de políticas meritocráticas de recompensa aos professores. (ROTHEN et al. 2015, p. 656-657).

Porém, o artigo apontou ainda uma superficialidade no uso dos dados estatísticos referentes aos resultados das avaliações. As provas em si tornaram-se mais importantes do que os dados aferidos por elas, reforçando o imaginário de que as avaliações podem “controlar a qualidade da educação” sem problematizar os números e as questões sociais envolvidas com tais resultados. O trabalho abordou o Exame Nacional de Cursos (ENC), ou Provão, o Sistema de Avaliação da Educação Básica (SAEB) e o Exame Nacional de Ensino Médio (ENEM).

²⁷ *Análise de mídia – A imprensa brasileira e as organizações da sociedade civil* (2014). A pesquisa foi conduzida pela Andi e analisou 40 jornais e quatro revistas e (*Carta Capital, Época, IstoÉ e Veja* por seis anos (2007-2012)).

A cobertura da imprensa melhorou muito ao longo dos últimos anos, conforme demonstra a pesquisa. Definitivamente, os profissionais da imprensa abraçaram a causa da Educação. É a pauta social mais veiculada pelos diários de todas as unidades da federação. Contudo, a pesquisa mostra que ainda há um longo esforço a ser perpetrado. Ao abdicar de se aprofundar nas questões mais cruciais – por exemplo, ao preferir cobrir o vestibular à Educação Infantil – a imprensa furta-se do papel de estimular o debate sobre as demais responsabilidades a serem assumidas no espaço público. Furta-se da oportunidade histórica de todos os dias recordar os avanços que ainda não logramos alcançar e os caminhos que necessitamos imediatamente percorrer. (Educação na Imprensa Brasileira: responsabilidade e qualidade na informação, 2005, p. 7).

O programa *Observatório da Imprensa*, da Rede Brasil que atualmente integra a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), exibiu, em 11 de julho de 2012, uma edição especial sobre educação e mídia²⁸. A maior parte dos entrevistados²⁹ foi unânime em apontar mais falhas do que acertos na cobertura da mídia referente à educação.

**QUADRO 2 – Quadro com as opiniões dos entrevistados
do Observatório da Imprensa sobre educação e mídia**

Alberto Dines (jornalista)	“Nossa imprensa opta pelo simplismo, pois não tem profissionais especializados”
Muniz Sodré (jornalista e professor)	“Tradicionalmente, a imprensa não trata bem a educação e os professores”
Cristóvão Buarque (ex-senador da República)	“Muitos veículos têm manchete, mas não têm análise. A longo prazo, nada é mais importante que a educação: para a democracia, para formar cidadãos e para desenvolver o País”
Antônio Goés (colunista)	“Assim como se chegou à universalização na educação básica, a imprensa avançou, mas é a própria sociedade que não prioriza a educação”
Regina de Assis (professora)	“Eles (imprensa) não mostram, por exemplo, a opinião dos milhares de docentes”
Luiz Roberto Alves (professor, então representante do Conselho Nacional da Educação - CNE)	“Conta a inexperiência dos repórteres com o tema e, antes disto, o fato da educação não ser assunto específico nos cursos de comunicação”

Fonte: Elaborado pela autora.

O fato de produzir efeitos a médio e longo prazos é um dos fatores que contribui para essa posição, mesmo a educação impactando diretamente outros temas de interesse nacional, como emprego e renda, saúde pública, cultura, esportes etc. Outro erro ainda constante é que as questões sociais, entre elas a educação, têm sido retratadas pela mídia seguindo o enquadramento do poder público, em especial, o poder Legislativo, grande responsável pela

²⁸ Disponível em: <<https://goo.gl/bXtMqQ>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

²⁹ Disponível em: <<https://goo.gl/weqapB>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

regulação e pela gestão do ensino regular.

2.3 Diferentes espaços para o desenvolvimento do jornalismo contemporâneo

O jornalismo é parte importante na sociedade em processo de midiatização, porém a incipiência, a falta de institucionalização e a pouca visibilidade dos estudos em jornalismo, comparativamente a outros estudos de mídia, demonstram certa dificuldade dos profissionais em sistematizar a empiria sobre o campo (MEDITSCH; SCWAAB, 2014). No Brasil, mais especificamente, soma-se ainda a inexigibilidade do diploma para o exercício profissional. Daí a importância em se discutir continuamente sobre as práticas de leitura, o fazer jornalístico e suas plataformas.

O jornalismo no contexto atual, com a presença *Internet*, trouxe maior massificação das formas de produção e publicação de conteúdo e, do mesmo modo, o uso de outras ferramentas de apuração contribuem para convocar inquietações, debates e sistematizações no fazer jornalístico para além da lógica discursiva. De forma geral, é importante perceber que não há a descaracterização de grande parte das especificidades do jornalismo, mas a necessidade de apreensão de outros olhares e de outras formas de lidar com a informação que extrapolem a articulação entre os elementos visuais e textuais.

2.3.1 Plataforma jornalística de revista

No Brasil, os primeiros exemplares de revista e de jornal foram criados em épocas próximas. Enquanto a primeira edição do jornal *Correio Braziliense* foi publicada em 1808, a revista *As variedades ou ensaios de literatura*, considerada a pioneira no Brasil, data de 1812. Já *Edificantes discussões mensais*, considerada a primeira revista do mundo, foi publicada na Alemanha, em 1663. Nos seus primórdios, essa mídia mantinha uma vocação voltada para a educação e o entretenimento, com o objetivo de ser mais informal que o livro e com informação menos perecível do que a do jornal, porém sempre com caráter especializado e muito alicerçado no uso das imagens. As publicações impressas, aliás, sempre conferiram mais legitimidade ao público pela materialidade do suporte em papel, que, diferentemente de um produto audiovisual, perde-se menos no tempo e no espaço.

Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se

estabelece por um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a compor a personalidade, isto é, estabelece identificações, dando a sensação de pertencer a um determinado grupo. (SCALZO, 2011, p. 12).

A revista é uma das mídias que mais se utiliza da interpretação, da análise e da opinião nas reportagens publicadas. O texto jornalístico das revistas semanais de interesse geral, como *Caros Amigos e Veja*, por exemplo, compila e interpreta as notícias consideradas relevantes, segundo critérios jornalísticos preestabelecidos, e as repassam a seus públicos. O objetivo é divulgar e aprofundar a notícia dada pelas rádios e emissoras de TV, enriquecendo a visão de mundo do leitor, mais do que, simplesmente, ampliar o estoque de informações acerca do tema.

Trata-se de um contrato firmado entre a publicação e o leitor. Através deste contrato, ambos passam a compreender o conteúdo transmitido em uma perspectiva similar. A revista assume um compromisso com o leitor, que passa a contemplar o conteúdo com um olhar específico, oriundo dessa identificação estabelecida. Assim, contar histórias, analisar as informações, apresentar uma linguagem mais leve, mais imagética ou mais analítica, acompanhar os acontecimentos e informar ao público de maneira comprometida passam a ser a responsabilidade da publicação e de seus jornalistas. (FREIRE, 2013, p. 34).

Segundo Santos e Caprino (2007), as características específicas da revista, comparadas às de outros veículos impressos, são a linguagem, a reportagem e a apresentação visual. Já Scalzo (2004) considera a especificidade, a periodicidade e o formato. Natansohn e outros (2013) tratam de estratégias visuais, segmentação temática e a periodicidade não atrelada à urgência informativa. Por seu turno, Freire (2013) aborda a materialidade, a periodicidade, o reforço do aspecto visual, a proximidade com o leitor e a heterogeneidade. As quatro classificações apresentam elementos similares na identificação das particularidades da plataforma.

O texto para revista identifica-se prioritariamente com o texto de reportagem, pelo conteúdo aprofundado e o tamanho ampliado em comparação ao texto de jornal. Os recursos da pirâmide invertida e do *lead* jornalístico³⁰ são normalmente abolidos, dando lugar a uma abertura de texto que pode conter elementos narrativos, descritivos, adjetivados, coloquiais e informais, destacando personagens ou diálogos. Ou seja, a criatividade, por meio do uso de diferentes estratégias linguísticas, é permitida e bem-vinda. O texto revista permite maior

³⁰ A técnica da pirâmide invertida objetiva priorizar a informação mais importante (o quê, quem, onde, como, quando, por quê) no início do texto jornalístico, sendo que, quanto menos relevante for a informação, mais próxima ela estará do final do texto. O uso da técnica teve início na Guerra Civil Americana (Guerra de Secessão), nos anos 1800. Os jornalistas de guerra precisavam encaminhar as notícias às redações por meio do telégrafo e, para evitar que informações relevantes não fossem enviadas devido à precariedade da transmissão, optava-se pelo envio das informações mais relevantes primeiro.

leveza na escrita, por não estar preso à rigidez do jornal, imposta pela redução do espaço de publicação e pela redução do tempo de apuração e escrita. A extensão da periodicidade é um atributo que possibilita ao jornalista uma apuração mais rigorosa, polifônica, com a utilização de recursos gráficos e fotográficos que ampliam e contribuem para o enriquecimento da informação.

A segmentação do público, mesmo para os veículos generalistas, como *Caros Amigos* e *Veja*, permite uma aproximação baseada em contratos firmados entre a revista e seus leitores. Manter esses vínculos torna-se um dos principais objetivos dos produtores, já que o público segmentado não busca somente a notícia, mas também a manutenção desses contratos que vão trazer ao leitor as características que ele procura e com as quais já está habituado, como o estilo de texto, as fontes consultadas, o posicionamento editorial etc. Nessa perspectiva, o discurso noticioso por vezes é usado como estratégia para a defesa da linha editorial e dos interesses comerciais e o foco no interesse “do” público e não “no” público, principalmente do assinante, é o reflexo dessa postura. O fato de conhecer bem os leitores dá à revista uma visão ampliada do mercado e de como deve portar-se diante dele.

Por detrás da revista, há compromissos nem sempre evidentes. Quando uma delas, especializada em motocicletas, aponta defeitos em um modelo, a fábrica até lamenta, mas não deixa de anunciar por isso: o que o magazine se propõe a promover é o uso e a ‘cultura’ da moto, não a marca em particular. A crítica resulta em credibilidade e é parte das regras do jogo. (LAGE, 2005, p. 151).

No que tange aos aspectos gráficos e de impressão, de forma geral, a revista busca ser mais agradável tátil e visualmente do que o jornal impresso. O formato é mais adequado para guardar e transportar (o mais comum é o tamanho 20,2 x 26,6 cm), além de não ter o aspecto “sujo” do papel-jornal, o que contribui também para dar precisão e beleza às imagens. É interessante destacar que a revista *Caros Amigos* possui formato expandido (27 x 33 cm) e papel com aparência menos sofisticada. *Caros* utiliza-se de papel LWC³¹ 60g para o miolo e capa em *off set* 90, escolhas que vão ao encontro do projeto editorial da revista progressista, reforçado na reforma do *layout* publicada a partir da primeira edição de 2016, que “privilegia o texto e praticamente dispensa as fotos e ilustrações, busca um diferencial nos grafismos das letras, ao mesmo tempo em que resgata da história de *Caros Amigos* sua característica inovadora, alternativa, contra-hegemônica”³². Já a *Veja* mantém o formato tradicional das revistas semanais de interesse geral (20,2 x 26,6 cm) e papéis que conferem sensação mais

³¹ O papel *Lightweight Coated Paper* (LWC) é um tipo de papel somente pré-calandrado para redução da aspereza e da porosidade.

³² Disponível em: <<https://goo.gl/FSiY3H>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

macia ao toque e mais sofisticação (miolo SC³³ A 52g e capa *couchê* brilho 115g).

Os elementos de *design* apresentam-se como informações disponíveis para atender as especificidades do conteúdo da reportagem, garantindo, ao máximo, a completude da notícia, por meio do uso de recursos como padronização de cores, espaços em branco, linhas e margens, fotografias, infográficos e ilustrações. Além de organizar as informações, o *design* contribui para compor a enunciação jornalística, para reafirmar o discurso e para construir o sentido proposto.

Dessa maneira, entende-se o conteúdo noticioso de revista como algo que demanda um processo de planejamento e de produção mais elaborados, de forma a aliar normas editoriais, segmentação do público e reportagens mais completas, com uso de diversas linguagens textuais e imagéticas.

2.3.2 Plataforma jornalística web

Iniciada em 1969 como Arpanet³⁴, nos Estados Unidos, a *Internet* ganhou popularidade nos anos 1980, com a invenção do programa *World Wide Web*. Em 1995, o *The Wall Street Journal* lançou o *Personal Journal*, conhecido como o pioneiro entre os *sites* jornalísticos. O *webjornalismo*³⁵, a partir daí, passou por diferentes estágios: o de mera transposição das notícias do formato impresso para a *Internet*; a fase de agregação dos primeiros recursos e do entendimento da necessidade de adequação da linguagem e da estrutura textual; e a fase do uso mais intenso de recursos hipermidiáticos e convergência de suportes, além de produção textual própria. Mielniczuk (2003) denomina essas três fases de *webjornalismo* de primeira, segunda e terceira gerações. Para a autora, a primeira geração, ou fase da transposição, representa o momento em que a *web* ainda era incipiente e as poucas iniciativas jornalísticas existentes buscavam somente a reprodução do texto impresso para o novo formato. Já a segunda geração, ou fase da metáfora, representa a tendência de um *webjornalismo* atrelado ao impresso, porém desvendando e explorando as potencialidades do

³³ Papel SC: “Tipo de papel não-revestido, supercalandrado, fabricado com pasta de alto rendimento, utilizado na rotogravura para impressão de encartes de jornal, catálogos, revistas, etc.” Disponível em: <<https://goo.gl/z7Jtbn>>. Acesso em: 26 jul. 17. O papel supercalandrado é aquele que recebe acabamento acetinado para aumentar o brilho, entre outras características.

³⁴ A *Advanced Research Projects Agency* (Arpa), agência de pesquisas para o serviço militar, criou, em 1969, uma rede de computadores nos Estados Unidos para garantir comunicação emergencial em caso de ataques militares de outros países.

³⁵ Neste trabalho optou-se por usar o termo “webjornalismo” para designar o jornalismo produzido exclusivamente para a *web*, que representa uma parte específica da *Internet*, seguindo Mielniczuk (2003). Este, segundo a autora, seria o menor recorte de delimitação do tema dentro do jornalismo eletrônico.

meio. “Nessa fase, o jornal impresso é utilizado como metáfora para a elaboração das interfaces dos produtos.” (MIELNICZUK, 2003, p. 49). O que é possível observar é que a terceira geração, ou fase da exploração das características da *web* de forma exclusiva, sem vinculação com o impresso, ainda é pouco vista no Brasil, onde os *sites* jornalísticos se utilizam de linguagem própria, porém ainda com exploração limitada de recursos de multimídia e de convergência.

Nesta dissertação, optou-se por utilizar Canavilhas (2014), que traz, de forma geral, os elementos apresentados pelos demais autores. Canavilhas enumera sete principais características do jornalismo para *Internet*: hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, ubiquidade e personalização. De forma geral, a interpretação desse autor contempla quase que a totalidade das características apresentadas pelos demais pesquisadores acionados neste estudo.

A necessidade do urgente e do tempo “real”, a rapidez na reverberação das informações, a não linearidade, a quebra de territórios e de fronteiras físicas são inerentes a esse ambiente, e todas essas características devem ser consideradas na produção da notícia, para atender ao público e às formas de interação advindas dessa plataforma.

A hipertextualidade, uma das características principais do meio, é representada por uma série de “nós”, que trazem consigo uma infinita possibilidade de conexões. As informações não seguem uma regra, podendo agregar conceitos, como diversidade, multiplicidade e interatividade, por meio de um sistema não linear de comunicação. O princípio é o mesmo do processo cognitivo mental, que se utiliza de associações baseadas na memória, no raciocínio e na imaginação, e mesmo da sociedade em si, que se vale da formação em rede para se constituir. O diferencial da rede hiperconectada é o ganho de agilidade e o alcance global na disseminação das informações, além da possibilidade ampliada de interação. Permite, ainda, acessibilidade aberta, considerando um número grande de conexões, o que seria uma diferença palpável entre o uso da rede na *Internet* e em outros veículos de comunicação no que tange ao entrecruzamento de dados.

A multimídia promove a formação de outros vínculos, ao evocar várias plataformas e linguagens, promovendo experiências multissensoriais que podem explorar outros sentidos e diferentes narrativas. Porém, o que se percebe é que há, ainda, pouca inovação no *webjornalismo*, com a predominância somente do uso de imagens, vídeos ou sons aliados ao texto. “Houve avanços notórios em termos de experiências como *newsgames*, jornalismo em quadrinhos, *webdocs* e *sites*–reportagem. Os casos, porém, ainda são quantitativamente modestos.” (ESSENFELDER, 2017, p. 191).

Já com as facilidades interativas, o receptor assume lugar ainda mais importante nas relações e na produção de sentido. A interatividade pode ser percebida como forma de expressão ou partilha de conhecimento e opinião, ou também como possibilidade de seleção entre os conteúdos ofertados. Mesmo a função primaz de *gatekeeper* ainda pertencendo aos jornalistas/editores, como produtores de conteúdo jornalístico, o leitor atua como interagente ativo e, em várias situações, torna-se o elo na repercussão e na produção da notícia. Essa realidade é constituída de importantes ferramentas de globalização em que troca, mistura, apropriação e contaminação de elementos das mais diferentes esferas estão presentes, promovendo a interação contínua entre sujeitos dispersos.

Fausto Neto (2010) fala em “zonas de contato” ou “pontos de articulação” como estratégias desenvolvidas para evitar incertezas no processo de comunicação, de forma a garantir a permanência dos vínculos, e em “zona de interpenetração” como os locais em que estão em contato produtores e receptores. As conceituações são pertinentes quando se analisam as possibilidades de interação e de trocas na *web*. É na etapa da circulação que os integrantes do processo comunicativo interagem em “[...] jogos complexos de oferta e de reconhecimento”.

Os *mídia* não são apenas compêndios de um processo interacional, mas oferecem seus postulados e lógicas para a própria organização social. Instituem, por suas novas feições, zonas complexas de intensos *feedbacks* entre os atores removendo posições, redefinindo protocolos de comunicação, estabelecendo novas concepções e natureza de vínculos, alterando espacialidades e temporalidades sobre as quais se funda o ato comunicativo. A circulação, ao deixar de ser uma problemática de intervalos entre elementos de um determinado processo de comunicação, passa a se constituir em um dispositivo central, uma vez que as possibilidades e a qualidade das interações sócio-discursivas se organizam cada vez mais em decorrência da natureza do seu trabalho de transformação da arquitetura em processos comunicacionais. As lógicas dos “contratos” são subsumidas por outras “lógicas de interfaces”, circunstância que reformula o status e a própria noção de receptor. As lógicas sobre as quais se fundam as enunciações deslocam os sujeitos discursivos para novos espaços ou dispositivos singulares: mídias como o rádio, a tevê, o jornal, parecem desaparecer para se transformar em “superfícies multimidiáticas” controladas pelo receptor.. (FAUSTO NETO, 2010, p. 63).

No cenário atual, é possível observar nas redes sociais digitais ou nos veículos de comunicação comentários de sujeitos que se reconhecem como parte dos acontecimentos expostos pela imprensa. E, a partir dessa noção de pertencimento, sentem-se livres e conhecedores o suficiente para emitir opinião sobre todo e qualquer tema. O agendamento feito pela mídia, baseado em determinados acontecimentos, e as facilidades de interação proporcionados pela *Internet* geram certo empoderamento discursivo, palavra bastante atual, que possibilita o acesso a todos e a cada um o “saber-dizer” sobre os fatos. Porém, em muitos

casos, a participação desses sujeitos torna-se irrelevante pelos comentários vazios que somente banalizam ou espetacularizam a notícia.

A diferença entre a comunidade e a rede é que você pertence à comunidade, mas a rede pertence a você. É possível adicionar e deletar amigos, e controlar as pessoas com quem você se relaciona. Isso faz com que os indivíduos se sintam um pouco melhor, porque a solidão é a grande ameaça nesses tempos individualistas. Mas, nas redes, é tão fácil adicionar e deletar amigos que as habilidades sociais não são necessárias. Elas são desenvolvidas na rua, ou no trabalho, ao encontrar gente com quem se precisa ter uma interação razoável. Aí você tem que enfrentar as dificuldades, se envolver em um diálogo. (BAUMAN, 2016, *online*).³⁶

No que tange à memória, a capacidade infinita de armazenamento e entrecruzamento de informações possibilita a ligação desses dados com o momento presente, transformando-os em instrumento de narração. O impacto da mensagem intensifica-se graças à disponibilidade de acesso às informações complementares. No jornalismo impresso, os recursos da memória são usados em situações de comemoração, tragédia ou comparação, por exemplo. Já no *webjornalismo*, a memória ganha amplitude pela facilidade de localização e de indexação do passado referente.

A instantaneidade também estabelece outras relações com o tempo, ao reforçar a conexão com o presente. A periodicidade jornalística contribuiu, ao longo de décadas, para a marcação temporal, como o momento matutino da compra do jornal impresso, a data de chegada da revista semanal ou os horários dos jornais televisivos coincidentes com os instantes das refeições. Identifica-se facilmente a diferença entre um jornal ou revista com página na *Internet* e um veículo exclusivo do meio *web*. Os *sites* especializados em notícias mantêm um fluxo contínuo de conteúdo, exigindo do leitor a verificação da data e do horário em que a notícia foi publicada e se houve alguma atualização posterior. O fazer jornalístico também foi afetado pela presentificação da informação, já que a exigência de publicações contínuas e, conseqüentemente, de um maior número de notícias, favorece a reprodução e a homogeneização das informações e das fontes utilizadas pelos *sites* e portais.

Enquanto isso, a ubiquidade é possível graças a várias outras características do meio, apresentadas aqui, como a instantaneidade.

No contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global. Além disso, o conteúdo noticioso emana de uma variedade de

³⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/Bd3hXQ>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

fontes cada vez mais ubíquas, incluindo câmeras de segurança ou vigilância bem como sensores de muitos tipos e formatos, frequentemente ligados à internet. (PAVLIK, 2014, p. 159).

Para finalizar, as características apresentadas por Canavilhas (2014), há a personalização, que possibilita oferecer produtos de acordo com as características, gostos ou desejos dos leitores. Lorenz (2014) considera que é importante se ater às alternativas de personalização em todas as etapas da produção e do acesso ao usuário. O autor cita algumas possibilidades, como a responsividade do *site*, adaptando-se a diferentes formatos, como *notebooks* e aparelhos celulares; adaptação de conteúdo baseada na hora do dia; interação significativa; fornecimento de informações que ajudem nas tomadas de decisão do usuário; uso de dados (calibração) e algoritmos para identificar preferências de navegação; facilidade de adaptação às mudanças impostas pelo leitor, como troca de dispositivo de acesso.

2.3.3 As revistas na web

As revistas, como os demais meios de comunicação, estão adequando-se para conseguir atender as demandas apresentadas pela plataforma *web* em seus diversos aparatos de acesso, sejam fixos ou móveis. As adequações partiram da transposição textual, com o uso de arquivos em *Portable Document Format* (PDF) ou com recurso *flip page*³⁷, por exemplo, para a produção de conteúdo próprio.

Natansohn e outros (2013) apontam que os jornais brasileiros foram pioneiros na migração para *Internet*, em 1995, seguindo as características da primeira geração ou fase da transposição de conteúdo, já citada neste capítulo. *Jornal do Brasil*, *O Estado de S. Paulo*, *Zero Hora* e *Gazeta Mercantil* foram os primeiros. Em se tratando das revistas nacionais, a *Manchete* foi identificada como a primeira a disponibilizar conteúdo na *Internet*, também no ano de 1995, por meio de parceria com a página do Banco Rural. *Ele Ela* e *Fatos & Fotos*, outras revistas da mesma editora (Bloch), vieram em seguida.

A *IstoÉ* deu início às revistas hospedadas em portais e provedores de *Internet*, ao ser lançada em 1996, pouco tempo antes da estreia do Universo Online (UOL), que publicou a página da revista com a reprodução de textos da versão impressa, *chat*, fóruns e notícias atualizadas na seção *IstoÉ Hoje*. Quatro horas separaram o lançamento da *IstoÉ* e o da

³⁷ O *Flip page* é um aplicativo que permite disponibilizar a publicação de forma que as páginas possam ser passadas ou folheadas como uma revista física. Esse recurso requer que o usuário esteja *on-line*, diferentemente do PDF, que é disponibilizado digitalmente, porém sem a necessidade de conexão com a *Internet* após o *download*.

concorrente, *Veja*. A pioneira antecipou o lançamento após a *Veja* ter anunciado a data da sua estreia no portal Brasil Online (BOL).

Freire (2013) faz uma categorização das páginas de revista, tipificando-as em *site* agregado, revista publicada em arquivo digital e revista digital. *Site* agregado é uma terminologia adotada pelos autores Kaiser e Kongsted (2005), citados por Freire (2013), que consiste na vinculação do conteúdo da revista ao *site*, tornando-a um complemento do impresso. Pode ser disponibilizado todo o conteúdo da revista ou parte dele somado a um conteúdo produzido especialmente para a *web*, o que corresponderia ao *webjornalismo* de segunda geração, como tratado por Mielniczuk (2003).

Já a revista publicada em arquivo digital se caracteriza pela transposição da revista reproduzindo o formato impresso, o que impede, em grande parte dos casos, o uso dos recursos oferecidos pela *web*, como a hipertextualidade e a interatividade. Normalmente é publicada em arquivos no formato PDF ou com o recurso do *flip page*. Já a revista digital seria o modelo com características independentes do produto em papel, porém unindo as particularidades abordadas nos subtópicos anteriores desta pesquisa para a plataforma revista (textos mais elaborados, proximidade e segmentação do leitor, lugar destacado para os recursos visuais etc.) e para a plataforma *web* (memória, interatividade, multimídia etc.). As revistas *Caros Amigos* e *Veja* enquadram-se na tipificação de *site* agregado.

A *Caros Amigos* disponibiliza o editorial, o sumário e as grandes entrevistas das versões impressas para acesso *online*. Para isso, é necessário acessar a aba “Revista”, no menu superior, e em “Edições”, escolher entre a edição atual, as edições anteriores, as edições temáticas (também para acesso do editorial e do sumário), as grandes entrevistas ou a edição especial *Ensaio 2009*, com a coletânea de ensaios fotográficos das edições do ano de 2009, que pode ser acessada livremente, por meio de *flip page*. Em nenhum dos textos transpostos do impresso para a *web*, é possível utilizar recursos inerentes à *Internet*, como *hiperlinks* para outras páginas que possibilitem acesso multimídia ou a algum tipo de memória. O mesmo *menu* disponibiliza os demais conteúdos da versão impressa por meio da revista digital (mediante pagamento em dólar americano – US\$1,99)³⁸. O *site* tem, ainda, conteúdos informativos exclusivos para a versão *web*.

A *Veja*, por sua vez, disponibiliza o conteúdo da revista impressa na íntegra mediante realização de assinatura, que pode contemplar a revista impressa, a revista digital e o *site* por R\$496,80 anual; acesso ao *site* e revista digital por R\$403,80 anual ou somente o acesso ao

³⁸ Preços praticados em dezembro de 2017.

site, por R\$29,90 mensais³⁹. Há também outras modalidades de assinatura com diferentes períodos de duração. Após a assinatura, basta acessar, no menu superior à esquerda, ícone específico e depois a seção *Revista Veja*.

Quando se retoma a análise textual, diante da junção das particularidades das plataformas, a *webreportagem* apresenta-se como o gênero com formato mais adequado para a revista na *web*, por possibilitar ao leitor escolher o percurso que atenda as suas necessidades de conteúdo, por meio de recursos interativos e multimidiáticos. Assim, numa situação ideal, a reportagem ganha em aprofundamento e possibilidades interpretativas com o uso dos recursos disponibilizados pela *webreportagem*.

Outra característica adaptada das revistas impressas para as revistas na plataforma *web* diz respeito ao gênero opinativo da notícia, normalmente apresentado em colunas, crônicas ou editoriais. Os veículos na *web* possibilitam a incorporação de *blogs*, que ampliam as possibilidades de participação e a opinião de outros sujeitos que estão distanciados do *newsmaking*. Scolari (2013, p. 196) traz para o debate esse fenômeno da “bloguização”:

O que entendemos por “bloguização”? Trata-se da abertura progressiva dessas publicações para as lógicas colaborativas e participativas através da criação de *blogs* e formas de intercâmbio com os leitores. Este processo, porém, nunca foi assumido plenamente pelas publicações *online*. Embora abram espaços de participação para que os seus leitores se expressem e potencializem a criação de *blogs* a cargo de seus jornalistas, nunca se voltaram plenamente ao “jornalismo 3.0” ou “jornalismo cidadão”. (tradução nossa)⁴⁰.

O autor faz uma tabela comparativa demonstrando alguns aspectos importantes da evolução dos jornais diários e das revistas para suas versões na *web*.

QUADRO 3 – Quadro comparativo entre jornais e revistas (impressos e online)

	Jornais impressos	Revistas impressas	Jornais web	Revistas web
Frequência	Diária	Não diária (semanal, mensal etc.)	Fluxo contínuo de informação Fragmentação do conteúdo e aumento de	Fluxo contínuo de informação Fragmentação do conteúdo e aumento de

³⁹ Preços praticados em dezembro de 2017.

⁴⁰ Tradução nossa para: “¿Qué entendemos por bloguización? Se trata de la progresiva apertura de estas publicaciones hacia las lógicas colaborativas y participativas a través de la creación de blogs y ámbitos de intercambio con los lectores. Este proceso, sin embargo, nunca fue asumido plenamente por las publicaciones en línea. Si bien abrieron espacios de participación para que sus lectores se expresaran y potenciaron la creación de blogs a cargo de sus periodistas, nunca terminaron de volcarse plenamente al ‘periodismo 3.0’ o ‘periodismo’ ciudadano.”

	Jornais impressos	Revistas impressas	Jornais web	Revistas web
			serviços	serviços
Estrutura das informações	Seções temáticas	Seções temáticas	Seções temáticas Eixo temporal	Seções temáticas Eixo temporal
Conteúdo	Generalista (+) Especializado (-)	Generalista (-) Especializado (+)	Generalista (+) Especializado (-)	Generalista (-) Especializado (+)
Financiamento	Gratuito (-) Publicidade (+) Venda (+)	Gratuito (-) Publicidade (+) Venda (+)	Gratuito (+) Publicidade (-) Venda (-)	Gratuito (+) Publicidade (-) Venda (-)
Produção	Profissionais	Profissionais (+) Amadores (fanzines) (-)	Profissionais (+) Amadores (jornalismo 3.0) (-)	Profissionais (+) Amadores (jornalismo 3.0) (-)
Distribuição	Canais específicos (bancas) e não específicos (supermercados etc.)	Canais específicos (bancas) e não específicos (supermercados etc.)	Rede digital site	Rede digital site
Consumo	Móvel	Móvel	Fixo (PC) Móvel (notebooks, netbooks etc.)	Fixo (PC) Móvel (notebooks, netbooks etc.)
Texto	Informação (+) Opinião (-)	Informação (-) Opinião (+)	Informação (+) Opinião (-)	Informação (-) Opinião (+)
Web 2.0⁴¹	-	-	“Bloguização” Conteúdo gerado pelos usuários	“Bloguização” Conteúdo gerado pelos usuários

Fonte: Scolari (2013).

As reconfigurações proporcionadas pelas *Internet*, com todas as características e peculiaridades acima citadas, interferem em todos os processos jornalísticos, da produção, passando pela circulação, até a recepção do conteúdo. Além de trazer as especificidades do meio, interfere diretamente em outras plataformas de comunicação, ao possibilitar diferentes formas de disposição, apresentação e armazenamento da informação, aliando uma ou mais plataformas, como é o caso das revistas na *web*.

⁴¹ *Web 2.0* é a segunda geração da *web*, em que é usada como uma plataforma colaborativa e interativa. Pode ser exemplificada pelas páginas *wikis* (*Wikipedia*, por exemplo), os *blogs* e as redes sociais. Já a *Web 3.0*, terceira geração, caracteriza-se pela personalização, com funcionalidades baseadas em pesquisas e comportamentos dos usuários.

2.4 Delineando o objeto

O posicionamento editorial de uma revista contribui para alinhar público, mercado e visão dos jornalistas e demais produtores da notícia. Essa característica, que é constituinte do meio, pode ser vista como um elemento de disputa por audiência e visibilidade, já que, ao segmentar o público, a revista atrai aqueles com o mesmo posicionamento político, reforçando os pactos de leitura e de comunicação entre eles. Assumir uma posição política parte também do pressuposto que a objetividade jornalística não existe e que a escrita é construída a partir da subjetividade dos sujeitos envolvidos em todas as etapas do acontecimento e da produção da notícia. O que deve ser mantido no contrato é a clareza e a honestidade com o leitor, preservando o olhar crítico sobre os acontecimentos durante as escolhas e decisões tomadas no processo de cobertura jornalística.

O posicionamento da imprensa tem ganhado formas bastante contundentes nos últimos tempos. A “virada à esquerda” (MAGALHÃES; ALBUQUERQUE, 2014, p. 5) dos governos do Brasil, e da América Latina em geral, é um fator importante para entender a polarização social que se reflete, cada vez mais e de forma muito clara, na mídia. A imprensa colocou-se historicamente no papel de elemento estruturante e legitimador dos poderes constituídos. Hoje, a *Internet* vem contribuindo para consolidar uma autonomia na circulação de sentidos e na construção dos discursos, dando mais espaço para outras vozes, com diferentes posicionamentos.

Do ponto de vista da relação entre mídia e política, a “virada à esquerda” tem duas consequências principais. No plano interno, ela perturbou a “natural” relação de proximidade entre jornalismo e governo. Como regra geral, a bibliografia existente no campo da comunicação política – principalmente aquela de origem anglo-americana – tende a supor uma tendência “oficialista” implícita no trabalho jornalístico, resultante do seu método de produção de notícia, que dá especial valor a fontes ocupando um lugar de autoridade. Contudo, a “virada à esquerda” no Brasil, em 2002, levou ao poder um conjunto de agentes que, historicamente, ocuparam um papel marginal no cenário político, e cuja relação com a mídia tradicional foi atravessada por desconfianças recíprocas. (MAGALHÃES; ALBUQUERQUE, 2014, p. 6).

E, no espaço de disputa de discursos e de sentidos ocupado pela mídia, reforçado pelo papel da *Internet* e das redes sociais digitais, faz-se necessária a diversificação de pautas e fontes, inclusive pelo *newsmaking* que homogeneíza e busca, ainda, o papel de centralizador na produção da notícia. No Brasil, Magalhães e Albuquerque (2014) citam a formação de uma “blogosfera progressista” ou “blogosfera de esquerda”, que é composta por blogueiros, *sites* independentes e mídia, como *Caros Amigos*. Esse grupo opõe-se ao que os progressistas

chamam de Partido da Imprensa Golpista (PIG), composto pela grande mídia, em especial, revista *Veja*, *Rede Globo* e todos os seus segmentos, jornais *Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*.

2.4.1 *Caros Amigos*

A revista *Caros Amigos*, cujo slogan é “A primeira à esquerda”, é uma publicação da editora de mesmo nome. Lançada em abril de 1997, sob a liderança do jornalista autodidata Sérgio de Souza, falecido em 2008, o projeto contou também com a participação de outros profissionais conhecidos no meio da comunicação, como João Noro, Alberto Dines, Juca Kfourir, José Trajano, Roberto Freire, e buscou apresentar aos leitores, desde a sua fundação, “[...] um conteúdo mais questionador, mais crítico e progressista” (*online*). Textos mais densos e apurados e o uso dos elementos artísticos gráficos, indo de encontro aos modelos de revistas da época, que apresentavam textos curtos, uso de cores e ilustrações rasas, caracterizam *Caros Amigos*. Na seção *História* da versão *online*, adjetivos como “crítica”, “independente”, “alternativa”, “contra-hegemônica” tentam caracterizar a publicação para o leitor.

Em entrevista ao *site Carta Maior*, Sérgio de Souza afirmou que o desafio da revista era manter a distância apropriada do poder “[...] no sentido de independência de opinião, que significa, no caso de *Caros Amigos*, ideias e colocações que não costumam fazer parte do universo da mídia grande, sempre conservadora e comprometida até as entranhas com o *establishment*” (*online*)⁴². Disse ainda sobre o caráter interpretativo dos fatos na busca por “[...] promover a consciência do leitor, espectador ou ouvinte, de forma a olhar o seu meio e o mundo com mais acuidade, maior capacidade de julgamento” (*online*).

A editora publica também periodicamente edições especiais temáticas, já foram mais de 70, abordando pessoas, grupos sociais ou momentos históricos, como Santos Dumont, a direita brasileira (em dois volumes), MST, golpe de 64 e eleições, além de ter editado mais de 60 livros. O *site* destaca também as premiações conquistadas pela publicação impressa e *online*, principalmente relacionadas aos direitos humanos, como o prêmio da Associação Nacional dos Magistrados da Justiça do Trabalho (Anamatra) e o prêmio Vladimig Herzog de Anistia e Direitos Humanos.

Em julho de 2017, a revista possuía 330 mil curtidas no *Facebook* e 150 mil

⁴² Disponível em: <<https://goo.gl/cSUfSh>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

seguidores no *Twitter*. A revista não divulga a data⁴³, mas dados de audiência publicados no *mídia kit* presente no *site* revelam 580 mil visitantes por mês, sendo 280 mil visitantes únicos.

A revista publicou sua última edição (n° 248) em 14 dezembro de 2017. O editorial explica que “[...] a revista *Caros Amigos* resistiu o quanto pôde, mas não resistiu ao golpe, ao cerco ideológico do governo ilegítimo, ao aprofundamento da crise deste ultraneoliberalismo que pune a nação com vingança, ódio e descaramento institucional contra os avanços e conquistas sociais. (online)⁴⁴”. O *site* será mantido e as edições especiais serão reeditadas e vendidas em banca na versão impressa.

FIGURA 1 – Site da revista *Caros Amigos*



Fonte: *Caros Amigos*, 2017, online.

Ao examinar a *home page*, observa-se que a página conta com dois menus horizontais. No primeiro, localizado acima da logomarca, estão disponíveis as seções *Notícias*, *Colunistas*, *Galeria* (fotos), *Vídeos*, *+C+Conteúdo* (Reprodução de alguns encartes especiais impressos), *Educação Cidadã*, *Caros nas redes* (reprodução de conteúdos veiculados nas redes sociais, como “memes” e vídeos) e campo *Pesquisar*. Diferentemente do que acontece com o *site* da revista *Veja*, o *site* da revista *Caros Amigos* não possui uma página específica de educação. Há somente a página *Educação Cidadã*, cujo subtítulo é “Temas para conhecer os direitos de cidadão”. Porém, não existe nenhum conteúdo na página, apenas a informação “Não há artigos nesta categoria. Se forem exibidas sub-categorias nesta página, elas podem conter artigos” (*sic*).

⁴³ Disponível em: <<https://goo.gl/1E28XR>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

⁴⁴ Disponível em: <<https://goo.gl/zVYAYu>>. Acesso em: 20 dez. 2017.

No segundo menu, posicionado abaixo da logomarca, está o ícone *home*, as seções *Notícias* (subdivida em *Editoriais* e *Últimas Notícias*), *Revista* (subdivida em *Edições* e *Recentes*), *Fale conosco* (*Anuncie*, *Expediente*, *História* e *Loja Caros Amigos*), *Assine*, *Contribua* (chamada para contribuição mensal por parte dos leitores) e *Loja Caros Amigos* (loja *online* para compra de edições passadas). Na sequência, *link* para as redes sociais (*Facebook*, *Twitter*), para o canal do *YouTube*, para inscrição no *Feed RSS*⁴⁵ e ícones para fazer *download* dos aplicativos a revista nos sistemas operacionais IOS (Iphone) e Android (Samsung).

Logo abaixo, *banners* rotativos trazem cinco grandes fotos em destaque com os respectivos títulos, versais, chamadas, datas, nomes dos jornalistas responsáveis pelo texto e crédito das fotos. Ao lado, há uma coluna com quatro “Últimas notícias” contendo editoria, data e título. Abaixo dos *banners*, três fotos com títulos e datas fecham o primeiro quadrante da página.

A partir desse ponto do *site*, as matérias integram a seção *Destaque*. Cada uma das seis editorias (*Política*, *Economia*, *Artigos e Debates*, *Cotidiano*, *Cultura*, *Internacional*) traz três fotos acompanhadas de título, data, versal, chamada e crédito da foto. Nessa seção, o leitor pode selecionar se prefere ver as três imagens dispostas lado a lado com seus respectivos textos abaixo (*Grid*) ou se prefere que as fotos estejam posicionadas uma abaixo da outra com os textos respectivos ao lado (*List*). O nome de cada editoria, antes da primeira notícia respectiva, é grafada em uma cor. A indicação da editoria está presente também em caixas posicionadas no canto superior direito de cada foto.

Rolando a tela para baixo, é possível ver a seção *Revistas*, subdivida horizontalmente em *Edição atual*, *Edições anteriores*, *Grandes entrevistas* e *Edições temáticas*. As subdivisões trazem foto, número da edição e data, se for revista; e título e data, nos outros casos.

A página termina com a reprodução da logomarca em tamanho menor, *links* para redes sociais, *sites* e aplicativos (tal e qual no topo da página), campos para cadastro e recebimento de *newsletter* (*Correio Caros Amigos*), *Oportunidade – Trabalho conosco* (*link* para o *site* de recrutamento *Catho*) e área de acesso restrito.

2.4.2. *Veja*

A revista *Veja* é uma publicação semanal da *Editora Abril* lançada em 1968 sob

⁴⁵ *Feed Rich Site Summary* é um recurso que reúne, em uma única página no computador, notícias de sites ou *blogs* mediante assinatura.

direção de Vitor Civita (diretor e editor), Roberto Civita (diretor de publicações) e Mino Carta (diretor de redação). Até 1975, utilizou o título *Veja e Leia*, após esse período, o nome foi reduzido para somente *Veja*. O grande investimento, financeiro e de recursos humanos, despendido com a revista veio calcado principalmente no sucesso da revista *Realidade*, também da *Abril*, que circulou entre 1966 e 1968. Na época do lançamento de *Veja*, a redação contava com 150 jornalistas, além de profissionais formados em outras áreas e capacitados pela própria Editora para integrar a equipe. Foram produzidas 14 edições número “zero” antes de se chegar ao número “um” e, apesar do sucesso da primeira edição, em que foram vendidos 650 mil exemplares, os números seguintes tiveram uma queda vertiginosa, chegando aos 16 mil em algumas edições. A necessidade de adequação era clara: muito texto, conteúdo de difícil leitura, projeto gráfico pouco atraente. As adaptações foram sendo feitas com o passar do tempo, até a consolidação da revista, ao longo da década de 70, e grande parte delas permanece até os dias atuais.

O viés político da revista foi destaque em todos os momentos de sua trajetória. Após o lançamento de *Veja*, o país passava do truculento governo de Emílio Médici (1969-1974) para um processo de relativa abertura no governo de Ernesto Geisel (1974-1979), que visava atenuar o autoritarismo, minimizando os desgastes de anos de violência numa tentativa de ampliar o período de sobrevivência militar no poder (PÁDUA, 2013). O posicionamento crítico da revista, que nasceu no ano do maior atentado militar contra a imprensa da história do Brasil (AI-5), ocasionou episódios recorrentes de censura.

Esse enquadramento da ala mais dura das forças armadas foi acompanhado, no caso de *Veja*, por uma pressão mais direta sobre a direção da revista e do grupo Abril no sentido de um abandono da linha jornalística crítica e de uma aproximação com a orientação do regime. A pressão culminou, em fevereiro de 1976, com a saída do jornalista Mino Carta da direção de redação por pressão direta do Ministério da Justiça. [...] Em depoimento prestado cerca de 20 anos depois, Carta caracterizou sua demissão como a maneira encontrada para garantir uma trégua na censura prévia e a manutenção de avais governamentais para financiamentos obtidos no exterior pela Editora Abril. (VELASQUEZ; KUSHNIR, 2017, *online*).

O próprio Mino Carta afirmou, em entrevista⁴⁶, que, após a sua saída, foi liberado um empréstimo de R\$50 milhões de dólares pela Caixa Econômica Federal. Mais tarde, Carta fez questão de confirmar a veracidade da informação com o então presidente do banco estatal, Carlos Rieschbieter.

A partir daí, o apoio aos governos e aos pensamentos neoliberais foram sucessivos e

⁴⁶

Ver: Paulino (2002). Disponível em: <<https://goo.gl/K749Ji>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

cada vez mais claros, inclusive nos períodos que antecederiam às eleições. Os ex-presidentes Tancredo Neves, Fernando Collor de Melo e Fernando Henrique Cardoso exemplificam alguns dos apoios oferecidos pela revista, em busca da redução da intervenção econômica no Estado e do desenvolvimento que garantisse a expansão das empresas capitalistas, por meio de medidas como a abertura para o capital estrangeiro. Na “Carta ao Leitor” da edição que antecedeu o segundo turno da eleição em que concorreram Collor e Luiz Inácio Lula da Silva (1989), a revista publicou que “[...] não será com estatização, com cerceamentos à livre iniciativa, com incremento de conflitos entre capital e trabalho, com restrições aos investimentos, com o isolamento do mundo desenvolvido e com o nivelamento por baixo que o país irá melhorar” (VEJA, 2017, *online*).

A temática da educação, de forma geral, também é algo que interessa à *Editora Abril* como um todo, segundo a missão e a visão do grupo disponíveis na internet⁴⁷. Em sua missão, a editora afirma que está empenhada “[...] em contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do país”. Já a visão, apresenta um viés mercadológico ligado à educação, já que almeja “[...] ser a companhia líder em multimídia integrada, atendendo aos segmentos mais rentáveis e de maior crescimento dos mercados de comunicação e educação”.

A versão *online* da revista mantém uma página de Educação⁴⁸, na qual são encontrados artigos, matérias e vídeos da *TVEJA*⁴⁹. Em fevereiro de 2017, o último mês analisado nesta pesquisa, foram 34 postagens, uma cobertura relativamente substancial⁵⁰ em se tratando de páginas *online* de revistas impressas. As postagens abrangeram, nesse período, as mais variadas temáticas como inovação (“Dicionário visual mostra expressões úteis em inglês”); inscrições e aprovações nos programas de apoio educacional e nos vestibulares (“Fies 2017: lista de aprovados já está disponível”); curiosidades (“Segundo a Unesco, quase metade dos idiomas irá desaparecer”); casos exitosos (“Lições de um bom professor”); matérias pouco relacionadas ao tema (“Suzane Richeforn perde prazo do Fies e fica fora de faculdade”) e políticas educacionais (“Reforma do ensino médio deve começar a valer só em 2020”).

⁴⁷ Disponível em: <<https://goo.gl/kjZKML>>. Acesso em: 14 nov. 2017

⁴⁸ Disponível em: <<https://goo.gl/vkJeHC>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

⁴⁹ Página que reúne conteúdo próprio, em vídeo, abordando várias temáticas em diferentes canais: Papo de Esporte, Bons de garfo, Caldo de cultura, Veja entrevista, Giro Veja etc.

⁵⁰ A título de comparação, a revista *IstoÉ* não possui o versal Educação e as matérias sobre o tema são publicadas sob a marca *Geral, Política* ou outra que melhor se enquadre no assunto abordado. A página *IstoÉ Educação* (<https://istoe.com.br/educacao/>) teve a última postagem em 16 de novembro de 2016. Já a revista *Época* (<http://epoca.globo.com/>) utiliza o versal *Educação* e, em fevereiro de 2017, foram publicadas seis matérias. A publicação não possui página específica de educação.

Algumas das matérias, inclusive, apesar de não tratarem diretamente da Reforma do Ensino Médio, contribuem para corroborar o posicionamento favorável da revista (“O ensino integral encolheu, mostra o novo censo escolar” e “Brasil, o país da repetência”).

Na página *Publiabril*, dedicada à venda de publicidade, a revista é caracterizada como “[...] abrangente, cobrindo desde o mundo da política, economia, internacional, até artes e cultura, com uma linguagem clara e atraente, gostosa de ser lida” (*online*), cuja missão é “[...] informar, esclarecer e entreter o leitor, elevando o seu nível de compreensão dos fatos, das tendências relevantes para a sua vida pessoal, profissional e para sua visão de mundo” (*online*).

Atualmente, segundo o *midia kit*⁵¹ da revista, *Veja* é a revista semanal de informação geral com maior circulação no Brasil e a segunda maior do mundo, tendo oscilado, em 2017, entre 1,1 milhão e 1,2 milhão de exemplares por edição (impressa e *online*). Esse dado, porém, é contestado por *blogs*⁵² e páginas independentes na *internet*, que afirmam que números não condizem com a realidade já que grande parte dessa tiragem seria de distribuição gratuita e de assinaturas feitas pelos governos partidários à publicação ou que a tiragem é composta por números inventados. Segundo a revista, são 6,7 milhões de leitores, sendo 58% das classes A e B, e 25 milhões de usuários únicos no portal *VEJA.com*. Em novembro de 2017, eram 7,3 milhões de seguidores no *Facebook* e 8 milhões no *Twitter*.

A análise da *home page* apresenta uma revista cujo *layout* do *site* está voltado para o comercial, com destaque para a publicidade. Na primeira tela, entre o *menu* superior, que traz os assuntos mais buscados, e a notícia de destaque da página (versal, título, chamada e uma segunda chamada, dessa vez para matéria correlata), há uma publicidade ocupando o restante do 1/3 da tela horizontal. Outra publicidade, na vertical, também ocupa cerca de 1/3 do espaço destinado à notícia de destaque. Além desses, a revista disponibiliza mais três espaços para anunciantes em sua *home*.

⁵¹ Disponível em: <<https://goo.gl/tWYT8o>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

⁵² Alguns *blogs* e *sites* independentes que questionam a tiragem e as vendas de *Veja*: goo.gl/D6uBKY; goo.gl/QvSycC

FIGURA 2 – Site da revista *Veja*

Fonte: *Veja*, 2017, online.

O menu superior é composto por *Acesse sua conta*, *Assine*, *Revista Veja*, e as editorias *Brasil*, *Ciência*, *Economia*, *Educação*, *Entretenimento*, *Esporte*, *Mundo*, *Placar*, *Política*, *Saúde*, *Tecnologia*, *Comer & Beber 2017*, *TVEJA*, *Blogs*, *Últimas Notícias*, *Livros mais vendidos*, *Amarelas.com*, *Primeira Pessoa*, *Página Aberta*, *Especiais*, *Acerto Digital* e *App Revista Veja Digital*. Logo abaixo, seguem *links* para *Expediente*, *Anuncie*, *Abril.com*, *Grupo Abril*, *Abril SAC*, *Clube do Assinante*, *GoBox*⁵³, *GoToShop*⁵⁴, *GoRead*⁵⁵, *Fale conosco*, *Política de privacidade*, *Termos de uso* e *links* para as redes sociais da revista (*Facebook*, *Twitter*, *Google +*, *YouTube* e *Instagram*).

Rolando a página, há uma sequência de notícias nos 2/3 mais à esquerda de quem a acessa. Cada notícia acompanha uma foto, que pode ter três tamanhos diferentes, sempre acompanhada de versal e título. Abaixo, estão disponíveis *links* para os *blogs* dos colaboradores da revista e para a *TVEJA*. Logo após, as notícias são delimitadas por editorias, sendo aquela matéria de destaque acompanhada de foto, versal, título e chamada. Enquanto isso, as demais notícias das editorias seguem com foto de diferentes tamanhos, versal e título.

No 1/3 restante da página, à direita, várias publicidades são intercaladas ao serviço de cadastramento de *newsletter*, à capa da edição atual com *link* para assinatura da revista, às dez notícias mais vistas e às últimas publicadas. Ao final da página são disponibilizadas seis capas

⁵³ Portal que reúne vários clubes de assinatura como queijos e vinhos, cervejas especiais, produtos de beleza, artigos da DC Comics, milhas para viagens de avião etc.

⁵⁴ Loja *online* que comercializa artigos dos seguintes departamentos: tecnologia, casa, entretenimento, moda e beleza, e marcas próprias do grupo *Abril*, ligadas às revistas *Casa Cláudia*, *Minha Casa*, *Info*, *Boa Forma* e *Capricho*.

⁵⁵ Plataforma de revistas digitais que possibilita acesso após cadastro, pagamento da assinatura e instalação de aplicativo.

de outras revistas da *Editora Abril*, com *link* para assinatura (inclusive com preços e possibilidades de parcelamento) e logo abaixo, *links* para acesso aos *sites* das demais revistas do grupo.

2.5 Síntese e projeção

Após o entendimento da importância do jornalismo como ferramenta de construção e reverberação social, fica mais claro visualizar como o texto jornalístico pode atuar nos espaços de circulação, promovendo a interação e estabelecendo contratos entre os integrantes do processo comunicacional. Nessa perspectiva, as especificidades do fazer jornalístico, seus conteúdos e suas plataformas, contribuem para dar visibilidade e para interferir na conjuntura político-social e nas relações de poder.

A partir desse ponto, após breves descrições e conceituações das ferramentas jornalísticas, incluindo os *sites* das revistas *Caros Amigos e Veja*, este estudo passa a se concentrar detidamente nos conteúdos apresentados pelas matérias das publicações *web* que abordam a reforma do Ensino Médio e a reorganização escolar. A proposta é analisar a escolha e o conteúdo das fontes e as falas nas matérias como elementos de construção do acontecimento jornalístico, por meio das estratégias discursivas utilizadas para se estabelecer contratos de comunicação com o público leitor.

3 AS FONTES JORNALÍSTICAS E SUAS FALAS EM *CAROS AMIGOS* E *VEJA*

O objetivo deste capítulo é relacionar os conceitos teóricos abordados nos capítulos anteriores às matérias dos *sites* de *Caros Amigos* e *Veja*, sobre a Reforma do Ensino Médio, a fim de subsidiar a análise das matérias, em especial das fontes e das falas utilizadas.

3.1 Percurso metodológico

Para analisar as matérias, utilizou-se a análise de conteúdo qualitativa, com elementos quantitativos. Para a amostragem de unidade de análise, foram selecionadas todas as matérias dos *sites* cujo tema central fosse a Reforma do Ensino Médio no período pré-determinado.

A identificação das matérias foi feita por meio de pesquisa exploratória utilizando os termos “reforma do ensino médio”, “reforma do ensino” e “reforma” nas ferramentas de busca dos *sites*. Após a primeira varredura, foi feita uma nova verificação, dessa vez no *Google*, utilizando “reforma do ensino médio” e o nome da revista e, em seguida, a filtragem por data. Dessa forma foram identificadas nove matérias da *Caros Amigos* e catorze da *Veja* no período compreendido entre setembro de 2016, mês em que o texto da Medida Provisória foi lançado oficialmente pelo Governo Federal e encaminhado para tramitação no Congresso Nacional, e fevereiro de 2017, mês em que o texto foi sancionado como Lei pelo presidente da República, Michel Temer. Os seis meses foram selecionados por abrangerem o período em que a reforma teve maior visibilidade na imprensa e maior repercussão social, com as ocupações escolares e as manifestações nas ruas e nas redes sociais digitais. Lembrando que somente as matérias foram selecionadas, excluindo-se entrevistas e artigos, para que a comparação entre os textos fosse a mais equivalente possível.

Depois desse mapeamento, as fontes e as falas foram destacadas e categorizadas para maior conhecimento das escolhas e dos enquadramentos propostos pelos *sites*. Após leitura atenta dos textos, foram produzidas duas tabelas: a primeira, com os títulos das matérias, as fontes consultadas e sua classificação de grupo segundo Schmitz (2011), o número de vezes em que cada fonte foi citada e se o texto é favorável ou contrário à Reforma, a fim de identificar a recorrência e coincidência entre as fontes, quais os posicionamentos prioritários em cada matéria e, conseqüentemente, em cada *site* etc.; a segunda tabela faz uma descrição objetiva, quantitativa, sistematizada e categorizada das matérias, incluindo outras informações que podem ser consideradas relevantes para o entendimento do contexto e do enquadramento dado pela revista ao acontecimento, como fotos, subtítulos, nível de abordagem da matéria e

presença de algum dado complementar que embase o posicionamento apresentado no texto.

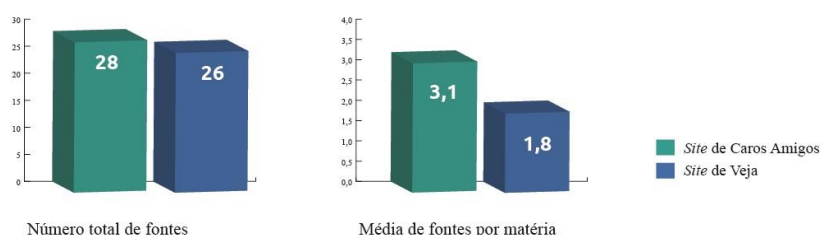
Não adianta apenas, ao observar produtos culturais, elucidar suas posições, propostas, ideologias, esquecimentos e silêncios. É preciso ainda observar sobre que situação tentam agir – e que tipo de ação é esta [...] Não basta também explicar a fala pelo contexto social/cultural que a solicita. É preciso também compreendê-la pela ação que pretende, sobre esse contexto construindo-o. (BRAGA, 1997, p. 176).

Para isso, busca-se entender como e em que medida os *sites* das revistas usam as fontes e as falas como estratégias que fortaleçam os contratos firmados com seus públicos, além de levantar hipóteses sobre os usos e as formas de apropriação das opiniões das fontes por parte dos jornalistas, verificando as marcas linguísticas e não linguísticas que resultam nas estratégias de reconhecimento e nos contratos de leitura.

Um dos primeiros itens que chama a atenção ao analisar os dois *corpora* é o número de textos publicados em cada *site* e o sentido geral que se pode apreender deles. A revista *Veja* veiculou catorze matérias relativas à Reforma do Ensino Médio. Destaca-se aqui, que o *site* de *Veja* divulgou três matérias sobre o MEC ter pago a *youtubers* cerca de 300 mil reais para publicar informes de defesa do novo Ensino Médio. Duas delas, aliás, (“MEC gastou quase 300 mil reais em campanha com *youtubers*” e “MEC pagou *youtubers* para defender Novo Ensino Médio, diz jornal”) com conteúdo praticamente idêntico. Por seu turno, a *Caros Amigos* publicou nove matérias sobre a reforma.

Conforme observado na GRÁFICO 1, a quantidade de fontes utilizadas pelos dois *sites* praticamente se equivalem, sendo que *Veja* ouviu 26 pessoas ou Instituições diferentes, enquanto *Caros Amigos* ouviu 28 pessoas ou Instituições. Porém é necessário considerar que *Veja* tem cinco matérias a mais e, ao calcular a média de fontes por matéria, constata-se que *Caros* ouviu 3,1 fontes por matéria, enquanto *Veja* ouviu 1,8.

GRÁFICO 1 – Quantidade de fontes utilizadas por *Caros Amigos* e *Veja*



Fonte: Elaborado pela autora.

A análise de conteúdo é bastante empregada na área da Comunicação, principalmente no jornalismo. Seguindo o esquema proposto por Herscovitz (2007), após a conceituação e apresentação dos principais elementos estruturantes da pesquisa, foram definidos os *corpora*, incluindo os *sites* pesquisados (*Caros Amigos* e *Veja*), as matérias que seriam utilizadas, em qual período (setembro de 2016 a fevereiro de 2017), etc.

O passo seguinte foi a criação de categorias e regras que contribuíssem para responder ao problema de pesquisa apresentado – como e em que medida os *sites* das revistas *Caros Amigos* e *Veja* usam as fontes e as falas como estratégias que fortaleçam os contratos firmados com seus públicos –, além da aplicação de um pré-teste, que determinou se as tabelas desenvolvidas trariam elementos suficientes para atender aos objetivos do trabalho. Na sequência, as tabelas foram preenchidas e os dados coletados foram tabulados, interpretados e analisados quantitativa e qualitativamente.

A tendência atual da análise de conteúdo desfavorece a dicotomia entre o quantitativo e o qualitativo, promovendo uma integração entre as duas visões de forma que os conteúdos manifesto (visível) e latente (oculto, subentendido) sejam incluídos em um mesmo estudo para que se compreenda não somente o significado aparente do texto, mas também o significado implícito, o contexto onde ele ocorre, o meio de comunicação que o produz e o público ao qual ele é dirigido. (HERSCOVITZ, 2007, p. 131).

Os pormenores e as principais estratégias usadas em cada um dos *sites*, segundo os dados coletados e as informações levantadas, serão relatados nos subtópicos a seguir.

3.2 A composição das matérias

A relação estabelecida entre o sujeito e o enunciado para a produção de sentido parte de várias premissas já relatadas neste estudo. Quando o objeto analisado é uma matéria, todos os recursos jornalísticos que a compõem contribuem para criar a aproximação e o reconhecimento desejados por parte do produtor da notícia. “Os objetos presentes na cena são indutores comuns de associações de ideias, que despertam no leitor uma série de imagens anteriores que reforçam a atual.” (FAUSTO NETO; CASTRO; LUCAS, 1995, p. 122).

O leitor, como sujeito ativo nesse processo, utiliza-se dos diversos elementos disponibilizados para a compreensão do tema abordado e para identificar as marcas que confirmam a posição esperada do *site*. Por isso, os tópicos abaixo trazem a análise dos principais elementos que compõem as matérias jornalísticas de *sites* de revista.

3.2.1 Os títulos

Salaverría (2006) enumera que os títulos jornalísticos podem ser divididos em dois grandes grupos principais, que não são excludentes: os informativos e os criativos. Os informativos são os mais indicados para os textos de *Internet*, pois apresentam com clareza o conteúdo da notícia, facilitando a “navegação orientada” (*navegación orientada*) ao oferecer ao leitor a precisão do conteúdo, sem desorientá-lo em meio ao grande volume de informação disponível. O título informativo constitui, ainda para o autor, um elemento importante para localização da matéria por meio de *sites* e ferramentas de busca. Enquanto isso, os jogos de palavras utilizados nos títulos criativos podem fazer o efeito contrário, de desorientar o leitor.

Em *Caros Amigos*, há prevalência de títulos que dizem diretamente sobre o tema abordados nas matérias. Além disso, seis das nove matérias trazem palavras e expressões que reforçam o posicionamento da revista contrário à Reforma. “Estudantes protestam”, “caráter privatista”, “propaganda esconde defeitos”, “sombra do retrocesso”, “reforma imposta por Temer”, “privatizações e precarização” são indícios que já conduzem ao tipo de texto que será encontrado na matéria correspondente.

Em *Veja*, a prevalência também é pelos títulos informativos, seguindo a lógica de pensamento de Salaverría (2006), todos adotando um tom mais ameno no discurso se comparados aos títulos de *Caros Amigos*. Com exceção de “A nova cor do ensino médio”, que não deixa explícito no título qual seria essa “nova cor”, os demais títulos são informativos sem anúncio prévio do posicionamento do *site*. “Brasil terá novo ensino médio”, “MEC vai publicar detalhes da reforma do ensino médio nesta semana” e “Português, Matemática e Inglês são obrigatórios”, são alguns exemplos. Somente com o acionamento de conhecimentos anteriores e com a continuidade na leitura da matéria, é possível inferir o posicionamento da revista sobre o tema.

Ambos os *sites* trazem, ainda, o uso de fonte e de aspas em alguns títulos. *Veja* apresenta três títulos com a indicação da fonte (“Reforma do ensino médio deve ser aprovada com folga, diz ministro”, “Reforma do ensino médio é inconstitucional, diz Janot” e “MEC pagou *youtubers* para defender Novo Ensino Médio, diz jornal”) e um título entre aspas (“Reformar ensino médio por MP é pouco democrático”). Enquanto *Caros Amigos* apresenta em um mesmo título a indicação da fonte e o uso das aspas (“A reforma é uma imposição”, diz estudante sobre reformulação do ensino médio”).

Entende-se o uso da fonte no título como uma necessidade de indicação da autoria da frase, devido, normalmente, à apresentação de uma informação de impacto. O uso das aspas é

outro recurso linguístico usado em situações em que as páginas se veem diante de posicionamentos contrários aos dela ou cujo posicionamento possa gerar polêmica, de forma a mostrar que não concorda, necessariamente, com a posição apresentada. Como lembra Maingueneau (1997, p. 90), as aspas são utilizadas e se relacionam ao “[...] conjunto de movimento da enunciação” ligado à formação discursiva, e é mais um elemento utilizado para ser decifrado pelo leitor.

No caso de *Veja*, o título entre aspas e sem a fonte (“Reformar ensino médio por MP é pouco democrático”) vai de encontro às demais argumentações de exaltação do novo modelo de ensino e se apresenta como uma marca importante na superfície do texto, já que toma lugar de destaque no discurso com um posicionamento contrário ao que é explicitado na maioria das matérias sobre a reforma. O subtítulo do texto também traz uma citação entre aspas e explica o contexto da fala: “Em nota, Ministério Público Federal (MPF) afirma ser ‘uma ilusão incompatível com o regime democrático’ o governo imaginar que solucionará a educação sozinho”. É nítida a intenção da revista em reafirmar, ao longo do texto, que a posição apresentada se refere ao MPF. A matéria traz seis frases ou expressões entre aspas, extraídas da nota, além das citações indiretas utilizadas. “Colocar entre aspas não significa dizer explicitamente que certos termos são mantidos à distância, é mantê-los à distância e, realizando este ato, simular que é legítimo fazê-lo” (MAINGUENEAU, 1997, p. 90).

Ao que parece, *Veja* busca manter uma neutralidade e um distanciamento maior nos títulos das matérias sobre a Reforma e, quando traz alguma informação mais contundente, opta em colocá-la como fala de uma das suas fontes. Ao contrário, a *Caros Amigos* traz títulos com mais personalidade, deixando transparecer claramente, em sua maioria, a linha editorial e o posicionamento da publicação sobre o tema.

3.2.2 As editorias

Os dois *sites* têm como padrão publicar a editoria à qual pertence o texto acima do título, em uma posição muito similar à da versal, com o objetivo de remeter e posicionar o leitor, de antemão, sobre o assunto abordado.

Veja opta por classificar as matérias sobre a Reforma do Ensino Médio em “Brasil, Educação” (sete matérias), “Educação” (quatro), “Brasil, Política” (uma), “Educação, Política” (uma) e “Brasil, Educação e Política” (uma). É possível clicar nas editorias e ser direcionado para páginas específicas de cada seção, cujas matérias foram previamente indexadas. *Caros Amigos*, por sua vez, enquadra as matérias analisadas em “Cotidiano” (seis

vezes) e “Política” (três). O *site* nomeia as editorias como “categorias”, em que também é possível clicar e ter acesso a uma página específica com todas as matérias que tenham recebido a mesma indicação.

Existe lógica no uso das editorias dos dois *sites*, pois realmente todas remetem ao tema central das matérias selecionadas. Porém chama atenção o menor uso de “Política” frente às demais editorias. Não foi possível inferir algo concreto que justificasse as escolhas editoriais. Não há correlação aparente entre a presença de fontes de política e o uso da versal “Política”, como também não foi identificada relação aparente entre o autor ou a origem do texto e o uso de determinada versal.

3.2.3. As fotografias

As fotos em *Caros Amigos* e *Veja* também contribuem para compor a narrativa jornalística e são importantes argumentos de aproximação, de representação e de construção social, mesmo não sendo mais vistas como um recorte do real, devido às possibilidades de tratamento e manipulação da imagem, entre outros motivos.

Na *Internet*, a fotografia pode se relacionar com várias características do *webjornalismo* citadas nesta dissertação, como multimedialidade, memória e personalização (CANAVILHAS, 1999), adequando-se às especificidades do meio, porém, não obstante, o que se percebe em ambas as publicações é o uso limitado do recurso imagético. Na QUADRO 4, é possível verificar como as imagens se repetem em cada *site*.

Não se sabe ao certo quais seriam as justificativas para tal limitação, porém Sousa (1999) nos lembra que

[...] o que é difícil fotografar tenderá, em princípio, a ser desprivilegiado na cobertura fotojornalística dos acontecimentos, uma vez que sobressaltaria e complicaria os processos de fabrico de foto-informação. Em acréscimo, há coisas que são impossíveis de fotografar, até porque não são visualizáveis, e há conceitos que só podem ser sugeridos (amor, inflação, etc.). (p. 89).

QUADRO 4 – Conteúdos das imagens utilizadas em *Caros Amigos* e *Veja* e número de vezes que cada conteúdo foi utilizado

<i>Caros Amigos</i>	<i>Veja</i>
Protestos – 7	Sala de aula cheia – 6
Personagem – 1	Sala de aula vazia – 1

<i>Caros Amigos</i>	<i>Veja</i>
Imagens da propaganda sobre a reforma – 1	Laboratório – 1
	Personagem – 2
	Senado – 1
	Imagens de vídeos dos <i>youtubers</i> – 3

Fonte: Elaborado pela autora.

Apesar das imagens serem pertinentes às abordagens feitas por ambos os *sites*, os temas, e até as próprias fotos, repetem-se, concentrando os relatos sobre a Reforma em uma pequena variação imagética. *Veja* chega a repetir a mesma foto em três matérias diferentes (FIGURAS 3, 4, e 5) e *Caros* utiliza fotos do mesmo acontecimento em diferentes ocasiões (FIGURA 6).

FIGURA 3 – Foto repetida em *Veja*

Câmara aprova texto-base da reforma do ensino médio

O placar, na última quarta-feira, foi de 263 a 106, além de três abstenções. Depois da votação, o texto seguirá para apreciação no plenário do Senado

Por Da redação
 8 dez 2016, 08h47 - Publicado em 8 dez 2016, 08h44

Outro pilar da medida provisória é ampliar a oferta de turno integral de 800 horas para 1.400 horas anuais (Daniela Toviansky/)

Fonte: *Veja*, 2016, *online*.

FIGURA 4 – Foto repetida em *Veja*

veja Reforma da Previdência Amarelas Ao Vivo – Vídeos TVEJA Revista V

Educação

Ensino médio: Português, Matemática e Inglês serão obrigatórios

As demais passam a ser optativas da metade para o fim

Por Da redação
© 23 set 2016, 08h23



Sala de aula do Ensino Médio do Escola Móvel, em Moema. (Daniela Toviansky/)

Fonte: *Veja*, 2016, *online*.

FIGURA 5 – Foto repetida em *Veja*

veja Reforma da Previdência Amarelas Ao Vivo – Vídeos TVEJA Revista

Brasil, Educação

Reforma do ensino médio deve começar a valer só em 2020

Implementação da reforma depende da aprovação de uma Base Curricular, que ainda está em discussão no Ministério da Educação

Por Da redação
© 12 fev 2017, 12h35 - Publicado em 12 fev 2017, 11h37



Estado e escolas particulares preveem que a reforma no ensino médio só cheguem na sala de aula em 2020. (Daniela Toviansky/Guia do Estudante/VEJA)

Fonte: *Veja*, 2017, *online*.

FIGURA 6 – Fotos de um mesmo acontecimento usadas em diferentes datas e matérias em *Caros Amigos*

Estudantes protestam em SP e Brasília contra reforma do ensino médio imposta por Temer

27 SETEMBRO 2016



PSol pede ao Supremo a suspensão da MP da reforma do Ensino Médio

28 SETEMBRO 2016



Comissão aprova MP do Ensino Médio

30 NOVEMBRO 2016



Fonte: Caros Amigos, 2016, *online*.

Mesmo assim, as fotos e suas legendas dão continuidade aos processos discursivos estruturados em *Veja*: 1) a desconstrução do ensino anterior é reforçada com a imagem (FIGURA 07) da sala de aula vazia e a legenda “As notas do Ideb mostram que o desempenho de alunos do ensino médio está estagnado há quatro anos”; 2) a exaltação à Reforma é apresentada por meio da imagem (FIGURA 08) do ensino técnico e a explicação do que acontecerá dali para frente, o que, pressupõe-se, não acontecia antes: “Cursos técnicos devem ser estimulados daqui em diante”; 3) O contraste entre os dois ensinos é, novamente, demonstrado por meio da montagem de uma imagem composta por lápis de cores (foto colorida) e a sala de aula (foto em preto e branco) acompanhada da legenda que diz “EM PRETO E BRANCO – A velha escola: 50% dos que entram no ensino médio saem antes do final” (FIGURA 09).

FIGURA 7 – Foto e legenda em *Veja* contrapõem o “velho” e o “novo” ensino médio



As notas do Ideb mostram que o desempenho de alunos do ensino médio está estagnado há quatro anos (iStock/Getty Images)

Fonte: *Veja*, 2017, *online*.

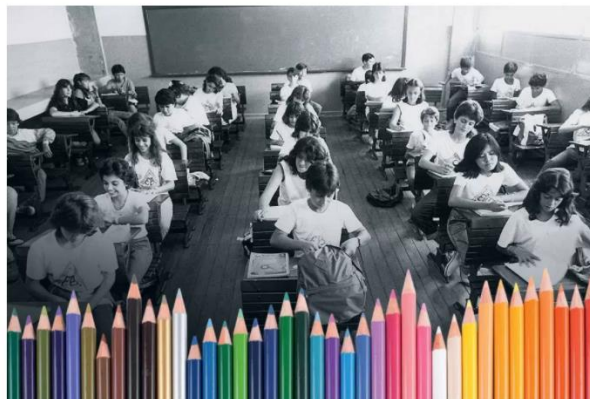
FIGURA 8 – Foto e legenda em *Veja* contrapõem o “velho” e o “novo” ensino médio



Cursos técnicos devem ser estimulados daqui em diante (Eduardo Lima / Folha Imagem/VEJA/VEJA)

Fonte: *Veja*, 2017, *online*.

FIGURA 9 – Foto e legenda em *Veja* contrapõem o “velho” e o “novo” ensino médio



EM PRETO E BRANCO - A velha escola: 50% dos que entram no ensino médio saem antes do final (Laurení Fochetto/Estadão Conteúdo)

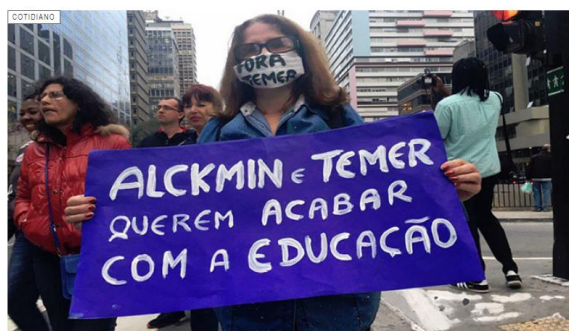
Fonte: *Veja*, 2017, *online*.

Caros Amigos também mantém seu posicionamento já identificado em outros pontos dessa análise, trazendo a Reforma como uma política a ser combatida. Sendo assim, a

principal forma de a sociedade civil organizada enfrentá-la é por meio de manifestações e protestos.

FIGURA 10 – Foto em *Caros Amigos* reforça o tom de protesto adotado pela revista
Reforma educacional de Temer é sinônimo
de privatizações e precarização

26 SETEMBRO 2016



Fonte: *Caros Amigos*, 2016, online.

FIGURA 11 – Foto em *Caros Amigos* reforça o tom de protesto adotado pela revista
Reforma do Ensino Médio: votação na
Câmara reforça caráter privatista da MP

16 DEZEMBRO 2016



Fonte: *Caros Amigos*, 2016, online.

As fontes são acionadas poucas vezes como recurso de imagem. *Caros Amigos* usa foto do ministro da Educação, Mendonça Filho, para ilustrar a matéria “MP reduz disciplinas da educação e aumenta carga horária no ensino médio”. Já *Veja* utiliza foto dos personagens nas matérias em que eles são citados no título. É o caso de “Reforma do ensino médio deve ser aprovada com folga, diz ministro”, com a foto de Mendonça Filho e “Reforma do ensino médio é inconstitucional, diz Janot”, com a foto do ex-procurador-geral da República, Rodrigo Janot.

Outra observação importante na análise das fotos é que *Caros Amigos* ilustra o acontecimento em si, por meio dos diversos tipos de manifestações ocasionadas pela Reforma do Ensino Médio. Há uma preocupação em relatar imgeticamente as matérias com fotos

relacionadas diretamente ao acontecimento. A própria expressividade das fotos, com sujeitos munidos de cartazes, já é autoexplicativa e torna desnecessária a presença de legenda para explicar o motivo dos protestos. Em contrapartida, *Veja* utiliza-se de fotos de banco de imagens, genéricas, e que poderiam ser aplicadas em diversas outras matérias, já que não têm correlação direta com o acontecimento. Por isso, é necessário, em todos os casos, que as fotos sejam seguidas por legendas explicativas.

3.2.4 Os autores

O *site* de *Caros Amigos* faz uso, de uma maneira geral, de textos de outros meios. Entre as matérias presentes no *corpus*, sete foram publicadas originalmente em outros *sites*, conforme é possível visualizar no QUADRO 5. Duas levam a inscrição “Da Redação” e são assinadas pela jornalista Lu Sudré, que é repórter do *site* da revista. As demais são originárias de *sites* com posicionamentos progressistas, voltados para a discussão de temas como cidadania, direitos humanos e política. A exceção é o EPSJV/Fiocruz, *site* da Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio (EPSJV), unidade técnico-científica da Fiocruz que busca a promoção do ensino, da pesquisa e da cooperação na educação profissional em saúde.

Uma das justificativas para a pouca produção de conteúdo próprio deve se dar, certamente, pelo baixo orçamento disponível e pela pequena equipe de redação. No expediente⁵⁶ disponível no *site*, consta o nome de somente duas repórteres fixas, sendo Lilian Primi para revista e Lu Sudré para o *site*.

Já *Veja* traz doze matérias produzidas pela redação, sem dar o crédito ao jornalista responsável. De acordo com o expediente⁵⁷, são doze repórteres destinados ao *site* e mais dois profissionais na sucursal de Brasília. Cecília Ritto, que assina duas matérias, não está entre os jornalistas listados no expediente nem da versão impressa, nem da versão *online*. Ao que parece, não integra mais a redação da revista. Mesmo assim, é possível clicar no seu nome e ter acesso a outras matérias escritas pela jornalista. Mônica Weinberg, que assina uma das matérias com Cecília, é chefe da sucursal da *Veja* impressa no Rio de Janeiro. A matéria escrita pelas duas é, inclusive, a única⁵⁸ das analisadas cujo texto no *site* é um extrato da matéria completa, publicada na versão impressa. A equipe do impresso é composta por catorze repórteres, mais nove distribuídos em duas sucursais.

⁵⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/PprgKW>>. Acesso em: 3 jan. 2018.

⁵⁷ Disponível em: <<https://goo.gl/SoRgxe>>. Acesso em: 3 jan. 2018.

⁵⁸ Disponível em: <<https://goo.gl/Y8yLRQ>>. Acesso em: 3 jan. 2018.

Mesmo com a numerosa equipe, oito matérias ao final do texto fazem referência à *Agência de Notícias Estadão Conteúdo* e uma à *Agência Brasil*. As outras três matérias, que são relacionadas ao pagamento dos *youtubers* para realização de propaganda favorável à Reforma do Ensino Médio, não foram geradas por conteúdo de agência, porém trazem no texto a informação que os dados relatados foram publicados inicialmente pelo jornal *Folha de S.Paulo*.

Não se identificou nenhum elemento que justificasse a omissão do nome do jornalista responsável pelas matérias e várias hipóteses podem ser levantadas. Uma delas é a intenção de se preservar a identidade do produtor da notícia, ou o simples fato de as matérias serem superficiais e muito referenciadas ao conteúdo disponibilizado pelas agências.

QUADRO 5 – Origem e autoria das matérias publicadas em *Caros Amigos* e *Veja*

Caros Amigos	Veja
Caros Amigos (Lu Sudré) – 2	Veja (Da Redação) – 12
Congresso em Foco – 2	Veja (Cecília Ritto) – 1
Brasil de Fato (Cristiane Sampaio) – 1	Veja (Cecília Ritto / Mônica Weinberg) – 1
Rede Brasil Atual – 1	
Caros Amigos (Da Redação) – 1	
EPSJV/Fiocruz (Raquel Júnia) – 1	
Jornal GGN (Lilian Milena) – 1	

Fonte: Elaborado pela autora.

3.2.5 Os dados complementares

Não parece ser uma preocupação de ambas as revistas a contextualização e o esclarecimento dos temas abordados nas matérias por meio de informações complementares, como legislações ou dados estatísticos. Desconsiderou-se aqui as informações advindas da própria Medida Provisória. Entende-se que há enfoques diferentes na construção de uma notícia e uma reportagem, e que a reportagem utiliza com mais frequência as entrevistas com fontes e a pesquisa documental. Relembrando, para Lage (2005b), notícia é a cobertura de fatos cujas pautas incluem eventos programados, sazonais, continuados, desdobramentos ou constatados por observação direta. Enquanto isso, a reportagem “[...] aborda assunto em visão jornalística a partir de fatos geradores de interesse, encarados de certa perspectiva editorial” (p. 39). Para o autor, a exploração anterior e posterior ao fato e a interpretação constituem elementos fundantes da reportagem.

Porém, a contextualização pode ocorrer, mesmo que de forma mais breve, na produção de matérias cotidianas. Em *Veja*, somente três matérias apresentam dados. A que mais apresenta informações que complementam a notícia é “Brasil terá novo ensino médio”. Nela, foi citado que “[...] atualmente, 1,7 milhão de brasileiros entre 15 e 17 anos estão fora da sala de aula. [...] Menos de 10% dos brasileiros seguem esta rota (optam pelo ensino técnico)”. A matéria afirma ainda que “[...] jovens brasileiros batem outro desses recordes desfavoráveis: estão entre os que têm jornada escolar mais curta, de quatro horas e meia. A média na OCDE (organização que reúne os países mais ricos) é de sete horas”. O texto não cita a origem de nenhum dos dados.

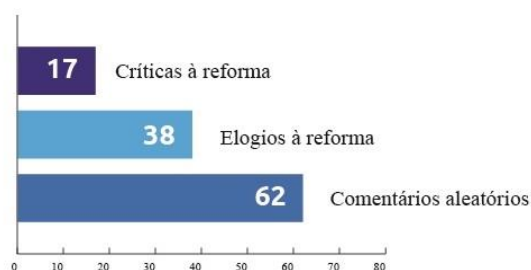
Caros Amigos traz quatro matérias com informações que ajudam o leitor a entender melhor o contexto da reforma. A matéria “‘A reforma é uma imposição’, diz estudante sobre reformulação do ensino médio” é um exemplo: “A meta dessa fase do ensino (ensino médio) para 2015 era de 4,3 no Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb), mas ficou em 3,7”.

3.2.6 Os indícios do reconhecimento dos leitores

Veja.com é o único dos *sites* analisados que disponibiliza espaço para comentários ao final da matéria publicada. Apesar de *Caros Amigos* não ter o mesmo espaço, considerou-se pertinente registrar alguns dados e reflexões sobre o uso deste espaço em *Veja*.

Duas das catorze matérias não tiveram comentários; já entre aquelas que tiveram, as datas dos comentários estendem-se até cerca de três dias após a publicação da notícia. Não se sabe ao certo se os comentários cessaram pelo fato de a matéria não estar mais em destaque na página ou se pelo bloqueio realizado pelo *site*, em que fica visível a frase “Não é mais possível comentar nesta página”.

GRÁFICO 2 – Comentários de leitores em *Veja* sobre a Reforma do Ensino Médio



Fonte: Elaborado pela autora.

Apesar de o número de comentários não ligados diretamente à Reforma ser maior (62), entre os comentários que abordam o tema dessa pesquisa, a maioria elogia a medida (38). Por esse motivo, há indícios de que o contrato estabelecido por *Veja* e firmado por seus leitores já que o posicionamento da revista é seguido por parte considerável dos leitores que comentam as matérias. O leitor identificado como “Papai Sabetudo” comentou, em 18 de setembro de 2016, na matéria “Medida provisória vai reforma o ensino médio”⁵⁹ publicada dois dias antes foi um dos que elogiou a reforma, com o seguinte comentário:

É preciso varrer e jogar no lixo toda a participação do petismo na Educação que se conformava só com o aparelhamento dos estudantes, como fez Mao Tsé-tung na China ao criar o seu Exército Popular formado de jovens cooptados para a causa comunista. Está claro, no entanto, que o PT fez um arremedo e todos sabem o restante da história, mas, mesmo assim, causou grande mal à educação. É preciso mudar tudo! O Temer é a pessoa mais indicada para fazer essas reformas porque não almeja cargo político, por enquanto. Assim, este é o momento! (*online*)

Os comentários que não tratavam explicitamente sobre a Reforma foram classificados como “aleatórios”. Entre eles, puderam ser lidos xingamentos entre os internautas, observações favoráveis e contrárias aos últimos presidentes do Brasil (principalmente sobre Dilma e Lula) e sobre os seus “seguidores” (“bolivarianos”, “esquerdopatas”, “coxinhas”, “direitistas” etc.). O leitor identificado como “Aloisio Barros” no dia 22 de setembro de 2016, por exemplo, comentou na matéria “Brasil terá novo ensino médio”⁶⁰, publicada no mesmo dia, que “*O que quero mesmo é punição para os professores esquerdinhas que fazem a catequese em sala de aula à favor do PT. Isso tem que acabar urgente ou não mudamos nada nesse país*”.

Quatro matérias tiveram comentários que tratavam especialmente da fonte citada. 1)

⁵⁹ Disponível em: <goo.gl/WifwMG> . Acesso em: 04 de março de 2018

⁶⁰ Disponível em: <goo.gl/Ege9fa > . Acesso em: 04 de março de 2018


Em “Medida provisória vai reformar o ensino médio”, os *posts* de dois leitores elogiaram a atuação do ministro da Educação. “*Isso mesmo ministro, parabéns! !⁶¹*” e “*Vai em frente Ministro. Bom Trabalho*”. 2) Em “MEC gastou quase 300 mil reais em campanha com *youtubers*”, o único comentário que referenciou a fonte foi do leitor identificado como “EA” em 17 de fevereiro de 2017, que escreveu: “*Que desgraça esse MEC! Eu sou professor universitário, e eu atesto que esse MEC, é o que existe de pior na educação!!!!*”. As outras matérias com comentários direcionados à fonte foram duas daquelas que faziam referência à fonte no título. 3) Em “Reformular o ensino médio por MP é pouco democrático” – que reproduz trechos da nota publicada pelo Ministério Público Federal (MPF) desaprovando a medida provisória –, foram onze críticas ao órgão. 4) Já em “Reforma do ensino médio é inconstitucional, diz Janot”, dez *postagens* criticaram o ex-procurador-geral da República.


FIGURA 12 – Alguns comentários de leitores de *Veja*


Comentários


Não é mais possível comentar nessa página.

 **Jonathan David** 23 set 2016 - 18h06
Antidemocrático é proibir os pais de ensinar e educar seus próprios filhos! Obrigando-os a colocar seus filhos nessas escolas imbecilizantes e antro de comunistas, e ainda por cima pagando (impostos) pra isso!

 **Democrita Cristão** 23 set 2016 - 18h09
Se a reformulação do ensino médio trazer a valorização do conhecimento e dos livros e permitir a flexibilização de acordo com os anseios do aluno, e afastando as ideologias marxistas dos “educadores” então...está ótimo. Apoiado.

 **Jon** 23 set 2016 - 18h25
Um conselho ao Governo: parem de assistir a TV e outras mídias que dependem de polêmica para ter audiência! Implementem as melhorias! Precisamos de ação! O Brasil não pode ser um refém permanente da opinião pública de uma minoria que grita alto e provoca medo na imprensa! Socorro! Precisamos sair desse marasmo! Ação, ação, ação, pelo amor de Deus!!!

 **Paulo C M Dionisio** 27 set 2016 - 15h35
O MPF entao quer que a educacao continue a porcaria que está ? sinceramente dia a dia me decepiono com o MP .

 **Paulo C M Dionisio** 27 set 2016 - 15h36
Onde estava o MPF quando Lula e Dilma roubavam o Brazil ? compravam passadena e quebravam a petrobras, surripuiavam o BNDS e recebiam propina por cada tijolo assentado ? mpf pffff

Fonte: *Veja*, 2016, *online*.

⁶¹ As *postagens* foram reproduzidas nesta dissertação da forma exata como foram grafadas no *site*.

FIGURA 13 – Alguns comentários de leitores de *Veja*

Fonte: *Veja*, 2016, *online*.

Conclui-se que, pelos comentários específicos sobre a fonte, na grande maioria das vezes (23 vezes em 24), o leitor seguiu o pensamento da revista com relação à fonte. Ou seja, o ministro da Educação foi elogiado pela reforma, enquanto o MPF e o ex-procurador-geral da República, que criticaram a medida, foram questionados sobre seus posicionamentos.

Apesar das defasagens possíveis entre a situação de produção e de reconhecimento (FAUSTO NETO, 2007), pode-se considerar que foi mantida a ligação estabelecida com o leitor por meio das propriedades do discurso e que foi construída uma parceria, já que daqueles que se posicionaram sobre a Reforma nos comentários, a maior parte deles possui o mesmo posicionamento da revista. Inclusive, naquelas matérias com maior número de comentários sobre as fontes, houve concordância com o posicionamento da publicação.

Fausto Neto (2007, p. 12) afirma que, para o estabelecimento do contrato, é importante que o material jornalístico apresente elementos que se refiram ao universo do leitor, “[...] para que se produza também o que o dispositivo jornalístico requer do leitor, ou seja, o seu reconhecimento, e vice-versa”.

3.3 Os textos das matérias

Após a verificação dos principais componentes presentes no texto jornalístico, esta análise volta-se para a composição do discurso, o uso das fontes e das falas propriamente ditas, além da forma como os jornalistas se apropriam das fontes para corroborar ou confrontar a ideia que desejam transmitir. Lage (2005b, p. 49) nos lembra de que “[...] é tarefa comum dos repórteres selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los e algum contexto e processá-los seguindo técnicas jornalísticas”.

3.3.1 O contexto em que as fontes e as falas estão inseridas

Segundo Pires e Freitas (2009), a “opinião jornalística” está presente, em diferentes graus, em todas as etapas da atuação profissional. As escolhas feitas durante todo o processo buscam responder a determinados anseios e objetivos, entre eles da formação e da manutenção de vínculos com os leitores. Para tanto, as fontes e as falas são inseridas em um contexto discursivo no sentido de corroborar ou refutar as informações prestadas na matéria. É possível, claramente, verificar tanto em *Caros Amigos*, como em *Veja* o uso útil desses elementos para a construção do discurso.

A matéria “Brasil terá novo ensino médio”, de *Veja*, apresenta em vários trechos o posicionamento da publicação perante a reforma. O texto é bastante representativo e merece ter grande parte dele reproduzido:

Finalmente saiu. A tão **debatida e aguardada** reforma do ensino médio brasileiro está sendo anunciada agora, em Brasília. Será **sacramentada** por uma medida provisória, assinada pelo presidente Michel Temer. O texto **subverte uma fórmula que leva ao fracasso** e, seguido à risca, **pode resgatar o Brasil** das últimas posições que já se habituou a ocupar nos rankings que comparam jovens estudantes do mundo inteiro. Passa a vigorar imediatamente, mas as redes de ensino e escolas precisarão de tempo para se adaptar. **Em 2018**, a expectativa é de que já estará **tudo diferente**.

[...]

A nova fórmula – que aliás só é nova aqui, já que **países de boa educação** a conhecem há tempos – é um caminho para **expurgar a atual rigidez** do ensino médio. Sendo igual para todo mundo, pressupõe que todo mundo seja igual. Assim, não atrai a maioria, um desastre do ponto de vista da trajetória desses jovens e do país.

[...]

Modalidade ainda vista no Brasil como de **segunda classe** (ensino técnico), já produziu resultados **espetaculares** em países como Coreia do Sul, Suíça e Alemanha. **Braços especialmente talhados para certos ofícios funcionam como mola para a economia**. (*Veja*, 2016, online, grifos nossos)⁶².

⁶² Disponível em: <<https://goo.gl/Ege9fa>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

Após o “editorial” inserido no meio da matéria jornalística, a fala da fonte resume e corrobora a opinião do *site* com uma frase de efeito. “‘O modelo atual precisa mudar já. É uma catástrofe’, resume Marcos Magalhães, presidente do Instituto de Co-Responsabilidade pela Educação (ICE)”. O texto insuflado de exaltação à Reforma comete erros, ao dizer, por exemplo, que “[...] em 2018, a expectativa é de que já estará tudo diferente”. A própria revista publicou, em outras matérias, que o processo de adaptação será lento e gradual. Em uma delas, traz no próprio título essa informação: “Reforma do ensino médio deve começar a valer só em 2020”. A revista confirma ainda o posicionamento de que a Reforma visa formar mão de obra que atenda ao capital internacional, conforme já explicitado neste estudo anteriormente, ao afirmar que “Braços especialmente talhados para certos ofícios funcionam como mola para a economia”.

Em uma das matérias analisadas, *Veja* traz, na construção textual do jornalista, o descontentamento com o ensino como uma unanimidade. “Independente da matriz ideológica, direita ou esquerda, não importa de que lado esteja, há uma constatação unânime: o ensino médio brasileiro, público ou particular, é engessado, ineficiente e desconectado com o século XXI”⁶³. Nesse momento, “direita e esquerda” se unem e, de forma generalizante, concordam, segundo a publicação, com o fracasso do ensino. Mesmo sem revelar os diferentes pontos que cada lado, “direita e esquerda”, critica, o redator os coloca do mesmo lado para garantir a legitimidade da argumentação favorável à Reforma.

Caros Amigos não tem um texto repleto de posicionamentos explícitos quanto o da *Veja*, porém traz, frequentemente, pequenos trechos com o mesmo viés, como na matéria “MP da educação reduz disciplinas obrigatórias e aumenta carga horária no Ensino Médio” cujo *lead* começa com “[...] dando sequência à série de medidas impopulares [...]”. O *site* da revista opta por rebater pontos da Reforma utilizando-se de falas das fontes. Os exemplos serão apresentados adiante.

Fausto Neto, Castro e Lucas (1995, p. 127) traduzem com clareza esse tipo de posicionamento chamando-os de “espaço de insuflamento”. No exemplo apontado pelos autores, as intervenções são feitas em espaço à parte na própria matéria jornalística. Aqui, o conceito pode ser adaptado e se mostra perfeitamente adequado ao que aparece nos *sites*, principalmente em *Veja*: “[...] há jornais (especialmente o Globo) que inserem pequenos editoriais, ao sabor da conjuntura. Esses editoriais cobram, admoestam, julgam, sentenciam,

⁶³ Disponível em: <<https://goo.gl/Y8yLRQ>>. Acesso em: 3 jan. 2018.

interpelam, enfim, produzem uma série de intervenções que normalmente não são feitas no espaço informativo”.

Pires e Cruz (2009) complementam:

Chega-se aqui a um ponto decisivo para a análise do processo de produção da opinião publicada em boa parte da imprensa escrita brasileira. Parece claro que nesse processo tem sido levado em conta muito mais uma radicalização política, que contamina toda a cobertura, mas certamente com maior intensidade nos espaços considerados “opinativos”, do que uma elaboração discursiva e interpretativa dos fatos noticiados. (PIRES; CRUZ, 2009, p. 139).

O exemplo citado é um extremo apresentado no *corpus*, mas foi destacado justamente para ilustrar o que acontece de forma mais velada nas demais matérias.

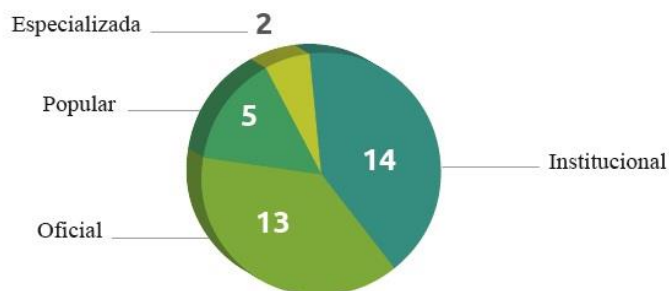
3.3.2 As fontes em *Caros Amigos e Veja*

Seguindo a classificação de Schmitz (2011), *Caros Amigos* usa, preferencialmente, as fontes institucionais e oficiais. De acordo com a tipificação de grupos, o tipo institucional representa organizações sem fins lucrativos (ONGs) ou grupos sociais e, para o autor, “[...] geralmente ostenta fé cega naquilo que defende” (p. 26). Enquanto isso, *Veja* sustenta-se majoritariamente nas fontes oficiais e, em número bem menor, pelas fontes de referência. Segundo Schmitz (2011), as fontes de referência relacionam-se a livros, produções científicas, tecnológicas, acadêmicas e culturais, documentos ou outras mídias.

Outras fontes utilizadas nas matérias são a especializada – pessoa de notório saber sobre o tema –; a popular – pessoa comum que não fala em nome de organização ou grupo –; a notável – que é conhecida pelo talento ou pela fama; e a testemunhal – “[...] funciona como um álibi para a imprensa, pois representa aquilo que viu ou ouviu, como partícipe ou observadora” (SCHMITZ, 2011, p. 27).

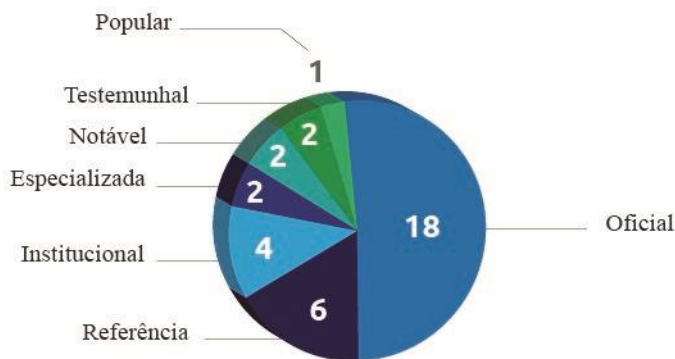
Destaca-se aqui, que o GRÁFICO 1 foram contabilizadas as fontes usadas nas matérias. Enquanto isso, nos GRÁFICOS 3 e 4, foram somadas as fontes usadas em todas as matérias, mesmo que repetidamente, de forma a elucidar, por exemplo, quantas vezes *Veja* recorreu às fontes oficiais nas quatorze matérias analisadas.

GRÁFICO 3 – Somatório das fontes utilizadas em todas as matérias de *Caros Amigos*, por categoria, segundo a tipificação “Grupos” de Schmitz



Fonte: Elaborada pela autora.

GRÁFICO 4 – Somatório das fontes utilizadas em todas as matérias de *Veja*, por categoria, segundo a tipificação “Grupos” de Schmitz



Fonte: Elaborado pela autora.

Cabe aqui destacar o papel diferenciado apresentado pelas fontes oficiais nos dois *sites*. São oficiais as fontes que se pronunciam por órgãos mantidos pelo Estado com poderes constituídos e organizações como juntas comerciais e cartórios. “É a preferida da mídia, pois emite informação ao cidadão e trata essencialmente do interesse público, embora possa falsear a realidade.” (SCHMITZ, 2011, p. 25-26).

Veja mantém uma relação de dependência com as fontes oficiais. A frequente participação de representantes do Governo Federal – fontes oficiais propositoras da mudança – reflete a escolha da revista, ao reduzir o contraponto de ideias sobre o tema. O somatório de fontes ouvidas por *Veja* em todas as matérias contabiliza 35, sendo que o MEC e o ministro da Educação, Mendonça Filho, foram as mais acionadas, em cinco e quatro matérias cada, respectivamente. O MEC apareceu como fonte também, mais especificamente, por meio da então secretária-executiva do Ministério, Maria Helena Guimarães (em uma matéria), e da

Secretaria de Educação Básica (em duas matérias). Há matérias, inclusive, cuja única fonte foi o ministro⁶⁴ ou foram o ministro e o Ministério⁶⁵.

Caros Amigos, por seu turno, utiliza-se das fontes oficiais para um esclarecimento pontual ou para apresentar um ponto que será rebatido em seguida. É o caso da matéria “A sombra do retrocesso no ensino médio”, que traz falas diretas e indiretas de três fontes institucionais e somente uma citação ao Governo Federal, de forma indireta, que se resume a “[...] de acordo com o Ministério da Educação (MEC), atualmente a carga horária é de 800 horas por ano”. O MEC, ao todo, é acionado em quatro matérias pelo *site Caros Amigos*, enquanto o ministro Mendonça Filho é usado como fonte em duas matérias e o Governo Federal, em também em duas.

Vale ressaltar que, percentualmente, *Caros Amigos* utiliza mais fontes oficiais do que *Veja*, mas nem por isso assume o ponto de vista do governo. Enquanto *Veja* estrutura as matérias quase que exclusivamente em fontes oficiais, *Caros Amigos* as utiliza como fontes complementares. “A sombra do retrocesso sobre o Ensino Médio⁶⁶”, publicada por *Caros Amigos* em 17 de fevereiro de 2017, e “Senado aprova MP que reforma o Ensino Médio⁶⁷”, publicada por *Veja* em 8 de fevereiro de 2017, são alguns dos exemplos que podem ser destacados.

Na matéria de *Caros Amigos*, foram ouvidas e incluídas nas matérias, de forma direta e indireta, as falas da professora da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo (USP), Sônia Kruppa (fonte especializada); da presidente da União Brasileira de Estudantes Secundaristas (Ubes), Camila Lannes (fonte institucional); e do coordenador da Unidade de Educação de Jovens e Adultos da Ação Afirmativa, Roberto Catelli (fonte institucional). Enquanto isso, o MEC é citado apenas com uma frase informativa, transcrita de forma indireta: “De acordo com o Ministério da Educação (MEC), atualmente a carga horária é de 800 horas por ano.” Já *Veja*, na matéria “Senado aprova MP que reforma o Ensino Médio”, por exemplo, foram reproduzidas somente as falas do ministro da Educação, Mendonça Filho (fonte oficial).

Com exceção das fontes oficiais citadas (fontes representantes do Governo Federal, principalmente), os dois veículos não compartilham fontes, e elas praticamente não as repetem. Nos casos de repetição, as fontes foram usadas apenas duas vezes.

Outro ponto de destaque na observação feita dos *corpora* é a confluência no

⁶⁴ Disponível em: <<https://goo.gl/MDsVfg>>. Acesso em: 3 jan. 2018.

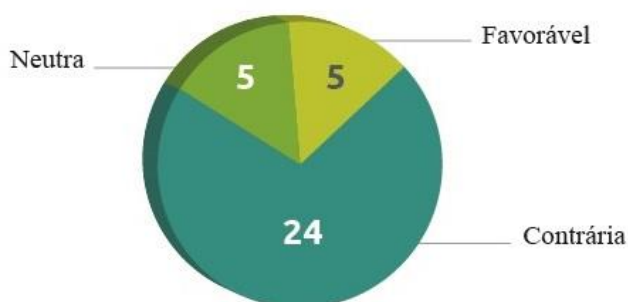
⁶⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/vvUEa2>>. Acesso em: 3 jan. 2018.

⁶⁶ Disponível em: <goo.gl/ZWqjhm>. Acesso em: 4 de março de 2018.

⁶⁷ Disponível em: <goo.gl/yVHPV7>. Acesso em: 4 de março de 2018.

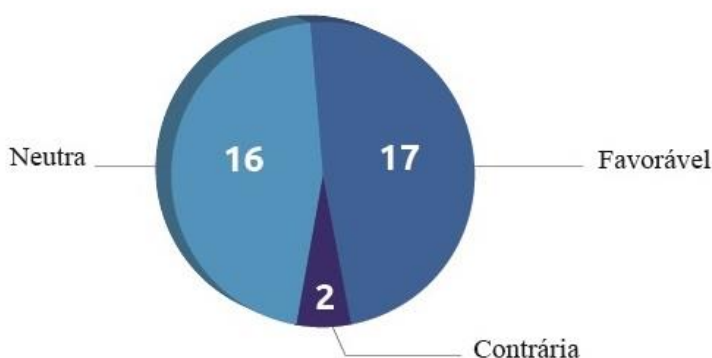
posicionamento majoritário das fontes e dos *sites*, conforme é possível observar nos gráficos a seguir.

GRÁFICO 5 – Posição das fontes nas falas analisadas em *Caros Amigos*



Fonte: Elaborado pela autora.

GRÁFICO 6 – Posição das fontes nas falas analisadas em *Veja*



Fonte: Elaborado pela autora.

Veja traz um bom exemplo de alinhamento do discurso entre fonte e revista. A publicação relata o caso de uma família da Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro e estabelece uma comparação entre a filha mais velha que “[...] quer fazer medicina, uma dureza para entrar mesmo estando matriculada em um dos melhores colégios particulares” e o mais novo, que “[...] terá pela frente uma vida escolar bem diferente e, quem sabe, mais adequada aos novos tempos”. O colégio em que a primogênita estuda é o “A a Z”, 17ª escola do Estado do Rio de Janeiro com as maiores médias no Enem em 2015⁶⁸. Conforme já

⁶⁸ No início de 2017 o Governo Federal anunciou que deixaria de publicar o *ranking* Enem por escolas, por considerar que a divulgação passou a ser ferramenta de publicidade pelas instituições de ensino, possibilitando distorções ao comparar escolas de diferentes perfis ou até mesmo estimulando a criação de grupos

apresentado neste estudo, a revista tem 58% dos seus leitores pertencentes às classes A e B, o mesmo grupo social da família Neves, que ilustra a matéria. O próprio título do texto “A nova cor do ensino médio” não deixa de fazer referência, mesmo que indireta, à divisão de classes e de raças já largamente presente em todo o País. Pontos, como a falta de infraestrutura para proporcionar à maioria dos alunos o acesso ao ensino integral e a formação tecnicista, em detrimento de uma formação crítica⁶⁹, são características do novo ensino que contribuem para ampliar o abismo entre as “cores” que cursam o Ensino Médio brasileiro.

Caros Amigos também coloca os jovens para relatar suas experiências (“Estudantes protestam em SP e Brasília contra reforma do ensino médio imposta por Temer”); porém, quem fala no *site* da revista são os manifestantes das passeatas contrárias à reformulação do ensino. É o caso de Alan Queiroz, estudante secundarista de 16 anos e morador da Zona Norte de São Paulo, cuja preocupação maior é com o coletivo e com a participação social.

o primeiro ato contra a reformulação do Ensino Médio que, na verdade, é um plano de privatização do governo Temer, que é verticalizado, de cima para baixo, sem diálogo com os alunos ou a comunidade escolar

[...]

Quero prestar sociologia e, se não tiver essa matéria dentro da escola, terei um atraso muito grande na faculdade. O ato é para mostrar que a população está contra a reforma

[...]

O que adianta colocar os alunos em uma escola com horário integral, sendo que eles não têm material para o horário integral? As vezes não tem giz para o professor. E a alimentação? Também tem que ser discutido. Não tem essa estrutura para colocar em horário integral” (*Caros Amigos*, 2016, *online*).⁷⁰

3.3.3 As falas em *Caros Amigos* e *Veja*

A forma como o jornalista apropria-se das frases ditas pelas fontes pode servir como um reforço ou um contraponto ao que a notícia sugere. O que se percebe nos sites de *Caros Amigos* e *Veja* é que esse recurso é usado, prioritariamente, para reforçar o que o jornalista pretende, assim como acontece nos usos das fontes.

Outros exemplos já foram mostrados nesta pesquisa, mas vale destacar mais alguns. Em cerca de 5 mil caracteres, *Caros Amigos* apresenta as principais críticas à Reforma na matéria intitulada “Reforma educacional de Temer é sinônimo de privatizações e precarização”. Além do coordenador-geral da Campanha Nacional pelo Direito à Educação,

de estudo com o objetivo exclusivo de aumentar a nota da instituição e não favorecer o ensino como um todo.

⁶⁹ O texto da Medida Provisória enviado pelo governo para tramitação no Congresso Nacional não incluía Filosofia, Sociologia, Artes e Educação Física entre as disciplinas obrigatórias. O texto foi revisado durante a tramitação e as matérias foram incluídas entre as obrigatórias, juntamente com Português e Matemática.

⁷⁰ Disponível em: <<https://goo.gl/vshw1U>>. Acesso em: 13. jan. 2018.

Daniel Cara, e o coordenador da Educação de Jovens e Adultos da Ação Educativa, Roberto Catteli, o *site* ouve também o MEC. Daniel Cara e Roberto Catteli, que são as únicas fontes repetidas usadas por *Caros Amigos*, com exceção das oficiais, expressam suas opiniões em falas diretas e indiretas. Enquanto, mais uma vez, o governo federal tem sua fala reproduzida indiretamente, apenas para elucidar um ponto obscuro: “Entretanto, na sexta-feira (23), o Ministério da Educação (MEC) esclareceu que ocorreu um erro na divulgação do documento e as disciplinas serão mantidas, conforme previsto na Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB)”.

Percebe-se que o verbo destinado a introduzir a fala relatada do governo busca “esclarecer”. De certa forma, apresenta-se em uma posição de defesa quanto ao assunto tratado, já que algo não foi bem dito ou não foi dito de forma clara. Ao contrário, Roberto Catteli “assegura”, “ressalta”, “menciona” e Daniel Cara “afirma”, “comenta”, “questiona”, “frisa”, “aponta” e “conclui”. A conclusão, ou desfecho, do debate cabe à fala que reafirma o posicionamento da revista e do seu *site*. Para Maingueneau (1997, p. 88) “[...] não é possível negligenciar os verbos destinados a introduzir o discurso relatado. De fato, em função do verbo escolhido (sugerir, afirmar, pretender...), toda a interpretação da citação é afetada”.

Outro uso de fala que reforça o posicionamento de *Caros Amigos* está na matéria “Comissão aprova MP do ensino médio”. Há uma tentativa, tímida, do *site* em apresentar outros pontos de vista sobre a Reforma. Todas as falas nesse caso são apresentadas de forma indireta. Além do parecer do senador Pedro Chaves (PSC-MS), a matéria traz as críticas e os posicionamentos dos deputados Thiago Peixoto (PSD-GO), Maria do Rosário (PT-RS) e da senadora Fátima Bezerra (PT-RN). Enquanto isso, as falas dos que são a favor da Reforma se resumem a dizer que “[...] a reforma é necessária e urgente”. Os políticos favoráveis à reforma não têm rosto, muito menos nome, já que são chamados pelo *site* de “[...] parlamentares da base aliada ao governo de Michel Temer”.

Em *Veja*, as falas são usadas, por exemplo, na busca pela desconstrução das críticas à Reforma e pela demonstração de fracasso do modelo de ensino anterior. A fala do ministro da Educação, Mendonça Filho, em citação direta, traz esse posicionamento: “A meta é tornar essa etapa do ensino mais flexível, como em outros países. Se apenas 16% dos jovens frequentam hoje a universidade, certamente falta olhar para os outros 84% que ficam pelo caminho e lhes dar saídas. Eles são a prova de um modelo engessado que deu errado”⁷¹. Não há um contraponto, já que a matéria não apresenta nenhuma outra fonte que não seja oficial e

⁷¹ Disponível em: <<https://goo.gl/c5e7vr>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

governamental (MEC).

Na matéria “A nova cor do ensino médio”, a revista faz uso da fala de especialistas que dão a opinião deles sobre o sistema de ensino brasileiro vigente até então. “É um dos piores do planeta”, diz o economista Cláudio de Moura Castro, colaborador e articulista de *Veja*. Vale destacar que Castro tem atuações em organismos internacionais, como Organização Internacional do Trabalho (OIT), Banco Mundial e Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Atualmente, é assessor especial da Presidência do Grupo Positivo, uma das maiores empresas no ramo de educação privada no Brasil. O americano Richard Feynman, prêmio Nobel de Física, em viagem ao País em 1950, já antecipou o fracasso educacional brasileiro. Segundo a revista, “[...] observou que nunca vira ‘um currículo tão extenso e jovens que sabiam tão pouco’”. A fala dos especialistas, reproduzidas em frases curtas, não dão a oportunidade de reflexão sobre os julgamentos apresentados, já que não há defesa, nem precisão, nem argumentos suficientes que possibilitem contribuir para a análise do tema. A citação a Cláudio de Moura Castro demonstra ainda uma estratégia de autorreferencialidade (CARVALHO; LAGE, 2012), em que jornais e jornalistas se apresentam como atores no discurso jornalístico, na busca de “[...] legitimação diante do quadro de concorrência acentuada e da firmação de novas modalidades de interação com seu público” (p. 261).

Para comparar o uso das falas diretas e indiretas em cada *site*, foi feito um levantamento (figuras 16 e 17) das falas ligadas ao Governo Federal, que representa uma das principais fontes de informação para as matérias relacionadas à Reforma do Ensino Médio, por ser a instância propositora da medida. Para compor o levantamento, foram somadas as falas de todos os membros do executivo federal, como o MEC; secretaria de Educação Básica do MEC; o ministro da Educação, Mendonça Filho; a secretária-executiva do MEC, Maria Helena Guimarães; e o presidente, Michel Temer, entre outros.

Observou-se que os *sites* dão voz às falas governamentais de forma distinta. Enquanto *Caros Amigos* não dá voz, em fala direta, ao governo, *Veja* dá voz de forma direta e indireta quase que igualmente. Em *Caros Amigos*, as matérias referenciam o Governo Federal de forma breve, indireta, respondendo ou complementando uma informação. Outros exemplos já foram citados nesta dissertação, porém, cabe aqui a transcrição de mais um trecho. Na matéria “Propaganda esconde defeitos da Reforma do Ensino Médio⁷²”, *Caros* traz, somente, a transcrição indireta de trecho de uma nota divulgada pelo MEC que afirma: “O levantamento

⁷² Disponível em: <goo.gl/JZcN86>. Acesso em: 4 de março de 2018.

foi feito em resposta às críticas feitas à Medida Provisória 746, que impõe as alterações, como admitiu o próprio MEC, em nota divulgada pela assessoria de imprensa”. Já as falas governamentais em *Veja* são publicadas de forma direta e indireta para dar ritmo ao texto, já que em grande parte delas, o governo é a fonte principal. “Medida Provisória vai reformar o Ensino Médio⁷³” tem sete parágrafos: o primeiro traz um depoimento do ministro Mendonça Filho relatado de forma indireta; no segundo parágrafo, há uma citação direta atribuída ao MEC, por meio de nota; no terceiro, há uma referência a fontes ouvidas pelo jornal Folha de São Paulo e uma fala direta do ministro; no quarto parágrafo, há falas diretas e indiretas de Mendonça Filho; no quinto parágrafo, foram transcritas novas falas diretas e indiretas do ministro; no sexto não há citação; o sétimo parágrafo fecha o texto com uma citação direta de Mendonça Filho.

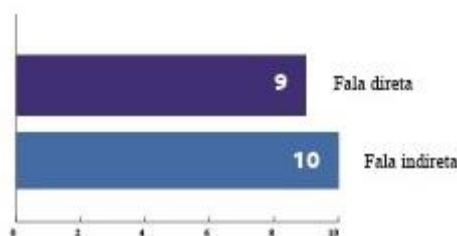
Caros Amigos faz algo parecido, como já citado anteriormente, porém com as falas institucionais, que são aquelas ligadas a ONGs ou grupos sociais.

GRÁFICO 7 – Como são apresentadas as falas de representantes do Governo Federal em *Caros Amigos*



Fonte: Elaborado pela autora.

GRÁFICO 8 – Como são apresentadas as falas de representantes do Governo Federal em *Veja*



Fonte: Elaborado pela autora.

Percebe-se que as revistas buscam manter a proximidade e a empatia com os leitores, reafirmando que há um contrato e que a relação que é construída a partir dele deve seguir

⁷³ Disponível em: <goo.gl/WifwMG>. Acesso em: 4 de março de 2018.

regras de confiança e de reconhecimento, por meio de estratégias de captura e manutenção do leitor (MARIZ, 2008). Cada integrante do processo comunicativo, no caso aqui mídia e leitor, constrói uma imagem do outro de forma a contribuir para que os tópicos do contrato sejam validados e o acordo firmado. Para a mídia, essa concordância é importante para que sejam preservados os hábitos de consumo da notícia publicada, seja *online*, seja impressa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta dissertação, buscou-se compreender como e em que medida os *sites* das revistas investigadas usam as fontes e as falas como estratégias de fortalecimento dos laços com seus leitores. Diante do exposto, é possível, sim, considerar que esses componentes acionados pela mídia são instrumentos úteis na criação de vínculos entre os *sites* e os leitores previamente firmados, mediante contratos de leitura.

Segundo Telles (2016, p. 119), “[...] as notícias também são pensadas para aprazer os seus consumidores”, e é isso que se percebe após observados os componentes significativos de análise, como o posicionamento das fontes, o teor da fala, como é introduzida pelo jornalista, os objetivos pelos quais são acionadas e os demais elementos jornalísticos relacionados ao acionamento das fontes e das falas que compõem a construção da narrativa jornalística.

Inexiste um ponto de vista único sobre a reforma, e a escolha das fontes e das falas seguem como referência as linhas editoriais dos veículos, além de buscar atender as expectativas dos leitores dos respectivos *sites*. *Caros Amigos* e *Veja* buscam ressaltar elementos que respaldem seus posicionamentos frente ao acontecimento jornalístico, com destaque para o cenário sociopolítico e educacional brasileiro. Percebe-se que, em ambos os casos, as fontes e suas falas são colocadas, em grande parte, para dizer aquilo que o veículo deseja. Não que haja uma falsificação ou manipulação do que é dito, mas as escolhas feitas levam ao direcionamento desejado pelo jornalista, como também pela política editorial de cada revista.

Veja busca informar seus leitores sobre os desdobramentos da tramitação do texto da Reforma do Ensino Médio e busca ainda desconstruir o modelo de ensino vigente antes da Reforma, bem como as críticas feitas ao novo modelo por segmentos da sociedade civil e da imprensa. As matérias não têm como foco o ataque, mas o posicionamento firme e frequente das vantagens advindas da nova medida, usando, principalmente, a presença de representantes do Governo Federal para referendar as informações prestadas.

Com poucas exceções, no geral, as matérias mantêm um tom ameno e constante em defesa da Reforma. *Veja* apresenta a aprovação da Reforma como algo dado e certo, talvez parta daí o tom moderado que pode ser identificado nos títulos, por exemplo. A certeza de que o texto da medida foi feito, seria aprovado e, conseqüentemente, promulgado, traz mais um clima de exaltação, do que de embate.

As matérias da publicação são mais superficiais, nota-se, principalmente, pela menor

diversidade de fontes. Porém, no mesmo período, as matérias foram publicadas mais frequentemente que em *Caros Amigos*, como se *Veja* quisesse apresentar e fixar os pontos positivos da proposta por meio da repetição, sem aprofundar o debate. Esse posicionamento pode ser constatado, por exemplo, pela publicação de uma matéria sobre o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb), reforçando a necessidade e a urgência da Reforma, no auge do debate sobre o tema, em setembro de 2016. Essa matéria não compõe o *corpus*, já que não trata da Reforma em si, mas contribui para reformar o posicionamento da revista durante a tramitação da Medida Provisória. O texto tem como título “Ideb: o ensino médio, que já era ruim, conseguiu piorar”⁷⁴, e sob o versal “Educação” traz em seu subtítulo que “Mapa do ensino divulgado pelo MEC é um sinal inequívoco de que é preciso repensar o modelo brasileiro”.

Já o foco prioritário de *Caros Amigos* foi desconstruir a Reforma em si, trazendo representantes da sociedade civil organizada para rechaçar a Medida Provisória e posteriormente a Lei. As matérias voltam-se para o ataque ao que representa política e socialmente a aprovação da medida, dentro do cenário apresentado anteriormente nesta dissertação. Representantes do Governo Federal também aparecem como fontes recorrentes, porém não como protagonistas, mas complementando alguma informação e, em grande parte das vezes, com falas mínimas e exclusivamente transcritas de forma indireta.

Caros Amigos busca apresentar a resistência frente a esse processo e, conseqüentemente, uma possibilidade, mesmo que pequena, de reverter o quadro ou, ao menos, se posicionar e se fortalecer como revista de resistência ao quadro político atual. A revista propõe-se, a todo tempo, a dar voz à sociedade, seja por meio de grupos organizados, seja pela fala de populares participantes das manifestações.

Nem mesmo a multimídia e a hipertextualidade oferecidas pela internet foram suficientes para proporcionar uma verdadeira pluralidade de fontes/vozes ao webjornalismo. A limitação de fontes e a homogeneização de pensamentos e discursos, apesar de atenderem aos contratos firmados com os leitores, empobrecem o jornalismo e esvaziam o debate sobre a educação no Brasil.

Buscar alternativas e testar outras formas de produção textual que tirem o leitor da zona de conforto e ofereçam contratos mais ampliados se faz necessário para dinamizar e qualificar o público na busca do reconhecimento e da luta pela educação como direito de todos.

⁷⁴ Disponível em: <<https://goo.gl/gyqf3p>> . Acesso em: 5 jan. 2018.

Por fim, esta dissertação não buscou esgotar todas as possibilidades de análise no que tange aos estudos sobre a relação entre educação e mídia, sobretudo em relação à Reforma do Ensino Médio brasileiro e ao *webjornalismo* de revista, mas levantar algumas hipóteses e fazer algumas constatações relevantes acerca dessa relação que ainda oferece múltiplas possibilidades de estudo e pesquisa.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA; MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **A Educação na Imprensa Brasileira**: responsabilidade e qualidade da informação. 2005. Disponível em: <<https://goo.gl/W4wPoF>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.

ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo Vaz. Mídia: um aro, um halo, um elo. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Orgs.). **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 43-60.

ANUNCIE na Caros Amigos – 2017. **Caros Amigos**, n.d. Disponível em: <<https://goo.gl/1E28XR>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Seleção de textos de José Américo Motta Pessanha. 4. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1991. (Coleção Os Pescadores).

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 261-306.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: ADORNO et al. **Teoria da Cultura de massa**. Trad. de Carlos Nelson Coutinho. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 221-254.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 6. ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 1985.

BLUMER, Herbert. A natureza do interacionismo simbólico. In: MORTENSEN, Charles D. (Org.). **Teoria da comunicação**: textos básicos. São Paulo: Mosaico, 1980. p. 119-137.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda. **Mediação & Mdiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012. p. 31-52.

BRAGA, José Luiz. **Lugar de fala**: como conceito metodológico no estudo de produtos culturais. 1997. São Paulo: Compós.

BRAGA, José Luiz. Perspectivas para um conhecimento comunicacional. In: LOPES, Maria Immacolata V. de (Org.). **Epistemologia da Comunicação no Brasil**: trajetórias autorreflexivas. São Paulo: ECA-USP, 2016. p. 123-141.

BRAGA, José Luiz. Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 15., 2006, Bauru (SP). **Anais...** Bauru (SP): Unesp, 2006. p. 1-16.

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. **Comunicação e Educação**: questões delicadas na interface. São Paulo: Hacker, 2001.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <<https://goo.gl/2soz4S>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Brasil em síntese**. Disponível em: <<https://goo.gl/ifcKUr>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

BRASIL. Lei nº 13.429, de 31 de março de 2017. Altera dispositivos da Lei no 6.019, de 3 de janeiro de 1974, que dispõe sobre o trabalho temporário nas empresas urbanas e dá outras providências; e dispõe sobre as relações de trabalho na empresa de prestação de serviços a terceiros. Disponível em: <<https://goo.gl/uU2GKb>>. Acesso em: 21 jun. 2017. **Diário Oficial da União**, Brasília, 31 mar. 2017.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Disponível: <<https://goo.gl/zazndH>>. Acesso em: 12 jul. 2017.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**: sete características que marcam a diferença. Covilhã (Portugal): Labcom, 2014.

CAROS Amigos: Novo layout, mesmo conteúdo. **Caros Amigos**, 27 jan. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/FSiY3H>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

CARVALHO, Carlos Alberto; LAGE, Leandro. Mídiação e reflexividade das mediações jornalísticas. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda. **Mediação & Mídiação**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012. p. 245-269.

CASTRO, Rosane Michelli; GARROSSINO, Silvia Regina Barboza. O ensino médio no Brasil: trajetória e perspectivas de uma organização politécnica entre educação e trabalho. **Revista ORG & DEMO**, Marília (SP), jan./jun. 2010, v. 11, n. 1, p. 91-102.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Curso de jornalismo – aula 16**: na tipologia, iniciação a uma teoria das fontes, entendidas como parte integrante do Jornalismo. 16 mar. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/kV5MyX>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma teoria dos sujeitos de linguagem. In: MARI, Hugo et al. **Análise do discurso**: fundamentos e práticas. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, 2001. p. 23-27.

COÊLHO, Tamires Ferreira. Movimento de ocupação dos secundaristas, visibilidade midiática e cobranças sociais: o “futuro” do Brasil em luta. **Laboratório de Análise de Acontecimentos**, 23 maio 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/cL5Yqj>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa**. São Paulo: Ática, 2004.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES EM EDUCAÇÃO. **Manifesto contra a reforma do ensino médio**. 30 set. 2016. Disponível em: <<http://goo.gl/qdZmYw>>.

Acesso em: 21 jun. 2017.

CORREIA, João Carlos. Breve análise da relação entre o discurso jornalístico, o conhecimento e a política. In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana (Orgs.). **Metáforas jornalísticas: formas, processos e sistemas**. Santa Cruz do Sul (SC): Edunisc, 2007. p. 15-37.

DAMBROS, Marlei; MUSSIO, Bruna Roniza. Política educacional brasileira: a reforma dos anos 90 e suas implicações. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM EDUCAÇÃO, 10., 2014, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, 2014. Disponível em: <http://xanpedsul.faed.udesc.br/arq_pdf/656-1.pdf>. Acesso em: 17 dez. 2017.

DELEUZE, Gilles. ¿Que és un dispositivo?. In: FOUCAULT, Michel. **Filósofo da história**. Trad. de Wanderson Flor do Nascimento. Barcelona: Gedisa, 1990. p. 155-161.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Campinas (SP): Pontes, 1987.

EDUCAÇÃO e Mídia. **Observatório da Imprensa**, TV Brasil, 11 jul. 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/bXtMqQ>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

ENTENDA as mudanças no site de CartaCapital. **CartaCapital**, 13 mar. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/CaqPQU>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

ERBOLATO, Máio. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5. ed. São Paulo: Ática, 2006.

ESSENFELDER, Renato. Inovação narrativa na grande reportagem de internet. **Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 15, n. 1, p. 182-206, 2017.

FAUSTO NETO, Antônio. A deflagração do sentido: estratégias de produção e captura da recepção. In: SOUSA, Mauro Wilton. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 189-221.

FAUSTO NETO, Antônio. Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos. **Diálogos Possíveis**, Salvador, v. 6, n. 2, p. 7-27, jul./dez. 2007.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da mediatização. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 91-105, 2008.

FAUSTO NETO, Antônio; CASTRO, Paulo César; LUCAS, Ricardo J. de Lucena. Mídia-tribunal. A construção discursiva da violência: o caso do Rio de Janeiro. **Revista Comunicação & Política**, Rio de Janeiro: Ed. Cebela, ano 1, n. 2, p. 109-140, dez. 1994/mar. 1995.

FAUSTO NETO, Antônio; WOLFART, Graziela. A mediatização produz mais incompletudes do que as completudes pretendidas, e é bom que seja assim. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos – IUH on-line**, ano IX, n. 289, 13 abr. 2009, Disponível em: <<https://goo.gl/NfK5m7>> . Acesso em: 3 ago 2017.

FAUSTO, NETO. As bordas da circulação... **Alceu – Revista de Comunicação, Cultura e Política**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 55-69, jan./jun. 2010.

FEDERAÇÃO dos Professores do Estado de São Paulo. A imprensa trata a educação como ela merece? **Instituto de Estudos Socioeconômicos**, 17 jul. 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/weqapB>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

FREIRE, Marcelo. Do armazém à Amazon: uma proposta de tipologia das revistas digitais através dos gêneros jornalísticos. In: NATANSOHN, Graciela (Org.). **Jornalismo de revista em redes digitais**. Salvador: Edufba, 2013. p. 29-58.

FUNDAÇÃO VITOR CIVITA. **Nossas ações**. 3 ago. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/GjCQQT>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

GLASS, Verena. Aos 10 anos, Caros Amigos continua ícone do jornalismo progressista. **Carta Maior**, 23 abr. 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/cSUfSh>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

GOERGEN, Pedro. A comunicação nas faculdades de educação. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação e educação: caminhos cruzados**. São Paulo: Loyola, 1986. p. 155-167.

GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Petrópolis: Vozes, 2012.

GOMES, Denise Cristina Ayres. Quem fala, quem cala: representatividade das fontes no discurso jornalístico sobre a loucura. In: CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves; ATAÍDE, Joanita Mota; PINHEIRO, Roseane Arcanjo Araújo. **Desafios da pesquisa em jornalismo**. São Luiz: Edufma, 2011. p. 195-212.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016. p. 309-341.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 387-403.

HERSCOVITZ, Heloisa Golbspan. **Análise de conteúdo em jornalismo**. In: LAGO, C. e BENETTI, M. Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 123-143.

KARAM, Francisco José. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação e educação: caminhos cruzados**. São Paulo: Loyola, 1986.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro, Record. 2005b.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005a.

LORENZ, Mirko. Personalização: análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: sete características que marcam a diferença**. Covilhã (Portugal): Labcom. 2014. p. 137-158.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas (SP): Pontes, 1997.

MAGALHÃES, Eleonora de; ALBUQUERQUE, Afonso de. Jornalistas sem jornal: a “blogosfera progressista” no Brasil. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 23., 2014, Belém. **Anais...**, Belém, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/1gU8wT>> Acesso em: 8 ago. 2017.

MARIZ, Cândida Lemos França. Contratos de leitura: um estudo da especificidade do discurso dos meios de comunicação impressos. **Revista Científica do Centro Universitário de Araras Dr. Edmundo Ulson**, Araras (SP), v. 2, n. 1, p. 43-54, 2008.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no Jornalismo Brasileiro**. 2. ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 1994.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2004.

MEDITSCH, Eduardo. SCWAAB, Reges. Jornalismo. In: CITELLI, Adilson et al. **Dicionário de Comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014. p. 283-288.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; SIMÕES, Paula Guimarães. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 27, n. 79, p. 187-201, jun. 2012.

MELO, Savana Diniz Gomes; DUARTE, Adriana. Políticas para o ensino médio no Brasil: perspectivas para a universalização. **Caderno do Centro de Estudos Educação e Sociedade**, Campinas (SP): Unicamp, v. 31, n. 84, p. 231-251, maio/ago. 2011.

MIELNICZUK, Luciana. Sintonizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calanda, 2003. p. 37-54.

MOTTA, Vânia Cardoso da; FRIGOTTO, Gaudêncio. Por que a urgência da reforma do Ensino Médio? Medida Provisória nº 746/2016 (Lei nº 13.415/2017). **Revista Educação e Sociedade**, Campinas (SP): Unicamp, v. 38, n. 139, p. 355-372, abr./jun. 2017. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/es/v38n139/1678-4626-es-38-139-00355.pdf>>. Acesso em: 19 dez. 2017.

NATANSOHN, Graciela et al. Revistas on-line: do papel às telinhas. In: NATANSOHN, Graciela (Org.). **Jornalismo de revista em redes digitais**. Salvador: Edufba, 2013. p. 11-28.

OLIVEIRA, Romualdo Portela de. A transformação da educação em mercadoria no Brasil. **Revista Educação e Sociedade**. Campinas (SP): Unicamp, v. 30, n. 108, p. 739-760, out. 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v30n108/a0630108.pdf>>. Acesso em: 19 dez. 2017.

PÁDUA, Gesner Duarte. A revista Veja e o processo de redemocratização do Brasil: uma perspectiva histórica. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 9., 2013, Ouro Preto (MG). **Anais...** Ouro Preto (MG), 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/a-revista-veja-e-o-processo-de-redemocratizacao-do-brasil-uma-perspectiva-historica>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

PAVLIK, JOHN. Ubiquidade: o sétimo princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: sete características que marcam a diferença**. Covilhã (Portugal): Labcom, 2014. p. 159-183.

PLURAL Indústria Gráfica. **Informativos técnicos**. Maio 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/z7Jtbn>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

PODER EXECUTIVO. Proposta de Emenda à Constituição 287/2016. Altera os arts. 37, 40, 109, 149, 167, 195, 201 e 203 da Constituição, para dispor sobre a seguridade social, estabelece regras de transição e dá outras providências. Disponível em: <<https://goo.gl/UZgp6Q>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: Educ Fapesp, 2013.

QUERÉ, Louis. A dupla vida do acontecimento: por um realismo pragmatista. In: FRANÇA, Vera; OLIVEIRA, Luciana (Orgs.). **Acontecimento: reverberações**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012. p. 21-38.

QUEROL, Ricardo de. Zygmunt Bauman: “As redes sociais são uma armadilha”. **El País**, 9 jan. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/Bd3hXQ>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

REVISTA COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO. Mino, jornalista de opinião (entrevista). São Paulo, n. 23, jan/abril 2002, p. 91-90. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37018>>. Acesso em: 14 nov. 2017

RODRIGUES, Adriano Duarte. O que são afinal os media. In: BRUCK, Mozahir Salomão. OLIVEIRA, Max Emiliano.(Orgs.). **Atividade comunicacional em ambientes midiáticos: reflexões sobre a obra de Adriano Duarte Rodrigues**. São Paulo: Intermeios, 2016. p. 175-185.

ROTHEN, José Carlos et al. A divulgação da avaliação da educação na imprensa escrita: 1995-2010. **Avaliação – Revista de Avaliação da Educação Superior**, Campinas; Sorocaba (SP), v. 20, n. 3, p. 643-664, nov. 2015.

SALAVERRÍA, Ramón. Redacción periodística em internet. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra (Eusa), 2006.

SANTOS, Marli dos; CAPRINO, Mônica Pegurer. Revistas: desafios pedagógicos do ensino

do Jornalismo. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 1, n. 1, p. 87-105, abr./jul. 2007.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

SCHMITZ, Aldo Antônio. **Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.

SCOLARI, Carlos. Emagazines: la evolución de las interfaces informativas. In: NATANSOHN, Graciela (Org.). **Jornalismo de revista em redes digitais**. Salvador: Edufba, 2013. p. 191-208.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os critérios jornalísticos: proposta de novos critérios de classificação**. Covilhã (Portugal): Labcom Books, 2009.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: nota sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos: as “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos *media* jornalísticos**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1999.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó (SC): Letras Contemporâneas, 2002.

TELLES, Helcimara. A Direita vai às ruas: o antipetismo, a corrupção e democracia nos protestos antigoverno. **Revista Ponto e Vírgula**, São Paulo, n. 19, p. 97-125, jan./jun. 2016.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCMAN, Gaye. As notícias como uma realidade construída. In: ESTEVES, João Pissarra. **Comunicação e sociedade: os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa**. Lisboa: Livros Horizonte, 2002. p. 91-104.

UNIÃO Brasileira dos Estudantes Secundaristas. **UBES divulga lista de escolas ocupadas e pautas das mobilizações**. 11 out. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/YHJWih>>. Acesso em: 21 jun. 2017.

VEJA. In: VELASQUEZ, Muza Clara Chaves; KUSHNIR Beatriz. **Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC)**, da Escola de Ciências Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Disponível em <goo.gl/DgQwod>. Acesso em: 13 nov. 17.

VÉRON, Eliseu. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo (RS): Unisinos, 2004.

WEBER, Max. **Conceitos básicos de sociologia**. Tradução de Rubens Eduardo Ferreira Frias e Gerard Georges Delaunay. São Paulo: Centauro, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 10. ed. Lisboa: Presença, 2009.

ANEXO A – Comparación entre diarios y revistas (impresos y en línea) (SCOLARI, 2013)

	Diarios impresos	Revistas impresas	Diarios web	Revistas web
Frecuencia	Diaria	No-diaria (semanal, mensual, etc.)	Flujo continuo de información Portalización	Flujo continuo de información Portalización
Estructura información	Secciones temáticas	Secciones temáticas	Secciones temáticas Eje temporal	Secciones temáticas Eje temporal
Contenido	Generalista (+) Especializado (-)	Generalista (-) Especializado (+)	Generalista (+) Especializado (-)	Generalista (-) Especializado (+)
Financiación	Gratis (-) Publicidad (+) Venta (+)	Gratis (-) Publicidad (+) Venta (+)	Gratis (+) Publicidad (-) Venta (-)	Gratis (+) Publicidad (-) Venta (-)
Producción	Profesionales	Profesionales (+) Amateurs (fanzines) (-)	Profesionales (+) Amateurs (periodismo 3.0) (-)	Profesionales (+) Amateurs (periodismo 3.0) (-)
Distribución	Canales específicos (kioscos) y no específicos (supermercados, etc.)	Canales específicos (kioscos) y no específicos (supermercados, etc.)	Red digital Sitio web	Red digital Sitio web
Consumo	Ubicuo	Ubicuo	Fijo (PC) Ubicuo (notebooks, netbooks, etc.)	Fijo (PC) Ubicuo (notebooks, netbooks, etc.)
Texto	Información (+) Opinión (-)	Información (-) Opinión (+)	Información (+) Opinión (-)	Información (-) Opinión (+)
Web 2.0	-	-	Bloguización Contenidos generados por usuarios	Bloguización Contenidos generados por usuarios

APÊNDICE A – Quadro de matérias e fontes dos sites das revistas *Caros Amigos* e *Veja* sobre a Reforma do Ensino Médio

CAROS AMIGOS			
Título	Fonte⁷⁵	Nº de vezes que a fonte foi chamada a falar⁷⁶	Posição da fonte sobre a reforma (nas falas analisadas)
"A reforma é uma imposição", diz estudante sobre reformulação do ensino médio ⁷⁷	1) Governo Federal <O> ⁷⁸ {I} ⁷⁹	1	Favorável
	2) Ministro da Educação, Mendonça Filho <O> {I}	1	Favorável
	3) Coordenador-geral da Campanha Nacional pelo Direito à Educação, Daniel Cara <I> {D}	1	Contrária
	4) Professora da Faculdade de Educação da Universidade de Brasília (UnB), Edileuza Fernandes da Silva <Esp> {D/I}	2	Contrária
	5) Movimento Nacional em Defesa do Ensino Médio <I> {D/I}	2	Contrária
	6) Integrante da direção colegiada de grêmio estudantil em Brasília, estudante Francisco Franco <I> {D/I}	3	Contrária
	7) Pedagogo Alexandre Varela <P> {D/I}	3	Contrária

⁷⁵

O uso do Projeto de Lei (PL) n° 6840/2013, que deu origem à MP; e, principalmente, da própria MP n° 746/2016 como fontes não foram contabilizadas por serem recorrente em praticamente todas as matérias.

⁷⁶ Para a contagem do número de vezes que uma fonte foi chamada a falar, considerou-se como uma nova citação o trecho presente em outro parágrafo, já que o conceito de “parágrafo” é, justamente, uma unidade de texto que forma sentido completo.

⁷⁷ O Ministério da Educação foi chamado a se pronunciar nessa matéria, mas não o fez. Apesar de a ausência da fala gerar um sentido à matéria, optou-se por não considerá-la na somatória dos dados, já que a categorização poderia gerar algum tipo de prejulgamento sobre o papel da fonte naquele contexto.

⁷⁸ As letras disponibilizadas entre os sinais < > informam sobre a tipificação da fonte segundo Schmitz (2011) já explicitada neste trabalho: <O> Oficial; <I> Institucional (ONGs); <P> Popular; <R> Referência; <Emp> Empresarial; <Esp> Especializada; <N> Notável; <T> Testemunhal.

⁷⁹ As letras disponibilizadas entre os sinais { } informam se a fonte aparece em citação direta {D}, indireta {I} ou em ambas {D/I}.

CAROS AMIGOS			
Título	Fonte⁷⁵	Nº de vezes que a fonte foi chamada a falar⁷⁶	Posição da fonte sobre a reforma (nas falas analisadas)
MP da Educação reduz disciplinas obrigatórias e aumenta carga horária no Ensino Médio	1) Movimento Nacional pelo Ensino Médio <I> {D/I}	3	Contrária
Reforma educacional de Temer é sinônimo de privatizações e precarização	1) Coordenador-geral da Campanha Nacional pelo Direito à Educação, Daniel Cara <I> {D/I}	5	Contrária
	2) Ministério da Educação (MEC) <O> {I}	1	Neutra (Informativa)
	3) Coordenador da Educação de Jovens e Adultos da Ação Educativa, Roberto Catteli <I> {D/I}	3	Contrária
Estudantes protestam em SP e Brasília contra reforma do ensino médio imposta por Temer	1) Estudantes <I> {D}	1	Contrária
	2) Polícia Militar <O> {I}	1	Neutra (informativa)
	3) Participante do protesto, secundarista de uma escola da zona norte da capital paulista Alan Queiroz, de 16 anos <P> {D}	3	Contrária
	4) Lilith Cristina de Passos Moreira, 16 anos <P> {D/I}	2	Contrária
	5) Estudantes e professores da capital federal <P> {I}	1	Contrária
	6) Estudante Camila Rodrigues <P> {D}	1	Contrária
PSol pede ao Supremo a suspensão da MP da reforma do Ensino Médio	1) Psol <I> {D/I}	6	Contrária
	2) Advogado André Maimoni, que elaborou o conteúdo da ação <I> {D/I}	1	Contrária
	3) Sindicato Nacional dos Docentes das Instituições de Ensino Superior (Andes-SN) <I> {D}	1	Contrária
Comissão aprova MP	1) Parlamentares <O> {I}	1	Contrária

CAROS AMIGOS			
Título	Fonte⁷⁵	Nº de vezes que a fonte foi chamada a falar⁷⁶	Posição da fonte sobre a reforma (nas falas analisadas)
do Ensino Médio	2) Deputada Maria do Rosário (PT-RS) <O> {I}	1	Contrária
	3) Parlamentares da base aliada ao governo de Michel Temer <O> {I}	1	Favorável
	4) Senador Pedro Chaves (PSC-MS) <O> {I}	1	Neutra (busca o equilíbrio)
	5) Ministério da Educação <O> {I}	1	Neutra (Informativa)
Reforma do ensino médio: votação da Câmara reforça caráter privatista da MP	1) Secretário de assuntos educacionais da Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação (CNTE), Heleno Araújo <I> {D/I}	5	Contrária
	2) Autor do projeto que institui o Escola sem Partido na Câmara, Rogério Marinho (PSDB-RN), <O> {D}	1	Favorável
	3) Deputado Chico Alencar (Psol-RJ) <O> {D}	1	Contrária
Propaganda esconde defeitos da reforma do Ensino Médio	1) Professor e sociólogo Cesar Callegari, diretor da Faculdade Sesi de Educação, membro do Conselho Nacional de Educação, presidente da Comissão de Elaboração da Base Nacional Curricular Comum (BNCC) e Relator da Comissão de Formação de Professores, dentro do CNE <I> {D/I}	9	Contrária
	2) Governo <O> {I}	1	Favorável
A sombra do retrocesso sobre o ensino médio	1) Compôs a Secretaria Municipal de Educação do Governo Erundina (89/92), professora da Faculdade de Educação USP, Sônia Kruppa <Esp> {D/I}	4	Contrária
	2) Presidente da União Brasileira de Estudantes Secundaristas (Ubes), Camila Lannes <I> {D/I}	3	Contrária
	3) Ministério da Educação <O> {I}	1	Neutra (Informativa)

CAROS AMIGOS			
Título	Fonte⁷⁵	Nº de vezes que a fonte foi chamada a falar⁷⁶	Posição da fonte sobre a reforma (nas falas analisadas)
	4) Roberto Catelli – coordenador da Unidade de Educação de Jovens e Adultos da Ação Afirmativa <I> {D/I}	1	Contrária

VEJA			
Título	Fonte	Nº de vezes que a fonte foi chamada a falar	Posição da fonte sobre a reforma (nas falas analisadas)
Medida provisória vai reformar o ensino médio	1) Ministro da Educação Mendonça Filho <O> {D/I}	6	Favorável
	2) Fontes ouvidas pelo jornal O Estado de SP <T>{I}	1	Neutra
	3) Ministério da Educação (MEC) <O> {D}	1	Favorável
Brasil terá novo ensino médio	1) Presidente do Instituto de Co-responsabilidade pela Educação (ICE), Marcos Magalhães <I> {D}	1	Favorável
A nova cor do ensino médio ⁸⁰	1) Família Neves <P> {I}	1	Favorável
	2) Economista e articulista de VEJA, Claudio de Moura Castro <Esp> {D}	1	Favorável
	3) Prêmio Nobel de Física, americano Richard Feynman <Esp> {D}	1	Favorável
	4) Secretária executiva do Ministério da Educação, Maria Helena Guimarães <O> {D}	1	Favorável

⁸⁰ Essa é a única matéria na qual a revista explicita que o texto do *site* é um extrato do texto da edição impressa. O parágrafo que segue está disponível ao final da matéria. “Para ler a reportagem na íntegra, compre a edição desta semana de VEJA no iOS, Android ou nas bancas. E aproveite: todas as edições de VEJA Digital por 1 mês grátis no *iba clube*”.

VEJA			
Título	Fonte	Nº de vezes que a fonte foi chamada a falar	Posição da fonte sobre a reforma (nas falas analisadas)
‘Reformular ensino médio por MP é pouco democrático’	1) Nota do MPF, assinada pelo grupo de trabalho da procuradoria especializado em Educação <O> {D/I}	1	Contrária
	2) Secretaria de Educação Básica do MEC <O> {I}	1	Neutra (Informativa)
	3) MEC <O> {I}	1	Neutra (Informativa)
MEC vai publicar detalhes da reforma do ensino médio nesta semana	1) Fontes ligadas ao MEC <T> {I}	1	Neutra (Informativa)
	2) MEC <O> {I}	1	Neutra (Informativa)
Ensino médio: Português, Matemática e Inglês serão obrigatórios	1) Secretaria de Educação Básica do Ministério da Educação (MEC) <O> {D/I}	1	Neutra (Informativa)
	2) Relator da reforma do ensino médio na Câmara, deputado Wilson Filho (PTB-PB) <O> {D/I}	1	Favorável
	3) Ministro da Educação Mendonça Filho <O> {D/I}	1	Neutra (Informativa)
	4) Presidente Michel Temer <O> {D/I}	2	Favorável
Reforma do ensino médio deve ser aprovada com folga, diz ministro	1) Ministro da Educação Mendonça Filho <O> {D/I}	4	Favorável
	2) Parecer do senador Pedro Chaves <R> {I}	1	Favorável
Câmara aprova texto-base da reforma do ensino médio	1) Presidente da Câmara, Rodrigo Maia (DEM-RJ) <O> {I}	2	Neutra (Informativa)
	2) Deputada Alice Portugal (PcdoB-BA) <O> {I}	1	Contrária
	3) Presidente da comissão mista que analisou a matéria, deputado Izalci Lucas (PSDB-DF) <O> {D/I}	1	Favorável
	4) Fundadora e presidente executiva do movimento Todos Pela Educação Priscila Cruz <I> {D/I}	2	Favorável
Reforma do ensino	1) Procurador-geral da República, Rodrigo Janot <O> {D/I}	8	Contrária

VEJA			
Título	Fonte	Nº de vezes que a fonte foi chamada a falar	Posição da fonte sobre a reforma (nas falas analisadas)
médio é inconstitucional, diz Janot	2) Psol <I> {D/I}	1	Contrária
Senado aprova MP que reforma o Ensino Médio	1) Ministro da Educação Mendonça Filho <O> {D/I}	3	Favorável
Reforma do ensino médio deve começar a valer só em 2020	1) Diretora da Federação Nacional das Escolas Particulares (Fenep), Amábile Pacios <I> {D/I}	2	Neutra
	2) Amâncio {D/I} (a fonte sobre as escolas públicas porém, aparentemente por um erro, a matéria não traz o nome completo, cargo e a que instituição que representa)	2	Neutra
MEC gastou quase 300 mil reais em campanha com youtubers	1) Folha de SP <R> {I}	1	Neutra
	2) MEC <O> {D/I}	4	Favorável
	3) Vídeo do canal “Você Sabia?” do youtuber Lukas Marques <R> {I}	1	Favorável
MEC pagou youtubers para defender Novo Ensino Médio, diz jornal	1) Folha de SP <R> {I}	1	Neutra
	2) Vídeo do canal “Você Sabia?” do youtuber Lukas Marques <R> {D/I}	2	Favorável
Youtuber explica por que não fez campanha do novo Ensino Médio ⁸¹	1) Felipe Melo <N> {D/I}	1	Neutra
	2) Vídeo do canal “Você sabia?” do youtuber Lukas Marques <R> {I}	1	Neutra
	3) Lukas Marques <N> {D/I}	1	Neutra

⁸¹ O Ministério da Educação foi chamado a se pronunciar nessa matéria, mas não o fez. O mesmo posicionamento foi adotado nesta matéria, ou seja, a fonte foi desconsiderada.

APÊNDICE B – Quadro Análise de conteúdo – Cobertura dos sites das revistas *Caros Amigos* e *Veja* sobre a Reforma do Ensino Médio

1. INFORMAÇÕES GERAIS								
Site:	<input type="checkbox"/> Caros Amigos	<input type="checkbox"/> Veja	Data:	Conteúdo próprio:	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
Jornalista:	Editoria:		<input type="checkbox"/> Cotidiano	<input type="checkbox"/> Educação	<input type="checkbox"/> Política		<input type="checkbox"/> Outra	
Título:								
Subtítulo:								
Nível de abordagem da matéria:	<input type="checkbox"/> Factual	<input type="checkbox"/> Contextual	<input type="checkbox"/> Avaliativa	<input type="checkbox"/> Propositiva				
Conotação da imagem:	<input type="checkbox"/> Protesto	<input type="checkbox"/> Sala de aula	<input type="checkbox"/> Personagem	<input type="checkbox"/> Não há	<input type="checkbox"/> Outro			
Legenda:								
Presença de algum dado complementar para embasar a matéria? (estatística / legislação etc)?			<input type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não			
Apresenta fontes com opiniões divergentes?			<input type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não			
2. A FONTE E SUAS FALAS								
2.1) Fonte:				Participação:	<input type="checkbox"/> Citação direta			<input type="checkbox"/> Citação indireta
Categoria:	<input type="checkbox"/> Empresarial	<input type="checkbox"/> Especializada	<input type="checkbox"/> Institucional	<input type="checkbox"/> Notável	<input type="checkbox"/> Oficial	<input type="checkbox"/> Popular	<input type="checkbox"/> Referência	<input type="checkbox"/> Testemunha
Conotação da fala:	<input type="checkbox"/> Favorável à reforma		<input type="checkbox"/> Contrária à reforma		<input type="checkbox"/> Neutra	<input type="checkbox"/> Outra		
Comentários e trechos importantes da fala:								
2. A FONTE E SUAS FALAS								
2.2) Fonte:				Participação:	<input type="checkbox"/> Citação direta			<input type="checkbox"/> Citação indireta
Categoria:	<input type="checkbox"/> Empresarial	<input type="checkbox"/> Especializada	<input type="checkbox"/> Institucional	<input type="checkbox"/> Notável	<input type="checkbox"/> Oficial	<input type="checkbox"/> Popular	<input type="checkbox"/> Referência	<input type="checkbox"/> Testemunha
Conotação da fala:	<input type="checkbox"/> Favorável à reforma		<input type="checkbox"/> Contrária à reforma		<input type="checkbox"/> Neutra	<input type="checkbox"/> Outra		
Comentários e trechos importantes da fala:								

