

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO
CCE – Coordenação Central de Extensão
Mídia, Tecnologia da Informação e Novas Práticas Educacionais
Prof^{as}: Rosália Duarte, Rita Leal, Ilana Eleá
Discente: Marcela Penna Carvalho
marcelapucrio@gmail.com
Resumo 04 - maio/ 2008.1
RESENHA CRÍTICA¹

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática.** SP: Paulus, 2006, p.45-86.

FILHO, Clóvis Barros, **Agenda Setting e Educação.** Comunicação e Educação (USP), São Paulo, v.1, p. 27-33, 1996.

Agenda Setting e Educação

Clóvis Barros Filho inicia seu texto dizendo que o sucesso da mídia-educação (ME) é a boa preparação do docente. O professor deve ficar atento porque o material levado para a sala de aula proveniente do rádio, TV ou impressos pode estar relacionado com os temas em discussão na agenda pública, com isso, pode estar sob o efeito da Agenda Setting.

O autor, então, define o que é Agenda Setting para poder dialogar com seu leitor: “É a hipótese segundo a qual a agenda temática dos meios de comunicação impõe os temas de discussão social. Em outras palavras: as pessoas, nas suas comunicações interpessoais, discutem prioritariamente sobre temas abordados pelos meios de comunicação” (Filho, 1996, p. 27)

Um caso que pode exemplificar tal hipótese é o recente assassinato da menina Isabella Nardoni. Praticamente todos os brasileiros souberam deste fato, de acordo com uma pesquisa realizada pela CNT/Sensus e publicada em uma matéria no dia 24 de abril de 2008 na versão online do jornal O Globo:

Caso Isabella é de conhecimento de 98,2%

A pesquisa indica ainda que 98,2% da população brasileira tem conhecimento do assassinato da menina Isabella Nardoni, ocorrido no final de março. Apenas 1,2% afirmaram desconhecer o episódio, contra 0,7% que não soube ou não quis responder. Segundo Ricardo Guedes,

¹ O texto se configura como parte da quarta atividade proposta aos alunos no curso de Especialização em **Mídia, Tecnologia da Informação e Novas Práticas Educacionais**, turma 2008.1.

pesquisador do Instituto Sensus, esse foi o maior índice de conhecimento sobre algum assunto já registrado na série de pesquisas CNT/Sensus, iniciada em 1998.

(...) A pesquisa CNT/Sensus foi realizada entre 21 e 25 de abril e entrevistou 2.000 pessoas em 136 municípios de 24 estados do país, em todas as cinco regiões. A margem de erro é de três pontos percentuais. (disponível em:

http://oglobo.globo.com/pais/mat/2008/04/28/cnt_sensus_aprovacao_do_governo_ultrapassa_indice_de_2003_50_4_aprovam_nova_candidatura_de_lula-427092963.asp)

Assassinatos de crianças não são comuns nos assuntos do dia-a-dia da população, mas se tornaram temas constantes nestes últimos meses em função do efeito Agenda Setting. Em contrapartida, alguns temas publicáveis deixam de ser veiculados em função de outros - como as horas e horas ao vivo dedicadas à reconstituição do crime contra Isabella, que em algumas TVs, como foi o caso da Bandeirantes, fizeram com que o âncora José Luiz Daneta estivesse presente no estúdio na manhã do domingo do dia 27 de abril.

O autor também acredita que os meios de comunicação têm papel positivo na realidade social que se torna cada dia mais complexa. Para ele os MC “oferecem às pessoas um mínimo denominador comum de temas sobre os quais conversar” (idem, p. 28). Os sujeitos, independentes de suas profissões e seus principais interesses, sabem de temas comuns e podem se socializar.

Segundo Clóvis Barros Filho a mídia e a escola têm muito em comum: são espaços de socialização e aprendizado social. Ambas devem procurar uma relação direcionada e combinada ao processo pedagógico em sala de aula. Os MC como produtos educativos dentro da escola devem ser direcionados para o desenvolvimento do espírito crítico em relação às mensagens veiculadas, para a percepção dos diferentes referenciais e incentivos a analisar opiniões e interpretações.

O autor se preocupa com o preparo do professor, já que este pode se deixar levar pelo senso comum e impor sua interpretação do que é a mídia e de suas funções. Desta forma, Clóvis Barros Filho descreve três principais problemas que devem ser evitados na aplicação da mídia-educação:

- Dizer que o que acontece nos jornais é a realidade é um equívoco. Deve ficar claro ao aluno que jornal não é totalmente objetivo em seu texto e nas

imagens. O jornalista e o jornal decidem o que será publicado, afetando diretamente as mensagens que serão veiculadas.

- O jornal não deve ser utilizado em sala de aula com o intuito de informar e sim aprender sobre o processo de comunicação. O professor deve esclarecer que o jornal acompanha um agendamento de assuntos e que estas escolhas podem deixar de fora acontecimentos relevantes.

- As informações veiculadas podem formar o senso comum. O aluno reproduz as opiniões que ouve em casa ou em sua classe escolar. O professor deve ter cautela para buscar a redução das diferenças sem prejudicar os dissemelhantes níveis de aprendizado.

Clóvis Barros Filho apresentou as dificuldades de se trabalhar com os MC em sala, mas quer apenas mostrar os problemas para os docentes não cometê-los. Com seu texto o autor quer incentivar e orientar os professores interessados em trabalhar com a ME.

BIBLIOGRAFIA

CASO ISABELLA É DE CONHECIMENTO DE 98,2%. Acesso em 10 de maio de 2008. Disponível em:

http://oglobo.globo.com/pais/mat/2008/04/28/cnt_sensus_aprovacao_do_governo_ultrapassa_indice_de_2003_50_4_aprovam_nova_candidatura_de_lula-427092963.asp

FILHO, Clóvis Barros, **Agenda Setting e Educação**. Comunicação e Educação (USP), São Paulo, v.1, p. 27-33, 1996.

A sociedade enfrenta sua mídia – Capítulos dois e três

No segundo capítulo, “**Das interações sociais aos processos críticos**”, Braga em seu livro “A sociedade enfrenta sua mídia” dá continuidade ao primeiro capítulo em que apresentou a idéia de um novo sistema à teoria da Comunicação, o que ele chama de Sistema de Resposta.

Ele inicia sua argumentação dizendo “*a parte dinâmica* deste sistema de resposta é composta por processos e dispositivos sociais que podem ser reunidos sob a rubrica comum de ‘trabalhos críticos’ sobre produtos midiáticos.”(Braga, 2006, p. 45)

Braga quer caracterizar processos críticos e destaca que para um processo ser crítico deve atender a alguns requisitos tais como:

- a) é crítico quando muda a estrutura existente;
- b) quando dota as pessoas de maior discernimento; capacidade de analisar e dar sugestões e opiniões.

Braga também define processos críticos como processos de interpretação dos produtos midiáticos de forma consciente de suas implicações. Sua análise busca refletir e estudar processos críticos com conotação abrangente, não se destinando apenas a reinterpretar os trabalhos analíticos realizados por intelectuais e pesquisadores.

A autor, então, propõe ir “além dos objetivos de análise, de busca de conhecimento, de desvendamento das lógicas de um produto (ou gênero de um processo)” (idem, p. 47). Ele pretende que o trabalho crítico das práticas midiáticas exerça uma “função geral de desenvolvimento de competências de interação na sociedade, no que se refere aos materiais e processos midiáticos que esta sociedade gera, faz circular e usa para os mais diferentes propósitos.” (idem, ibidem).

O estudioso critica a academia afirmando que seus pesquisadores estudam conceitos já propostos e não pensam em algo novo baseado na observação. Já a crítica jornalística julga sob critérios pessoais e o que ele quer, na verdade, é

competência de seleção e interpretação da mídia para um debate social sobre a mídia.

Braga lembra de uma constante análise: A mídia é acusada de ser a responsável pela desmontagem da esfera pública do debate democrático. No entanto, o autor afirma que se há esta crítica, ela deveria ser feita *através* dos processos midiáticos para o debate ser produtivo e aberto sobre as questões que envolvem a sociedade. Portanto, a hipótese da “esfera pública midiática” deve ter como pré-condição um sistema que seja auto-reflexivo, que o ângulo do olhar das análises esteja inscrito na sociedade.

O autor volta a criticar a academia por suas reflexões sobre a mídia serem “gerais”. “Esta crítica, muito voltada para a observação dos efeitos sociais *do meio*, que não se preocupa muito com as estruturas específicas deste ou daquele produto.” (idem, p. 58)

Na seqüência, a análise jornalística é avaliada por Braga como dependente da lógica dominante, onde o critério é o aumento audiência. “Seu esforço interpretativo é desenvolvido, sobretudo, em torno do critério básico de ‘atrair ou não o público’, tendendo assim a funcionar como correia de transmissão dos interesses midiáticos empresariais, no sentido da ‘divulgação’”. (idem, p. 58, 59)

Uma crítica também existente é a que surge na própria sociedade. Alguns setores sociais lutam por melhoras na qualidade dos produtos midiáticos. Buscam formas de tornar os meios de comunicação transmissores de conhecimento, educação e esclarecimento dos direitos e deveres do cidadão. Porém, para Braga, “esse direcionamento crítico – o mais concreto e socialmente voltado para incidências sociais defendidas como relevantes – raramente dispõe de instrumentos adequados a algum tipo de efetivação” (idem, p. 59). O autor afirma que não está se referindo a “instrumentos legais ou políticos, e sim a instrumentos expressivos, socialmente percebidos como legítimos para produzir resultados (no sentido de ‘fazer coisas com palavras’)” (idem, *ibidem*).

Braga parte da percepção que os usuários dos MC não são passivos, que o receptor resiste. Mas o que o preocupa é se as interpretações que este faz são as melhores, o que ele faz a partir delas e, principalmente, com a necessidade de

“ensinar o usuário” a dialogar com os meios. “Isso arriscaria levar os usuários em geral a interpretações feitas pelos setores intelectualmente desenvolvidos da sociedade - com a pretensão de serem as mais verdadeiras (o que seria uma contradição com a premissa do ‘receptor ativo’)” (idem, p. 61 – 62).

O estudioso explicita três questões para o desenvolvimento crítico da interação do usuário com a mídia:

- a) “como as pessoas *selecionam* (em um dado meio) os produtos de que serão usuários;
- b) a questão das *competências interpretativas*;
- c) o que é necessário para que os usuários desenvolvam *autonomia interpretativa*.” (idem, p. 62)

Braga ressalta linhas de pesquisas reflexivas, como a *media education* (ME), que qualifica o usuário para interagir e “fazer boas ‘edições’ sobre a profusão de materiais informativos, estéticos e de entretenimento” (idem, ibidem) atendendo às suas expectativas.

É com esse receptor – que pode ser potencialmente formado pela ME - que Braga sonha. Indivíduos que não estejam restritos a academia, com senso crítico, dotados de autonomia crítica. Que não apenas entendam um produto midiático, mas também tenham capacidade de relacioná-lo com outros produtos, analisando-o contextualmente.

O autor acredita que o fluxo de interpretações deve ser intenso entre as dinâmicas críticas da sociedade e os processo de recepção, já que a autonomia crítica se faz quando se conhece todos os âmbitos do processo em questão. E a disponibilidade da crítica deveria se expandir para circular em todos os lugares para que os usuários trocassem informações e opiniões entre si.

José Luiz Braga em seu livro “A sociedade enfrenta sua mídia” explica em seu terceiro capítulo, “**Investigação exploratória: objetivos e parâmetros**”, como e porquê analisar exemplos de crítica de mídia vindos da sociedade e descreve três potencias ângulos de estudo:

- a) *“observar e sistematizar lógicas de processo crítico-interpretativo sobre a mídia que se manifestam no sistema social de interação midiática (sistema de resposta)*
- b) *desenvolver, com base no conhecimento empírico assim obtido, a construção do conceito de “sistema de resposta” enquanto âmbito constituído pelos dispositivos críticos aí elaborados;*
- c) *a partir de inferências sobre o estado das coisas, no que se refere aos processos crítico-intepretativos encontrados e suas lógicas, elaborar reflexões praxiológicas sobre o sistema de resposta e os dispositivos, apresentando propostas preliminares para uma crítica da crítica”. (idem, p. 69 – 70)*

Os objetivos acima descritos direcionaram as seleções e o tratamento dado por Braga ao material escolhido para compor os estudos de caso, que integram a Parte II do livro “A sociedade enfrenta sua mídia”.

Braga acredita na importância da análise dos estudos de caso porque é necessário, antes de teorizar “abstratamente” sobre o sistema de resposta, observar a ampliação do conhecimento sobre processos midiáticos. Foram escolhidas algumas “críticas” e “falas” da sociedade, já que é prematuro analisar toda a abrangência de processos em circulação.

Há múltiplos modos de análise crítica, como debates em TV e rádio; críticas de cinema, literatura, teatro, música; colunas de jornal; a mídia-educação, entre outros. Todas estas formas têm objetivos tais como questões políticas, de cidadania; processos educativos; preocupação com a ética e a moral, enfim, as críticas buscam assumir o papel reflexivo sobre a própria sociedade.

Dentre os possíveis objetos, Braga se concentrou numa amostragem *representativa*, que abordasse materiais acessíveis ao seu leitor, como é o caso dos *sites* “Observatório da Imprensa” e “Ética na TV”, das “Cartas de leitores em jornal diário” e do livro do jornalista Ricardo Noblat lançado nesta década “A arte de fazer um jornal diário”.

Braga expõe alguns parâmetros por ele utilizados, como a análise do ponto de vista do crítico, que pode ser um indicador que relacione o crítico de seu objeto. Há também os objetivos e motivações de uma crítica, que podem ter vários pontos de partida, como posições partidárias, ter relação com a cultura e o multiculturalismo, ou nascer de reivindicações contra algum possível regime existente. Por último, mas não menos importante, o autor citou o interlocutor, aquele que lê, ouve ou vê a crítica.

O autor procura trabalhar cada caso a partir de sua especificidade, consciente que são partes de um processo maior e que poderiam ser categorizados de formas distintas. Assim, Braga prepara o leitor para os próximos capítulos.

O que José Luiz Braga pretende é conscientizar a academia, pressupondo que grande parte dos seus leitores fazem parte dela, que seu trabalho, por vezes, é equivocado quando busca um olhar fora da sociedade e que seja extramidiático, quando o ângulo deveria estar inscrito no social. Braga quer comprovar a existência de seres sociais com senso crítico, dotados de autonomia crítica, afirmando que os receptores não são completamente passivos, que eles interagem com os produtos midiáticos. O que preocupa Braga é como esse usuário interpreta a multiplicidade de informações que recebe.

O autor apresenta também os estudos de caso, que são as maneiras encontradas pela sociedade para fazer a crítica sobre a sua mídia. Ele escolheu algumas críticas, que podemos chamar de falas da sociedade, por representarem sua opinião e pensamento em um dado momento.

BIBLIOGRAFIA

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática**. SP: Paulus, 2006, p.45-86.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.