



Os números na notícia

OLÍVIA BULLA

Universidade de São Paulo (USP) – oliviabulla@gmail.com

Jornalista especializada em Economia, Mestre em Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) e pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT).

Resumo

O presente artigo propõe apresentar a forma como os números são usados para sustentar um discurso na notícia, a partir da percepção de que a quantificação da informação através desse recurso ajuda a construir a versão que se quer do fato. O referencial teórico parte do binômio Comunicação e Trabalho, que permite compreender como os processos produtivos do Jornalismo permitem, e até incentivam, ao jornalista usar os números na interpretação dos fatos sociais. A partir da análise de reportagens publicadas no jornal *O Estado de S. Paulo* sobre as manifestações de Junho de 2013 e também durante a Copa do Mundo de 2014, a pesquisa relaciona os conceitos de linguagem e confronta-os com a fala dos jornalistas, autores das matérias, mostrando a naturalização que se faz de todo o processo de produção da notícia. Ao final, o estudo mostra como os números são usados para simular um sentido de verdade no texto jornalístico, servindo como argumento para construção da objetividade.

Palavras-chave

Números, Jornalismo, Notícia, Objetividade, Trabalho.

Abstract

This article aims to present how the numbers are used to sustain a speech in the news, from the perception that the quantification of information through this feature helps build a version about the fact. The theoretical is based on the binomial Communication and Labor, which provides insight into how the processes of Journalism allow, and even encourage, the journalist to use the numbers in the interpretation of social facts. From the analysis of articles published in the newspaper *O Estado de S. Paulo* about protests in June 2013 and also during the World Cup in 2014 in Brazil, the survey lists the language concepts and confronts them with the speech of journalists, authors of the news, showing the naturalization that marks all the production process. Finally, the study shows how numbers are used to simulate a sense of truth in the news, serving as an argument for construction of objectivity.

Keywords

Numbers, Journalism, News, Objectivity, Labor.

Artigo recebido em 10 de outubro de 2015

Aprovado em 01 de dezembro de 2015

A proposta de pesquisar um objeto de estudo que se insere na própria experiência profissional é desafiadora, pois dificulta o distanciamento crítico em relação ao problema. Ao mesmo tempo, permitiu realizar um trabalho científico capaz de libertar os anseios que surgem em meio às mudanças no modo de organização do trabalho.

Diante da necessidade de esquivar-se de uma reiteração *naïve* dos interesses particulares, buscou-se um passo importante no sentido de aprofundar os estudos no debate sobre linguagem e sentido em Comunicação. Tendo como objetivo analisar informações veiculadas pela imprensa com base em dados, no âmbito da produção da notícia, o presente artigo propõe mostrar que, no geral, os números – antes, portanto, das estatísticas – são usados para simular um sentido de verdade no texto jornalístico, servindo como argumento para a construção da objetividade.

As suspeitas são de que a quantificação da informação através dos números ajuda a construir a versão que se quer do fato com o consentimento dos processos produtivos do Jornalismo. Dessa maneira, considera-se o mundo do trabalho como mediação fundamental da comunicação, relacionando os conceitos de linguagem com a naturalização que se faz de todo o processo de produção da notícia.

Para elucidar os conceitos envolvidos no problema de pesquisa, o recorte se deu a partir de um *corpus* que consiste em matérias jornalísticas publicadas no jornal *O Estado de S. Paulo*, doravante *Estadão*, referentes às manifestações sociais contra o aumento da tarifa de transporte público em São Paulo, em junho de 2013, e seus desdobramentos. Posteriormente, julgamos necessário coletar uma segunda amostra, um ano depois, quando protestos foram retomados em meio à Copa do Mundo no Brasil.

Nesse sentido, esse material consiste na análise documental das matérias jornalísticas que captam a utilização dos números para retratar um fato importante da história política brasileira recente, uma vez que os protestos saíram do âmbito dos R\$ 0,20 e se transformaram em reivindicações dos mais diversos tipos e com importância até em esfera internacional. Tal recorte, associado ao material coletado em 2014, permite inferir como a opinião pública foi formada em torno do tema, deixando a pesquisa mais atualizada e completa no que tange a um fenômeno de política nacional.

No total, foram selecionadas 91 publicações, sendo todas as manchetes e editoriais sobre o assunto, mais reportagens – algumas com recursos gráficos e visuais.

O critério de seleção foi a recorrência no uso dos números no texto para a construção de um sentido. A escolha pelo jornal *Estadão* se deu pela facilidade para levantar o material empírico necessário, devido ao vínculo profissional em uma das empresas do grupo, à época.

A análise desse *corpus* completo, com duas amostras distintas, foi feita sob a ótica da presença do Outro e com um discurso clivado pelas ideologias. Essa avaliação foi confrontada com as observações das rotinas produtivas dos jornalistas, por meio de entrevistas com alguns dos autores que mais se repetem entre as reportagens selecionadas, o que permite entender como o produto jornalístico derivado dos números é tratado e como se dão as decisões que marcam o valor do número e sua representatividade no fato noticioso.

O estudo é contextualizado no paradigma materialista, que vê a razão como argumento para apreensão da realidade. Dentro dessa perspectiva, consideramos as obras do Círculo de Bakhtin, que pensam o sujeito em uma relação com o meio ao seu redor e seus discursos e que veem a linguagem como um processo de interação dialógica na corrente histórica dos discursos. A pesquisa insere-se nas investigações realizadas pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), cuja abordagem teórica destaca a centralidade do trabalho para os estudos de comunicação.

1. Fatos e Dados

A análise do *corpus* permitiu encontrar a materialidade do sentido dos números no discurso jornalístico, formulado com obediência às rotinas produtivas específicas. Considera-se que esse fato pode ser explicado a partir da busca nas teorias sociais, das influências e do contexto que dão significado cultural aos números, pois “a sociedade está acostumada a ouvir e repetir que os números não mentem jamais” (PULITI, 2013, p. 27).

Porém, esse consenso, em geral, é equivocado. A história por trás dos números pode revelar uma colossal falta de bom senso. Questionar essa “sabedoria convencional” com as perguntas corretas é o grande desafio.

Segundo Levitt (2007), os seres humanos reagem a incentivos e, com os dados certos, os números são capazes de contar a história que faz o mundo parecer menos complicado.

Quando se aprende a examinar os dados de forma correta, é possível explicar enigmas que do contrário pareceriam insolúveis, pois nada como o poder dos números para remover camadas e camadas de desconhecimento e contradições. (LEVITT, 2007, p. 14)

A abordagem do autor emprega ferramentas de análise que permitem acompanhar “toda e qualquer curiosidade excêntrica” (*ibid*), baseada no princípio de que a ciência da Economia é “um conjunto de ferramentas e não uma matéria em si” (*ibid*). Assim, o que se almeja é “deixar que os números falem a verdade” (*ibid*), sem favorecer lado algum. Já no Jornalismo, os números podem contar “inverdades”, pois a objetividade é o que se almeja, mas nunca se alcança.

Seife (2012) explica que “os cálculos provocam um curto-circuito no cérebro” (*ibid*, p. 12), tirando toda a capacidade crítica do cidadão. Isso ocorre porque, segundo o autor, “o mundo frio e cristalino dos algarismos nos oferece o que há de mais raro: a certeza absoluta” (*ibid*). Portanto, “não importa o quanto uma ideia seja inacreditável, os números podem lhe conferir credibilidade” (SEIFE, 2012, p. 12). Esses dois quesitos que o número carrega – objetividade e credibilidade – são fundamentais para o Jornalismo. Talvez por isso, a relação da Economia, numa visão abertamente econométrica, sintonizada com a Matemática, é que ajuda a construir a credibilidade dos números frente aos jornalistas.

Nas reflexões sobre a indústria cultural, no fim dos anos 1940, Adorno e Horkheimer destacavam a importância da linguagem matemática nas sociedades contemporâneas, dizendo que o procedimento matemático tornara-se o ritual do pensamento. Entre as razões, estaria a necessidade de simplificar os fatos, aliada à universalidade da linguagem numérica, vendo os números como códigos precisos.

Dentre as ciências sociais aplicadas e os fundamentos gerais da problemática teórica da Comunicação, o modelo de Shannon e Weaver, com a denominada Teoria Matemática da Informação, reflete uma preocupação apenas com a forma das mensagens a serem transmitidas – sem se preocupar com o conteúdo e o significado em si. Esse paradigma vê a comunicação apenas como sinônimo de troca de informações, de quaisquer tipos, e foi dominante por várias décadas.

Conforme Weaver (1980, *apud* Rüdiger, 2011), a teoria matemática é tão geral que não é preciso estabelecer quais são as espécies de símbolos em jogo: letras, palavras escritas e faladas, notas musicais, música sinfônica, pinturas e os números. Quaisquer desses símbolos são um recurso poderoso, capaz de fortalecer um discurso.

Porém, atualmente prevalece uma crítica a esse modelo informacional. Sob a perspectiva de Martín-Barbero, predomina o entendimento de que o campo de estudos da comunicação não pode ser compreendido como um mero campo de circulação de mensagens. Rüdiger (2011) explica que, nesse novo paradigma, “a comunicação é um processo dialógico e interativo, enquanto a informação, sim, seria um processo unidirecional e instrumental, em que o comunicador controla o receptor” (p. 27).

Trata-se, então, de uma reconstrução da tese de que a sociedade é constituída por relações concretas dadas no processo histórico e as pessoas, portanto, se relacionam tendo como materialidade os signos. Nesse sentido, a comunicação é um processo em que a estrutura simbólica é mediada pelo próprio contexto social objetivo e permeado pelas contradições e conflitos relativos ao momento histórico vivido.

Mas, como lembram Marx, Engels (2010), “as ideias da classe dominante são as ideias dominantes” (p. 113) e a comunicação se vê acorrentada à ordem social reinante, representando um conflito. Nesse embate, os representantes da cultura dominante impõem seus valores, desmotivando o diferente.

A partir da *análise de campo*, a ser apresentada a seguir, é possível mostrar como se dá essa articulação discursiva no texto jornalístico, considerando-se as escolhas profissionais no decorrer do processo de construção da notícia e a forma como são apresentadas ao público como informação noticiosa. Assim, os números são usados como argumento de objetividade, simulando um sentido de verdade e “torturando” os fatos, fazendo com que o receptor engula “inverdades”.

2. Manifestações e Copa

A chamada de capa do *Estadão* em 7 de junho de 2013, um dia após a primeira mobilização contra o aumento da tarifa no transporte público em São Paulo, é dividida entre uma notícia econômica e a que se refere ao protesto. No título e no texto, os números sobre a manifestação que “parou” a cidade de São Paulo são usados como

recursos para quantificar a informação, ao citar a presença “*de cerca de mil pessoas contra o aumento da passagem de ônibus e metrô de R\$ 3,00 para R\$ 3,20*” que “*parou o trânsito de algumas das principais vias*” da cidade “*no horário de pico*”.

Tratava-se, portanto, de um “protesto contra a tarifa” de transporte público protagonizado por número nem tão grande de pessoas, mas que cessou o direito das pessoas (e dos carros) de mover-se, bem na hora da volta para casa, e que acabara “*em depredação e caos em SP*”. Na linha fina da matéria daquele dia 7, o jornal dizia que os “*manifestantes fecharam avenidas, invadiram shoppings e deixaram rastros de destruição*”. Tal cenário criado buscava ainda qualificar os personagens, dizendo que “*pelo menos 50 pessoas ficaram feridas e 15 foram detidas*”. Ao lado, uma foto intitulada “*vandalismo*” na legenda.

Apenas nesse trecho inicial já é possível perceber o papel dado ao número na notícia, quantificando o total de manifestantes. Alguns são classificados como “*vândalos*”, que bloquearam o trânsito e provocaram confrontos com a polícia. Para o *Estadão*, o primeiro dia de protesto contra o aumento da tarifa de ônibus e metrô levou “*caos*” e “*depredação*” à cidade, causando um dos piores índices de congestionamento do ano. “*Às 19h, havia 160 km de lentidão – a média é 138 km*”, comparava o texto.

Já na versão dos jornalistas, as manifestações de junho de 2013 foram inusitadas e totalmente inesperadas, demandando dos profissionais um tipo de cobertura que, até então, não era foco do jornal. “*Junho foi algo completamente atípico, foi algo completamente diferente*”, conta Bruno Paes Manso, um dos mais experientes. Tal despreparo, porém, não se dava pelo ineditismo no fato em si, a saber os protestos do Movimento Passe Livre (MPL).

Manso lembra que os protestos do MPL já haviam ocorrido em gestões municipais anteriores, como a do ex-prefeito Gilberto Kassab, que também havia sido “*perseguido*”. “*Então não era uma novidade pra gente, em tese*”. “*Era um assunto que não costumava inclusive ser coberto pelo jornal*”, pois viam “*os ‘malas’ do MPL como um protesto a mais dentre as dezenas que acontecem na cidade*”.

Nessa apresentação inicial do relato do profissional, o primeiro a ser entrevistado, é possível aferir a linha editorial do *Estadão* ecoada na fala do jornalista. Nem o jornal nem seus empregados demonstravam interesse na cobertura das manifestações feitas pelos “*malas*” do MPL, que já haviam incomodado outros

prefeitos com a principal reivindicação do movimento, a tarifa zero. O assunto era algo que, “inclusive”, não era um assunto “coberto” pelo jornal, afirma o jornalista em uma recorrência semântica que “inclui” o sujeito pertencente ao jornal, à empresa, ao mesmo tempo que “exclui” aquele que também se sente assim na sociedade.

Nesse sentido, uma vez que a voz vinda das ruas era silenciada, os números na cobertura das manifestações ganham uma importância para dar “*dimensão, compor a matéria e contar a história*”. É o que observa Caio do Valle que fez a cobertura das manifestações de 2013 “na retaguarda”, direto da Redação. Ele lembra que aí “*existia um confronto de dados, né? Porque a polícia, às vezes, divulgava um número de participantes, e o Passe Livre, outro*”. Bruno Ribeiro, que cobriu nas ruas as manifestações de 2013 e de 2014 e concedeu a primeira entrevista para a pesquisa na redação do Estadão, na companhia de do Valle, emenda citando uma brincadeira entre os jornalistas, de que “*a Polícia pega o total e divide por dez e o MPL pega o total e multiplica por dez*”.

Portanto, a partir dos dados, o jornalista consegue reforçar certa leitura sobre o fato – no caso, dando à manifestação um tom de perturbação da ordem pública. Tom esse, aliás, que permeou toda a cobertura do jornal sobre o fenômeno social, construindo argumentos que apontavam os culpados – o MPL e o prefeito Fernando Haddad – e também um herói – a polícia. Ou seja, foi a ação da PM que fez o acontecimento tomar proporções.

Na narrativa descritiva pelos jornalistas de como foi o primeiro dia de cobertura da manifestação em São Paulo, após o aumento da tarifa de transporte público, nota-se, inicialmente, certo descaso por parte do veículo sobre tal fenômeno. Segundo os cinco profissionais entrevistados, no início de 2015, diante do histórico de “*quebra-quebra*” do MPL, os protestos de 2013 iam virar “*uma notinha pequena*” ou um “*colunão*” e só se transformaram em “*capa do caderno*” à medida que, já à noite, perto do horário de fechamento do jornal, a violência entre os manifestantes e a Polícia cresceu e os protestos invadiram as ruas, podendo “*parar*” a cidade.

Com o passar dos dias de protesto, em junho de 2013, o protagonista de tanta violência ficou evidenciado como sendo a Polícia – e não os manifestantes. Nesse embate, porém, o jornal silenciou e elegeu outro assunto como alvo, uma vez que o confronto violento acabou atrapalhando o trânsito da cidade.

“*Tem uma coisa que é sagrada, assim, que é o trânsito né?*”, brinca Ribeiro, dando um tom de veneração ao transporte particular pela população e sinalizando que tal assunto vira notícia por causa do transtorno causado. “*Parou o trânsito! Então... Tudo pode parar. A água pode acabar, mas o trânsito não pode parar*”, ironiza, referindo-se à mudança na decisão da chefia quanto à cobertura da manifestação e comparando a proporção do fato ligado à mobilidade individual àquele relacionado à crise hídrica que atinge, principalmente, o Estado de São Paulo e que “virou manchete” nos jornais apenas no início de 2015, após o período eleitoral.

Nota-se, na fala, como o jornalista, alinhado às normas do jornal, relega a relevância na cobertura de questões coletivas, como o transporte público e a água, silenciando tais reivindicações sociais. Ao admitir que a empresa jornalística possui certos valores e normas, o trabalhador reconhece que pode estar suscetível a essas pressões, censurando-se previamente. Como resultado, “*os textos que saíram no jornal naquela época, eles estão, eles não condiziam... É muito claro, entre estar lá e ver o jornal do dia seguinte*”, finaliza Ribeiro.

Portanto, a fala do profissional mostra como todo o processo de produção da notícia, desde a apuração até o texto, é “contaminado” por uma “*linha editorial clara*”, que parece ter uma figura espiritual de onipresença e onisciência, pois, mesmo não havendo nenhuma “*orientação ideológica, política*”, “*a gente*”, o jornalista, “*sabe*” o que deve ser considerado “*no texto ou não*”. Por essa “censura” prévia, “os textos” no jornal do dia seguinte “*não condiziam*” com a realidade vivida na noite anterior.

Em uma situação como essa, ao contrário, caberia ao profissional trazer ao cidadão os elementos sobre a situação da sociedade, naquele momento. Mas o que se viu foi um enquadramento da empresa midiática a partir dos “óculos sociais”, conforme salienta Schaff (1976), ou os modelos e os padrões perceptivos com os quais os indivíduos enxergam o mundo, criando estereótipos. Ao fazer assim, o jornalista e a imprensa criam uma “realidade” que parece real, mas que, na verdade, fabrica os signos necessários para que o Jornalismo possa reafirmar os valores na sociedade para a qual a atividade serve.

Portanto, essa forma de concepção de Jornalismo relacionada às rotinas de trabalho permite enxergar a prescrição como algo que não se resume a uma simples transferência de normas no mundo do trabalho, mas como uma construção de discurso

social, produzido e difundido para o desenvolvimento do cidadão, imerso nessas contradições. Assim, o papel do jornalista acaba sendo o de reafirmar a voz da empresa, com os profissionais fazendo escolhas consonantes à linha editorial. “*O problema é o ‘Mesquitinha’ que cada um leva dentro de si*”, brinca Manso, citando uma frase do colega de trabalho Daniel Piza, morto em 2011, e que se refere à família Mesquita, maior acionista do Grupo Estado.

Tal citação, de um renomado colunista e ex-editor executivo do jornal, mostra como os jornalistas do *Estadão* não se reconhecem na dicotomia capital *versus* trabalho, deixando vazio o espaço que deveriam preencher em uma sociedade dividida pela relação de classe, pelas relações capitalistas e pela exploração. Ao ecoar a fala de Piza, Manso revela as escolhas feitas no âmbito específico da atividade do corpo em si (SCHWARTZ, 2007) no trabalho, e em não sendo capaz de ser ator dessa transformação, o ser social tampouco é capaz de alterar os valores que constroem a sociedade, firmando aqueles já existentes.

Assim, o princípio da renormalização da atividade de trabalho ocorre, mas reitera os valores sociais e ideológicos da linha editorial prescrita pelo jornal. O sujeito, nesse caso, produz um discurso que identifica e qualifica o que se pode chamar de alienação do jornalista frente ao seu próprio trabalho. Ao se eximir de sua tarefa maior, que é o compromisso com a informação, o profissional passa a atender o que se julga conveniente à linha editorial do jornal.

Citando Piza novamente, Manso diz que é como se a imprensa estivesse em um círculo vicioso, no qual “*a gente cria o monstro e depois não sabe o que fazer com ele*”. Por isso, o fenômeno midiático e, portanto, a midiaticização ganha tanta relevância, uma vez que, na visão marxista, lembra Veroneze (*et al*, 2013), o processo de coisificação das relações sociais no capitalismo “gera a alienação do trabalho e, conseqüentemente, a alienação da vida social” (p. 4). “O produto do seu trabalho transforma-se em mercadoria, assim como o próprio trabalho que se vê refém do processo de exploração” (*ibid*).

Trata-se de uma situação na qual “os valores essencialmente humanos perdem a sua característica ontológica para a valoração exacerbada do capital e das relações mercantilizantes” (Veroneze *et al*, 2013, p. 4). Nessa lógica capitalista, os sujeitos reproduzem relações sociais de exploração.

Um ano depois, apenas a manchete do *Estadão* em 12 de junho de 2014 retoma muitos elementos que foram apresentados no material já apresentado, sobre as manifestações de junho de 2013. Ou seja, assim como se posicionou contra a redução de R\$ 0,20 na tarifa de ônibus, o jornal coloca-se contrário à realização da Copa do Mundo no Brasil.

A chamada do jornal no dia da estreia da seleção brasileira de futebol no Mundial era: “*Brasil é favorito em Copa contestada*”. A reportagem revela, através dos números, que a seleção verde-e-amarela inaugurava o torneio após o Brasil “*gastar R\$ 26,5 bilhões, mas parte das obras não ficou pronta ou sequer saiu do papel*” e recorda ainda que a Fifa escolheu o país como sede do evento em 2007, “*no 2º mandato de Lula, e agora enfrenta problemas na organização*”.

Tratava-se, segundo o texto, de polêmicas e críticas fora dos campos, uma vez que a “*Copa das Copas*” teve “*muitas promessas não cumpridas desde o anúncio do Mundial*” – e repete a informação sobre quem era o governante e qual era o período de seu governo, frisando o prazo extenso que havia para tais realizações. Além disso, “*protestos estão programados para hoje*”, finaliza.

Apenas na manchete do dia 12 de junho de 2014 percebe-se que são vários os julgamentos. Primeiro, a crítica aos gastos públicos. Nota-se, contudo, que o custo com o evento, de R\$ 26,5 bilhões, não chega ao teto de R\$ 33 bilhões citados em reportagem do dia 19 de junho de 2013, antes do início da Copa. Mas “a economia” não é mérito do governo, mas falha, por não ter cumprido tudo o que prometeu – e não por falta de tempo, lembra o jornal. Por último, persiste a posição contrária à onda de efervescência da população.

Dentre as demais chamadas daquela quinta-feira, 12, destaque para o alerta da presidente Dilma Rousseff, de que “*vandalismo não será aceito*”, colocando no discurso oficial a voz ecoada pelo jornal, que classificou como “*vandalismo*” os protestos de um ano antes.

Para o *Estadão*, na estreia do Mundial de futebol, com o Brasil “*favorito*”, é o governo que está “*na marca do pênalti*”. O editorial do mesmo dia 12 se utiliza de termos futebolísticos para mostrar confiança com a bola no pé – afinal, a Seleção abria o evento “*com Neymar como craque*” e “*favoritismo dentro de campo*” – e lembrar ainda que logo depois do evento há eleições presidenciais.

Fora das quatro linhas vale-tudo para tirar da jogada a presidente, candidata à reeleição. O editorial destaca que *“desaparece a diferença que levaria Dilma à vitória na primeira rodada”*, praticamente comemorando o fato, por meio de números. Não era, portanto, somente um torneio de futebol, mas também uma copa eleitoral. Em contraste com o tom de otimismo com os jogadores comandados pelo técnico Luiz Felipe Scolari, o Felipão, o editorial afirma, através de um *“resultado inédito e potencialmente letal”*, que *“em um tira-teima com qualquer dos rivais, a vantagem de Dilma nunca esteve tão pequena”*.

Portanto, *“esses números não precisam ficar mais apertados para se poder afirmar com segurança que, em tais condições, qualquer desfecho é possível”*. Ainda assim, pode-se constatar que *“Dilma continua imbatível no quesito rejeição”*. Mais que isso, *“o contingente que considera a sua gestão ruim ou péssima superou a parcela que julga boa ou ótima”* – mas *“a diferença é pequena”*, emenda.

Nesses dois trechos sobre o *“tira-teima”* de Dilma em relação aos seus *“rivais”* ou ante a avaliação popular, nota-se como os números são *“torturados”*, pois se tratava de *“variações pequenas”*, *“dentro da margem de erro”*. Tal estratégia é construída a fim de fortalecer a ideia de que *“a cada sondagem, o segundo turno se torna mais provável, praticamente uma certeza”*. *“E o seu resultado está ficando mais incerto”*, emenda o editorial.

Passado um ano desde que as vozes das ruas foram ouvidas, ainda não se era capaz de aferir como se daria a continuidade desses protestos durante o período da Copa do Mundo e seus efeitos nas urnas. Lemas como *“não vai ter Copa”* e *“imagina na Copa”* tornaram-se bordões populares, após terem sido criados por setores do movimento de oposição ao PT, e que realçavam as ineficiências estruturais e dos serviços públicos, ganhando adesão mais da direita conservadora.

Ao retratar esse cenário urbano, que instigou diversos sentimentos da população ao longo de semanas de rebelião e festa, nota-se certa idealização ao torneio de futebol – visão que foi fortalecida no discurso jornalístico a partir de um contexto apoiado em números. Afinal, em 2014, o que importava, ao contrário do clamor por mudanças que marcou 2013, é que, agora, *“Temos Copa”* – era o título de outro editorial publicado no *Estadão* no mesmo dia 12 de junho de 2014.

3. Conclusão

Os protestos de junho de 2013 surgiram, inicialmente, para contestar o aumento de R\$ 0,20 na tarifa de transporte público em São Paulo. Mas os atos foram ganhando apoio popular, em especial após a forte repressão da polícia contra os manifestantes, o que elevou a pauta de reivindicações para uma grande variedade de temas. Para Frederico (2013, p.248),

a revolta contra o aumento da passagem de ônibus, ao invés de traduzir-se na luta pela estatização das companhias de transporte público, desviou-se para uma pluralidade de reivindicações menores.

Nesse sentido, continua o autor, “todos queriam ser protagonistas; ninguém mais queria ser ‘representado’” (*ibid*), refletindo “a crise de representação dos partidos e sindicatos” (*ibid*). Como consequência, o indivíduo fica “enredado no campo dominado pela mídia”, visando, com isso, “pautar a conduta individual” (p. 252). Tanto que “não foi por mero acaso que a palavra de ordem gritada nas ruas – ‘vem pra rua, vem!’ – tenha replicado o *slogan* da propaganda de uma marca de carros que então era veiculada exaustivamente na TV” (FREDERICO, 2013, p. 252).

O descompasso entre os gastos públicos visando o grande evento esportivo que aconteceria em 2014 e a qualidade dos serviços públicos também ampliou a simpatia de grande maioria da população brasileira. Além disso, as redes sociais foram um canal de divulgação das manifestações, dando adesão ao movimento. Esse processo no Brasil seguiu a mesma lógica de “propagação viral” de protestos em outros países – como a Primavera Árabe e o Occupy Wall Street – com a internet “convocando” as pessoas.

Chauí (2013) avalia que a reivindicação específica ocorrida na capital paulista, capitaneada pelo Movimento Passe Livre (MPL), foi vitoriosa sob dois aspectos: reduzir a tarifa de transporte público, de volta aos R\$ 3,00, e definir a questão do transporte público no plano dos direitos do cidadão. O movimento, portanto, afirmou “a criação e defesa de direitos por intermédio da explicitação (e não do ocultamento) dos conflitos sociais e políticos”. Tratava-se, portanto, conforme afirma Chauí (2013), de questões relacionadas “à situação da vida urbana nas grandes metrópoles brasileiras”.

Porém, essas problemas, como verificamos, foram silenciados e passaram ao largo da cobertura jornalística do *Estadão* em relação às manifestações de junho de 2013 e também sobre a Copa do Mundo de 2014.

Nesse campo dominado pela mídia, que impõe pela manipulação dos signos o simulacro no lugar do real, o objetivo é pautar a conduta dos indivíduos, tanto na esfera política quanto na esfera cultural, ampliando o valor simbólico do produto notícia. Trata-se do triunfo da lógica do capital, que transforma a informação em mercadoria. Como resultado, tem-se a produção de notícias sem relação com a realidade, distorcendo-a.

“Assim, consuma-se o espetáculo, a manifestação sensível da representação caótica de um mundo que parece governado pelo movimento automático das mercadorias” (FREDERICO, 2013, p. 252). O autor lembra que, nas manifestações de 2013, a reivindicação original, do “passe livre” nos transportes, “foi passada para trás pelas palavras de ordem aleatórias de uma multidão atomizada, formada, sobretudo, por indivíduos da classe média” (p. 251).

A presença desses atores, acrescenta o autor, trouxe às ruas reivindicações particulares, que não devem ser confundidas “com a rousseuniana ‘vontade geral’” (*ibid*, p. 252). Assim, não foi por mero acaso que houve uma apropriação e uma adesão irrefletida dos sujeitos à linguagem numérica (ideológica e mercadológica) predominante da mídia, uma vez que a substituição de uma pauta unificada por reivindicações esparsas impediu, como explica Frederico (2013, p. 252),

que se atacasse a essência dos problemas, ficando-se, por assim dizer, na periferia, ou melhor, em suas manifestações visíveis, cultivando um fazer político performático bem ao gosto do pós-modernismo, que, no lugar da palavra, da argumentação persuasiva, prefere o culto da imagem.

Perseu Abramo (2013) afirma que a manipulação da informação é uma das principais características do Jornalismo no Brasil, praticado hoje pela grande imprensa. Para ele, a realidade artificial criada na mídia acaba se transformando em realidade verídica para a população. Assim, o público apreende o “irreal da realidade criada pela imprensa”, transformando essa captação indireta em conhecimento.

Portanto, quando se fala em aspectos que levam à manipulação do signo numérico, como no exemplo do artigo, no texto afirma-se o comportamento submisso daquele que é ser político, mas que se autocensura, se silencia frente aos grandes anseios dos meios de comunicação. Essa prática inviabiliza a democratização pelos meios de comunicação e, assim, o “mundo nos chega editado” (BACCEGA, 1995) através dos “filtros” institucionais (família, escola, igreja, mídias, entre outros) e em

torno de interesses os mais diversos e contraditórios, pelos quais o relato do e sobre o mundo se traveste em discurso.

Assim, ao colocar em evidência os aspectos identificados pela abordagem do binômio comunicação e trabalho foi possível apontar as diferenças de proposições, de finalidades e de procedimentos, articulando as condições particulares do sujeito com as condições gerais dadas pelos sistemas institucionais e os modelos de organização da produção da notícia.

Por isso, foi preciso buscar entender não só o significado dos números no texto, mas também a correlação das forças políticas e econômicas no contexto desse processo. Ao situar quem é o jornal *Estadão*, sua importância ao longo de processos como a Revolução de 1930, a morte de Getúlio Vargas em 1950, o golpe militar e os governos mais democráticos e populares, remonta-se ao lugar da empresa enquanto organizadora da opinião de seu público-leitor. Também é relevante destacar a formação societária do jornal, atualmente nas mãos de conglomerados financeiros, que tentam, inclusive, costurar uma saída para o grupo, altamente endividado e já na quinta geração familiar.

Essa visão sobre os princípios que compõem a linha editorial do jornal confrontada com a forte ilusão criada em relação às manifestações articuladas nas redes sociais em 2013 e em 2014 leva a uma melhor compreensão da forma como as grandes empresas de comunicação, e os bancos que estão por trás delas, tomaram a direção desses protestos e editaram a pauta das ruas, apoiados, muitas vezes, em torno dos números.

Portanto, cabe ao jornalista buscar rearranjos profissionais e de sustentação financeira que lhe permitam desenvolver seu trabalho com o olhar fixo nos valores que identificam o Jornalismo como prática social voltada aos direitos do cidadão à informação, rumo à consolidação da democracia. Nessa acepção, o jornalista pode garantir credibilidade e manter-se com identidade profissional. Só assim, é possível construir um discurso no qual a verificação e apuração dos fatos têm o compromisso de informar para o conhecimento. Nesse contexto, os números têm seu real valor.

Referências bibliográficas

ABRAMO, Perseu. **Significado político da manipulação na grande imprensa**. In Padrões de manipulação na grande imprensa. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003. Disponível em

<http://novo.fpabramo.org.br/content/significado-politico-da-manipulacao-na-grande-imprensa>
Acesso em 11/04/2015.

BACCEGA, Maria A. **Palavra e discurso: História e Literatura**. São Paulo: Ática, 1995.

CHAUÍ, Marilena. “As manifestações de junho de 2013 em São Paulo”. **Revista Teoria e Debate**, edição 113, 27 de junho de 2013.

FREDERICO, Celso. “Da periferia ao centro: cultura e política em tempos pós-modernos”. **Estud. av.[online]**. 2013, vol. 27, n. 79, pp. 239-255.

LEVITT, Steven. DUBNER, Stephen. **Freakonomics: o lado oculto e inesperado de tudo que nos afeta**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MARX, K., ENGELS, F.. **Cultura, arte e literatura**. Textos escolhidos. São Paulo: Expressão popular, 2010.

PULITI, Paula. **O juro da notícia**. Florianópolis: Insular, 2013.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da comunicação**. Porto Alegre: Penso, 2011.

SCHAFF, Adam. **Linguagem e Conhecimento**. Coimbra: Almedina, 1976.

SCHWARTZ, Yves; DURRIVE, L. **Trabalho & Ergologia**. Rio de Janeiro: Eduff, 2007.

SEIFE, Charles. **Os números (não) mentem** - Como a matemática pode ser usada para enganar você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

VERONEZE, Renato Tadeu (*et al*). “As bases sócio-históricas da ontologia do ser social: o trabalho”. **III Simpósio Mineiro de Assistentes Sociais**. Belo Horizonte: CRESS 6ª Região, 2013.