

Agenda e Discurso Midiático: quando a minoria é notícia. O caso indígena na Imprensa em Pernambuco¹

Patricia Bandeira de Melo²

Introdução

A ideologia é uma força quase imperceptível que permeia as relações sociais, uma representação de mundo. Esta representação não abarca a totalidade do pensamento de uma época, mas parte que é fruto das idéias de alguns grupos que detêm o poder. Entretanto, a ideologia faz os membros da sociedade acreditarem que as idéias dominantes somam os pensamentos dos vários segmentos, e não o pensamento de grupos que se sobressaem no poder, constituindo-se numa comunicação distorcida da realidade que se propaga através de um texto impregnado de interesses. Os meios de comunicação são maculados pelo embate de forças entre os segmentos sociais, entre eles o indígena. A mídia, em certa medida, reforça a ideologia dominante, ajudando a assegurar uma harmonia, às vezes tensa, entre as classes e o poder estatal, contribuindo na coerção das classes subalternas, estabelecendo a ideologia dominante como senso comum.

O controle do discurso que circula é feito a partir da autoridade que é investida àquele que fala: quando se fala, fala-se de um lugar social. O índio, ao falar, não se despoja de sua origem. Assim, a crença no despojamento do sujeito de suas condições sociais privilegiadas não se concretiza na hora em que se expressa na esfera pública: o discurso é marcado pelo lugar social de onde fala o sujeito. Apesar de Pernambuco possuir a quarta população brasileira de índios, este grupo não consegue se expressar ativamente através da imprensa.

As representações sociais têm como base a existência da comunicação, uma vez que existem para simbolizar, através do discurso, uma dada realidade. Para Jovchelovitch,

“as representações sociais são uma estratégia desenvolvida por atores sociais para enfrentar a diversidade e

a mobilidade de um mundo que, embora pertença a todos, transcende a cada um individualmente relacionado” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 81).

Conhecimentos fundados na superioridade da raça, classe ou sexo ou no interesse de um grupo quantitativamente minoritário, mas detentor do poder, tendem a ser hegemônicos, favorecendo a instrumentalização do homem, transformando-se em senso comum.

O estudo de Serge Moscovici sobre representações sociais indica as três fases de evolução da ideologia: a fase científica, de criação da teoria; a fase representacional, da difusão através da sociedade e a criação de representações sociais; e a fase ideológica, caracterizada pela apropriação da representação por algum grupo e sua reconstrução como conhecimento criado pela sociedade e legitimado como científico (SAWAIA, 1993). A ideologia, através do discurso, ganha o caráter científico previsto por Moscovici e manipula a história. Para Chauí,

“compreende-se por que a história ideológica (aquela que aprendemos na escola e nos livros) seja sempre uma história narrada do ponto de vista do vencedor ou dos poderosos” (CHAUÍ, 1980, p. 123).

O “vencedor” faz prevalecer seu discurso no momento em que a história é contada e dificulta a existência da “história dos vencidos”, pois sua ação consiste em tentar eliminar a memória desses perdedores, que apenas emergem em ações de resistência.

O discurso sobre a origem do Brasil se inicia com a chegada do branco e o processo de catequização dos índios, que nada mais foi do que sua subjugação. O discurso que se projetou na época foi o discurso das

conquistas e da dominação, quando a cultura indígena foi suplantada pela língua e cultura europeia. A busca por terras, a ocupação predatória e a subjugação dos povos indígenas acontecem sob a justificativa do discurso religioso: coexistindo com a dominação, a religião tenta “salvar” os índios da sua “falta de Deus”. Este contato fez com que os indígenas passassem de maioria para minoria étnica, correspondendo hoje a 0,2% da população brasileira.

A representação da identidade do brasileiro se constrói a partir da perspectiva do branco europeu. O discurso dominante enaltece representações sociais tais como a de que “somos uma mistura de raças”, no qual o “descobridor” é o responsável por trazer à terra um padrão de cultura e tecnologia considerado superior. A valorização desta mistura não se concretiza. O brasileiro não se identifica com o negro, com o índio e não se vê igual ao branco europeu: é uma cópia, e uma imitação nunca se equipara ao original. Somos o “outro” do europeu, “outro” que é apagado através do discurso do colonizador. O europeu é o centro, o início da construção de nossa história.

Para ser índio, é preciso uma legitimação oficial e a partir dela é que se recupera uma memória e se reconstrói a simbologia do grupo. Esta “legitimação” é feita por antropólogos da Fundação Nacional do Índio, onde funcionários admitem não acreditar na legitimidade da identidade indígena no Nordeste. O processo de formação das comunidades indígenas no Nordeste passa pela definição de “remanescentes de índios”, caboclos que reivindicaram a condição de índio e lutaram para garantir o direito à terra. Essa idéia de “remanescente” é até certo ponto pejorativa; passa uma idéia de ser “aquilo que restou” A resistência dos indígenas é que tem garantido a sua sobrevivência e o reaparecimento de povos considerados extintos.

As Teorias do *Agenda-Setting* e da Análise do Discurso

O texto jornalístico é uma organização discursiva onde são expressas diversas versões sobre um fato. Deve-se compreender a notícia como um relato de fatos do mundo

real, mas não da sua totalidade. Recolher dados e hierarquizá-los segundo critérios de importância consiste no processo de produção do texto jornalístico. Tendo como pano de fundo a ideologia inerente à sua formação discursiva, o jornalista faz do texto jornalístico, além de representacional da realidade, um texto autoral, apesar das tentativas de se camuflar sua presença subjetiva.

A mídia impõe uma ordem ao tempo, fazendo um agendamento do cotidiano, tentando capturar os fatos de modo a reduzir os riscos de imprevistos. O planejamento e a previsibilidade resultantes norteiam a coleta de informações para a produção do texto jornalístico. Daí a Teoria do *Agenda-Setting*, definida por McCombs e Shaw, paradigma que situou o processo de seleção de notícias pela mídia. A imprensa define o que é e o que não é notícia a partir de um temário preestabelecido, o *agenda-setting*, termo que se refere a “uma lista de questões e acontecimentos que são vistos num determinado ponto no tempo e classificados segundo uma hierarquia de importância” (ROGERS & DEARING, 1988, 565, apud TRAQUINA, 1999, p. 15).

As fontes jornalísticas possuem influência sobre os meios de comunicação em virtude do lugar social que ocupam, podendo dar mais visibilidade a determinados discursos e agir na formação do *agenda-setting* da imprensa: o conteúdo da mídia depende do jogo de interesses dos meios e dos vários setores da sociedade. A imprensa, mesmo dando espaço às vozes de grupos subalternos, acaba legitimando o quadro dominante ao fomentar algumas idéias e rechaçar outras, deixando que os assuntos excluídos só entrem através de concessões: o exótico, em momentos de protesto ou como parte de outro temário do *agenda-setting*.

Para a Análise do Discurso (AD), o discurso é uma manifestação da ideologia e o sujeito é aquele que enuncia de um determinado lugar social. Se o sujeito é o locutor de um discurso, se o índio é o locutor do discurso de seu grupo, o jornalista idem. Para a AD, nenhum sujeito é totalmente livre no momento em que faz escolhas discursivas. O indivíduo está inserido num contexto histórico e social que norteia sua fala. Embora o sujeito pense ser capaz de fazer opções na

seleção do que diz, para a AD o indivíduo está assujeitado a um contexto que limita o seu discurso: quem se expressa em sua fala é uma ideologia e a língua é um produto histórico e social

O processo de formação do homem determina que seu discurso é o amálgama de vários outros discursos que circularam na sociedade. O discurso é do outro, somos marcados pela presença da fala do outro que contamina nosso dizer. A polifonia é constitutiva dos discursos, onde fica registrada uma memória discursiva que traz uma carga de ideologia e história. O jornalista, ao fazer seu texto, ora marca o discurso da fonte, ora absorve parte do enunciado do outro como sendo seu, relatando-o de modo consciente ou não, uma vez que se encontra assujeitado como qualquer sujeito. As marcas da heterogeneidade podem ser vistas a partir de indicadores: os verbos introdutórios de opinião e o uso de aspas em citações.

Como por trás de qualquer dizer há um sujeito (o repórter, o editor) apesar da tentativa da imprensa de apagá-lo – numa estratégia de legitimar o discurso midiático como objetivo – verificamos a presença autoral do jornalista. O mito da imparcialidade vem permitindo à mídia camuflar a tendenciosidade das notícias divulgadas e uma das formas de dar credibilidade à escolha do fato noticiado é o emprego de aspas na apresentação de opiniões. O jornalista, ao citar fontes consideradas de alto nível, exime-se de expressar sua opinião abertamente, fazendo isso de modo encoberto pela opinião alheia. A citação é precedida ou sucedida de verbos introdutórios de opinião, quando o jornalista insere a fala da(s) fonte(s), colocando-a(s) em evidência

Apesar do assujeitamento às questões ideológicas e estruturais, há espaço para a inscrição do indivíduo no discurso, onde o sujeito pode deixar sua marca. O sujeito tem “uma certa competência” na escolha de seu material discursivo. Esta concepção de sujeito ativo pressupõe que o indivíduo faz algumas escolhas, embora seja afetado pelo discurso. Segundo Possenti, “a presença do outro não é suficiente para apagar a do eu, é apenas suficiente para mostrar que o eu não está só” (POSSENTI, 2002, p. 64/65).

A *fonte ativa* é a fonte jornalística que tem papel fundamental na produção do texto, pois, ao prestar informações, tem sua voz marcada e reproduzida com verbos introdutórios de opinião que dão força à sua argumentação. A fonte ativa determina o tom do discurso do jornalista, que mistura sua voz com a da fonte. Isso ocorre de modo subliminar e até imperceptível pelo jornalista. A fonte ativa enuncia a partir de uma posição social e da qual não pode ou não quer se afastar: são fontes institucionais, consideradas mais confiáveis, representantes de segmentos de poder.

Se há quem tenha “autoridade” para falar, há os que porque ocupam uma posição sem significância. Este espaço é ocupado por integrantes de segmentos menos expressivos social e economicamente. O discurso segue uma ordem que expressa de que posição fala este sujeito. Estratégias discursivas acabam por silenciar ou marcar a voz de certas fontes, enfraquecendo o seu discurso. Este sujeito silenciado tem seu discurso rebaixado pelo discurso do outro: alguém fala em seu lugar, diz o que o sujeito poderia ou não querer falar. O sujeito passivo, dado o seu assujeitamento, reproduz o senso comum e fortalece os sentidos do discurso dominante como literais, contrapondo-se ao sujeito ativo por sua incapacidade de ser uma *fonte ativa* no espaço midiático. São fontes passivas, sujeitos de proeminência desconhecida ou considerada irrelevante, cuja representação tem acesso restrito à mídia.

A tentativa de dar visibilidade aos discursos dos vários segmentos é que confere legitimidade à imprensa, por sua função mediadora de discursos. As características do processo produtivo da notícia – classificação das interferências de ordem pessoal, ideológica e histórica e formação do *agenda-setting* – constituem-se em elementos de uma dada formação discursiva. Fica claro que o discurso jornalístico é polifônico, com a presença das “vozes” da fonte e do emissor (o jornalista, que camufla sua presença autoral por trás de uma pretensa objetividade). Este discurso tenta se fazer imparcial, deixando de marcar “vozes” de alguns enunciadores e do autor do texto, prevalecendo a voz do discurso dominante na sociedade como sendo o de consenso. Orlandi (1996) e Marcuschi (1991) definem alguns tipos discursivos:

Discurso Popular –. O discurso de populares pensado por Marcuschi é produzido por pessoas anônimas ou de grupos de pequena representação no poder ou na oposição ao poder. É precedido ou seguido por reduzido número de verbos introdutores de opinião. A maior incidência é do verbo *dizer* e de construções adverbiais que possuem caráter de confissão. É comum a opinião vir sem o uso de um verbo introdutor;

Discurso Polêmico – os sentidos do discurso são geridos de modo a disputar o sentido que se quer fazer prevalecer. Neste caso, há confronto entre formações discursivas diferentes. A relação é tensa e este tipo é a marca da resistência nas relações de poder. Em alguns momentos, também se pode encaixar o Discurso Popular como polêmico. Este tipo discursivo se caracteriza por expressar a retórica do oprimido (resistência);

Discurso Autoritário (ou do Poder) – tenta fazer prevalecer um sentido uno, a verdade é imposta. O sentido dominante é reforçado como literal e histórico. É o caso do discurso religioso e o do governo. Este tipo se caracteriza por expressar a retórica da dominação (opressão). Em Marcuschi, encontramos uma divisão do Discurso do poder - subdividido em oficial, para-oficial e da oposição. O primeiro trata do discurso representado pelos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário e pelas Forças Armadas. O segundo reúne a opinião oficial mais abaixo na hierarquia (universidades e instituições governamentais) e outras entidades. O terceiro é originário da oposição ao governo. Incluímos aqui o discurso jornalístico, que, no relato do discurso do outro, tenta se aproximar do discurso da autoridade.

Os verbos introdutores de opinião marcam o limite do discurso citado (normalmente aspeado). A partir de Marcuschi (1991) e de Maingueneau (2002), apresentamos categorias de verbos introdutores de opinião: *verbos indicadores de posições oficiais e afirmações positivas* - declarar, anunciar, informar; *verbos de força argumentativa* - frisar, ressaltar, destacar; *verbos indicadores de emocionalidade circunstancial* - desabafar, apelar, ironizar; *verbos indicadores de provisoriedade argumentativa* - achar, julgar,

acreditar; *verbos introdutores do discurso popular* – contar, confessar, dizer.

Além dessa classificação, uma opinião pode ser expressa na imprensa através de:

- Nominalizações de verbos (a declaração, o argumento), procedimento considerando incisivo. A nominalização é a conversão de uma oração em um nominal (ao invés de dizer que “x criticou y”, coloca-se que “houve crítica contra y”). Isso permite omitir o sujeito da ação, tendo um aspecto ideologicamente significativo;

- Mediante construções adverbiais que tentam dar neutralidade, mas que transferem a responsabilidade da opinião a quem a emite, como na nominalização. É diferente quando antecede uma opinião que vem entre aspas. As expressões mais frequentes são “segundo fulano”, “de acordo com”, “para fulano”.

A representação do índio na mídia

Em nove meses de pesquisa, observamos uma evolução aleatória, sem uma linearidade que aponte para a presença do tema índio de modo regular, indicando que o tema surge de modo ocasional, provocado por uma temática maior. Verificamos que predomina o senso comum sobre o indígena como selvagem pacificado, evidenciando que o índio entra na pauta dentro de um temário mais amplo, a *violência*, que há muito é constitutivo do *agenda-setting* da imprensa brasileira. Dentro do tema *violência*, como vítima, não é qualquer um que é agredido, mas o integrante de um grupo em extinção e tutelado pelo poder, quase um “monumento tombado”; como autor da violência, entra na pauta pelo inesperado, pois mesmo que a “maldade natural” lhe ocorra, a civilização branca o converteu no “bom selvagem”, não se esperando mais dele uma atitude agressiva. Passemos para um texto analisado:

Índio Xucuru assassinado em Pesqueira (24.08.2001) – a *violência*, tema constitutivo do *agenda-setting* da mídia, aparece nesta matéria com o assassinato do líder indígena Chico Quelé, tratando do conflito entre fazendeiros e índios no município de Pesqueira. Mesmo sendo um crime contra uma liderança indígena, ocupa o espaço de uma coluna de jornal. Ao relatar o assassinato, o jornalista joga a responsabili-

dade da narração ao Cimi, dando margem à dúvida sobre o fato: “segundo a versão divulgada pelo Conselho Indigenista Missionário (Cimi), Chico Quelé, **que não possuía registro de nascimento e tem a idade estimada em 50 anos**, seguia para uma reunião do Conselho de Lideranças....foi assassinado”. Se é uma versão, há espaço para outras, enfraquecendo a tese de homicídio. Claro que é preciso uma investigação para a conclusão de que foi um crime, mas o índio morreu vítima de um tiro de espingarda de calibre 12, o que torna praticamente impossível não ser assassinado. A construção adverbial (“segundo a versão...”) é um recurso que transfere para o Cimi a responsabilidade da afirmação de que foi um homicídio, eximindo o jornal e o repórter pelo dito. O discurso indígena (popular) é reduzido e substituído por outro mais forte (para-oficial, do Cimi). A opinião do índio Marcos Luidson aparece seguida dos verbos *denunciar*, *afirmar*. O primeiro aponta o discurso de oposição, mas a declaração é enfraquecida mais adiante: “*muitos deles (fazendeiros) não querem sair (das terras demarcadas) e prometem matar a mim e outras lideranças*”, **afirmou** Marcos Luidson”. Isso é uma ameaça de morte, mas o verbo introdutor *afirmar* não dá o valor devido. A preocupação com a falta de registro de nascimento enfraquece a identidade indígena da vítima, retomando o senso comum do índio como selvagem.

TEMA – VIOLÊNCIA CONTRA O ÍNDIO
TIPO DE DISCURSO A – A VOZ DA AUTORIDADE— DISCURSO DE OPOSIÇÃO/POLÊMICO (CIMI)

TIPO DE DISCURSO B – A VOZ DO ÍNDIO – DISCURSO POLÊMICO/POPULAR (RETÓRICA DO OPRIMIDO)

A AÇÃO DO TEXTO EM A – VERBOS EMPREGADOS: QUERER, PONDERAR

A AÇÃO DO TEXTO EM B – VERBOS EMPREGADOS: DENUNCIAR, AFIRMAR, DIZER

CONSTRUÇÃO ADVERBIAL – SEGUNDO A VERSÃO DIVULGADA PELO CONSELHO INDIGENISTA MISSIONÁRIO (CIMI), CHICO QUELÉ....

FONTE A – FONTE ATIVA

FONTE B – FONTE PASSIVA

Conclusão

A análise de 127 textos jornalísticos permitiu visualizar elementos indicadores do discurso que nos leva a afirmar que os grupos minoritários – no caso específico, os indígenas – ocupam a posição de fonte passiva na imprensa. Toda fonte jornalística ocupa uma posição na ordem da fala: falando deste lugar, não consegue se afastar do segmento ao qual está inserido. O sujeito tem seu discurso impregnado pela ideologia, seja ele integrante de um grupo dominante ou excluído. A pesquisa nos permite dizer que a representação social do índio na mídia pernambucana se dá através do discurso popular, enfraquecido por verbos introdutórios de opinião que não impõem força argumentativa ao discurso indígena, assumindo a condição de fonte passiva na imprensa. O senso comum que prevalece é de que os índios precisam da tutela do Governo e da Igreja, representando o discurso do poder. Há notícias veiculadas sobre o índio onde não há espaço para a verbalização do discurso indígena. O índio não é sujeito de seu discurso nem tem poder para construir sua história. Quem tem poder para fazer declarações é a Funai, o Governo e a Igreja, reforçando o discurso oficial e retirando dos índios o direito de ocupar espaço na imprensa de modo ativo. Isso nos leva a concluir que o espaço midiático reproduz as relações sociais da sociedade, com a classe dominante mantendo a força de seu discurso e os grupos subalternos mantendo-se à margem.

Bibliografia

Chauí, Marilena. *O que é Ideologia*. São Paulo, Brasiliense, 1980.

Jovchelovitch, Sandra (2000). Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e representações sociais in *Textos em representações sociais*. Petrópolis, Vozes, 6ª edição, 2000, pp. 63-85.

Mainueneau, Dominique. *Análise de Textos de Comunicação*. São Paulo, Cortez, 2002.

Marcuschi, Luiz Antônio. A ação dos verbos introdutórios de opinião in *INTERCOM (Revista Brasileira de Comunicação)*, nº 64. São Paulo, ano XIV, 1991, pp.74-92.

Orlandi, Eni P. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso* Campinas, Pontes, 1996.

Possenti, Sírio. *Os Limites do Discurso*. Curitiba, Criar Edições, 2002.

Sawaia, Bader Burihan. Representação e ideologia – o encontro desfeticizador in **SPINK**, Mary Jane Paris (org). *O Conhecimento no Cotidiano – As representações sociais na perspectiva da psicologia social*. São Paulo, Brasiliense, 1993.

Traquina, Nelson. *A redescoberta do Poder do Jornalismo: Um Estudo da Evolução Histórica do Paradigma do Agenda-Setting*. CAMBIASSU (Estudos em Comunicação), nº 1, vol VIII, São Luís, 1999, pp. 14-37.

¹ Este artigo um recorte da dissertação de mestrado “Sujeitos sem Voz: Agenda e Discurso sobre o Índio na Mídia em Pernambuco”, defendida no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) em outubro de 2003.

² PPGCOM/UFPE.